

**HALAMAN JUDUL SKRIPSi**

**Analisis Pengaruh Niat Donasi Hewan Kurban Online Menggunakan  
Aplikasi Kitabisa.com: Studi Pada Masyarakat Muslim di Indonesia**



Dapat maju ujian skripsi,

15 September 2022,

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Anas Hidayat'.

Anas Hidayat, Ph.D

**Nama : Anisya Rahmadani**  
**Nomor Mahasiwa : 18311352**  
**Program Studi : Manajemen**  
**Bidang Peminatan : Pemasaran**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**  
**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**YOGYAKARTA**

**2022**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam refrensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku

Yogyakarta, 26 Oktober 2022

Penulis,



Anisya Rahmadani

## **HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Analisis Pengaruh Niat Donasi Hewan Kurban Online Menggunakan Aplikasi

Kitabisa.com: Studi Pada Masyarakat Muslim di Indonesia

Nama : Anisya Rahmadani

Nomor Mahasiswa : 18311352

Program Studi : Manajemen

Bidang Peminatan : Pemasaran

**Yogyakarta, 15 September 2022**

**Telah disetujui dan disahkan oleh**

**Dosen Pembimbing**



**Drs. Anas Hidayat, M.B.A., Ph.D**

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR**

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**ANALISIS PENGARUH NIAT DONASI HEWAN KURBAN ONLINE MENGGUNAKAN  
APLIKASI KITABISA.COM: STUDI PADA MASYARAKAT MUSLIM DI INDONESIA**

Disusun Oleh : **ANISYA RAHMADANI**  
Nomor Mahasiswa : **18311352**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Rabu, 12 Oktober 2022

Penguji/ Pembimbing TA : Anas Hidayat, Drs., M.B.A., Ph.D.

Penguji : Muchsin Muthohar, Drs., MBA.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

## **KATA PENGANTAR**

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillah* rabbil'alam, puji syukur atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “**Analisis Pengaruh Niat Donasi Hewan Kurban Online Menggunakan Aplikasi Kitabisa.com: Studi Pada Masyarakat Muslim di Indonesia**”. Sholawat serta salam yang terucap kepada junjungan baginda Nabi Muhammad Shallallahu alaihi wasallam, yang selalu kami harapkan syafaatnya untuk menjadi panutan bagi seluruh umat Muslim.

Penyusunan tugas akhir skripsi ini digunakan untuk penyelesaian Tugas Akhir guna meraih gelar sarjana strata 1 (S1), Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini, penulis ingin berterimakasih atas motivasi serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Anas Hidayat, Drs.MBA,.Ph.D dosen pembimbing peneliti yang selalu memberi bimbingan serta kesabaran yang tiada tara dalam membimbing penulis.
2. Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia serta jajaran staff lain nya.

5. Kepada selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir.
6. Kepada Hany, Nia yang selalu memberikan semangat, saran masukan, juga doa selama masa studi hingga masa pengerjaan tugas akhir.
7. Kepada Rose, Boni, Bili, Mino & Xibe yang mendorong penulis untuk segera menyelesaikan tugas akhir.
8. Kepada Keluarga Kecil yang selalu mendukung, membantu dan menghibur penulis dalam mengerjakan skripsi.
9. Terima kasih kepada para responden penelitian atas ketersediaannya mengisi kuesioner dalam penelitian ini dan seluruh pihak yang terlibat dalam penulisan tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, karena keterbatasan yang penulis miliki. Untuk itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk kemajuan penulis.

*Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*

## HALAMAN MOTTO



## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengguna Kitabisa.com terhadap persepsi penggunaan, kemudahan, kepercayaan, dan religiusitas terhadap kurban *online*. Landasan yang digunakan sebagai syariat landasan untuk melakukan ibadah kurban berdasarkan Alquran, hadis dan ijma di mana disebutkan bahwasanya kurban merupakan amalan yang sangat dicintai oleh Allah. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh niat donasi hewan kurban online menggunakan aplikasi kitabisa.com. Pada penelitian ini, menggunakan metode kuantitatif, dengan pengambilan sampling *convinience sampling* untuk memperoleh informasi maupun data penelitian yang diinginkan. Penggunaan metode analisis data peneliti menggunakan analisis SEM (Structural Equation Modeling) yang diolah dengan program *software SmartPLS*. Sebanyak 190 responden hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan tidak memengaruhi niat untuk berdonasi hewan kurban online menggunakan aplikasi Kitabisa.com, persepsi kemudahan dalam menggunakan aplikasi Kitabisa.com akan secara positif dan kuat memengaruhi niat seseorang untuk melakukan donasi hewan kurban online, kepercayaan tidak memengaruhi niat untuk berdonasi hewan kurban online menggunakan aplikasi Kitabisa.com, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat donasi.

**Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi penggunaan, Kepercayaan, religiusitas**



## ABSTRACT

*The purpose of this study was to analyze Kitabisa.com users on perceptions of use, convenience, belief, and religion towards online qurbani. The basis used as the basis of the Shari'a is to perform the sacrificial worship based on the Qur'an, hadith and ijma which states that sacrifice is a practice that is very loved by Allah SWT. This study aims to explain the effect of online sacrificial animal donation intentions using the Kitabisa.com application. In this study, using quantitative methods, with convenience sampling to obtain the desired information and research data. Using the analytical method, the researcher uses SEM (Structural Equation Modeling) analysis, which is processed with the SmartPLS software program. A total of 190 respondents from the study showed that the perception of usefulness did not affect to donate sacrificial animals online using the Kitabisa.com application, the perception of ease in using the Kitabisa.com application would positively and strongly influence a person's intention to donate sacrificial animals online, trust did not affect the intention to donate sacrificial animals online. Donating sacrificial animals online using the Kitabisa.com application, and religion has a positive and significant effect on the intention to donate.*

**Keywords:** *Perception of Ease, Perception of Use, Trust, religiosity*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL SKRIPSI</b> .....	1
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI SKRIPSI</b> .....	2
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	4
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	7
<b>ABSTRAK</b> .....	8
<b>ABSTRACT</b> .....	9
<b>DAFTAR ISI</b> .....	10
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	13
<b>1.1 LATAR BELAKANG</b> .....	13
<b>1.2 PERTANYAAN PENELITIAN</b> .....	17
<b>1.3 TUJUAN PENELITIAN</b> .....	18
<b>1.4 MANFAAT PENELITIAN</b> .....	19
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS</b> .....	20
<b>2.1 DEFINISI VARIABEL</b> .....	22
2.2.1 Persepsi Kegunaan .....	23
2.2.2 Persepsi Kemudahan .....	24
2.2.3 Kepercayaan .....	25
2.2.4 Religiusitas .....	25
2.2.5 Niat Donasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2 PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	26
2.3.1 Persepsi Kegunaan dan Niat Berdonasi .....	26
2.3.2 Persepsi Kemudahan dan Niat Berdonasi .....	28
2.3.3 Persepsi Kepercayaan dan Niat Berdonasi .....	29
2.3.4 Persepsi Religiusitas dan Niat Berdonasi .....	30
<b>2.3 MODEL PENELITIAN</b> .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	33
<b>3.1 DESAIN PENELITIAN</b> .....	33
<b>3.2 POPULASI DAN SAMPEL</b> .....	34
<b>3.3 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL</b> .....	35

3.3.1	Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Donasi Hewan Kurban Online.....	35
3.3.2	Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Donasi Hewan Kurban Online .....	36
3.3.3	Kepercayaan Terhadap Niat Donasi Hewan Kurban Online.....	37
3.3.4	Religiusitas Terhadap Niat Donasi Hewan Kurban Online .....	38
3.3.5	Niat Donasi Hewan Kurban Online .....	39
3.4	JENIS DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	40
3.4.1	Pilot Test .....	41
3.4.2	Uji Validitas.....	42
3.4.3	Uji Reliabilitas.....	44
	Persepsi Kegunaan .....	44
3.5	METODE ANALISIS DATA .....	45
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	45
3.5.2	Analisis Statistik.....	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	52
4.1	ANALISIS DESKRIPTIF KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	52
4.1.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Usia .....	53
4.1.3	Karakteristik Berdasarkan Lokasi .....	54
4.1.4	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	55
4.1.5	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	56
4.1.6	Karakteristik Berdasarkan Biaya Rata- rata yang dihabiskan sebulan .....	56
4.2	ANALISIS DESKRIPTIF .....	58
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan .....	59
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan .....	60
4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan .....	61
4.2.4	Analisis Deskriptif Variabel Religiusitas.....	62
4.2.5	Analisis Deskriptif Variabel Niat .....	64
4.3	ANALISIS STATISTIK.....	65
4.3.1.	Pengujian Outer Model .....	65
4.3.2.	Uji Inner Model.....	75
4.4	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....	78

4.4.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Donasi .....	78
4.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Donasi .....	79
4.4.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Donasi .....	81
4.4.4 Pengaruh Religiusitas Terhadap Niat Donasi .....	82
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>84</b>
5.1 Kesimpulan .....	84
5.2 Implikasi Penelitian .....	84
5.3 Keterbatasan dan Rekomendasi Penelitian .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>94</b>
<b>Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....</b>	<b>94</b>
<b>Lampiran 2. Data Uji Instrument .....</b>	<b>97</b>
<b>Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument .....</b>	<b>100</b>
<b>Lampiran 4. Data Uji .....</b>	<b>107</b>
<b>Lampiran 5. Data Deskriptif Analisis Responden .....</b>	<b>116</b>
<b>Lampiran 6. Data Deskriptif Penilaian Responden Terhadap Variabel .....</b>	<b>121</b>
<b>Lampiran 7. Hasil Uji Outer Model .....</b>	<b>121</b>
<b>Persepsi Kegunaan .....</b>	<b>126</b>
<b>Lampiran 8. Hasil Uji Inner Model .....</b>	<b>126</b>

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Idul Adha merupakan hari raya besar seluruh umat Islam di dunia. Kurban yang memiliki makna “dekat” dalam bahasa arab, di mana pada ajaran Islam kurban merupakan al-udhhiyyah dan adh-dhahiyah yang bermakna binatang sembelihan (Dewi, 2017). Kurban diartikan secara etimologi yakni hewan yang dikurbankan atau disembelih pada hari raya Idul Adha yang dilaksanakan di waktunya yaitu Dhuha (matahari naik sepenggalahan) (Jayusman, 2012). Adapun hewan kurban termasuk unta, sapi atau kerbau, dan kambing yang disembelih pada hari raya Idul Adha wujud dari taqarrub atau pendekatan seseorang dengan Allah SWT. Idul Adha Kurban senantiasa menuntun seorang Muslim tak hanya memenuhi panggilan syari’at Islam, namun juga memaknai Idul Adha untuk melakukan renungan kembali dan menggali lebih dalam nilai-nilai kurban yang haqiqi (Mulyana, 2016).

Landasan yang digunakan sebagai syariat landasan untuk melakukan ibadah kurban berdasarkan Alquran, hadis dan ijma di mana disebutkan bahwasanya kurban merupakan amalan yang sangat dicintai oleh Allah. Firman Allah yang melandasi syari’at ibadah kurban antara lain disebutkan dalam Q.s al-Kautsar [108]:

*“Maka Dirikanlah shalat Karena Tuhanmu; dan berkorbanlah”*

Namun Idul Adha tahun ini masih sama seperti tahun lalu, di mana masih berjuang di tengah pandemi Covid-19 dengan varian baru yakni Omicron yang terus bertambah setiap kasus harinya sehingga hal ini juga membatasi mobilitas masyarakat (Darmawan, 2022). Selain itu, kini dijumpai wabah penyakit mulut dan kuku (PMK) yakni penyakit infeksi virus bersifat akut dan mudah menular yang mewabah pada hewan ternak berkuku genap yakni hewan kurban (Kurniadi, 2022). Hal tersebut juga berdampak pada pembelian hewan kurban yang memerlukan pengiriman atau pemindahan hewan kurban karena adanya pembatasan perjalanan hewan ternak yang diakibatkan oleh wabah penyakit mulut dan kuku (PMK).

Tetapi hal tersebut bukan menjadi halangan untuk masyarakat Muslim beramal dan menjalankan ibadah berkorban. Di era modern saat ini, masyarakat dapat berkorban dengan mudah, yaitu secara digital atau kurban online (Becker et al., 2015). Masyarakat Muslim yang hendak berkorban tidak perlu keluar rumah dalam pemilihan hewan kurban, namun hal tersebut dapat dilakukan melalui kanal digital, seperti website, media sosial, bahkan marketplace bahkan bisa jadi dengan berkorban secara online membantu meratakan persebaran hewan kurban sehingga tidak menumpuk di lokasi yang padat penduduk saja (Inayah, 2015)

Salah satu penyedia penggalangan dana donasi, baik secara web maupun aplikasi yang sering dijumpai yakni Kitabisa yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang sosial dalam memanfaatkan

teknologi sebagai pengelola finansial pengumpulan dana (fundraising) yang berbasis digital (crowdfunding) (Ardiansyah, 2018). Kitabisa juga telah bekerjasama dengan lima bank nasional, seperti bank BCA, Mandiri, BRI, BNI, dan BNI Syariah sebagai mitra pembayaran donasi dan zakat serta bekerja sama dengan Go-pay yang mempermudah dalam transaksi pembayaran (Irwansyah, 2019). Salah satu penyalur donasi kurban online dapat melalui Kitabisa dan dapat disalurkan ke seluruh provinsi di mana Kitabisa sudah bekerjasama dengan lebih dari 10 lembaga terpercaya untuk memastikan hewan kurban dapat teralirkan hingga ke pelosok Indonesia di hari raya Idul Adha.

*Technology Acceptance Model* (TAM) diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 dalam riset yang dipublikasikan melalui jurnal MIS Quarterl yang menjelaskan penerimaan bagi seseorang terhadap suatu teknologi melalui beberapa pertimbangan yakni variabel kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan (Davis, 1989). Dalam penelitian ini, terdapat lima variabel utama yang diteliti yakni persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, religiusitas dan niat untuk berdonasi. Variabel pertama yakni persepsi kegunaan. Persepsi kegunaan dapat memengaruhi kepercayaan dan niat seseorang dalam menggunakan aplikasi digital halal pariwisata (Berakon et al., 2021). Adapun penelitian yang dilakukan oleh Mehrad (2017) bahwasanya persepsi kegunaan akan memengaruhi niat orang Iran menggunakan *mobile banking*. Namun, terdapat inkonsistensi di dalam riset yang dilakukan oleh Aji et al. (2021)

bahwasanya persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap niat seseorang menggunakan uang elektronik di Indonesia.

Variabel kedua yakni persepsi kemudahan. Penelitian yang dilakukan oleh Leong et al. (2021) persepsi kemudahan dapat memengaruhi niat seseorang untuk menggunakan *mobile payment*. Spesifik hasil riset yang dilakukan oleh Ndubisi et al (2006) yang menjelaskan dalam penelitiannya bahwa bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan adalah penentu penting dari niat adopsi perbankan online. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Jantan (2003) bahwasanya persepsi kegunaan dan kemudahan kegunaan dalam menentukan penggunaan sistem informasi di perusahaan kecil dan menengah di Malaysia. Berbeda dengan riset yang dilakukan oleh Lu (2014) persepsi kemudahan tidak memengaruhi niat untuk menggunakan *m-commerce*.

Variabel ketiga yakni kepercayaan. Aji et al. (2021) menjelaskan bahwa tingkat kepercayaan seseorang memengaruhi niat seseorang untuk melakukan infaq secara online. Spesifik hasil yang dilakukan oleh Wongtada (2020) bahwasanya kepercayaan seseorang akan memengaruhi niat seseorang menggunakan *mobile e-commerce*. Berbeda hasil dalam riset yang dilakukan oleh Loh et al. (2021) bahwa kepercayaan seseorang tidak memengaruhi niat seseorang beralih menggunakan *M-Payment*. Variabel keempat yakni religiusitas. Penelitian yang dilakukan oleh Berakon et al. (2021) didapati hasil bahwa tingkat religiusitas justru



tidak memengaruhi niat seseorang menggunakan aplikasi digital pariwisata halal. Berbeda hal riset yang dilakukan oleh Butt (2012) bahwasanya niat seseorang menggunakan produk halal dipengaruhi oleh tingkat religiusitas seseorang.

Pada variabel terakhir yakni niat. Didapati hasil di dalam riset yang dilakukan oleh Baabdullah et al. (2019) bahwasanya niat seseorang dalam menggunakan *m-banking* dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, namun berbeda hal dengan persepsi kemudahan. Di dalam riset Baabdullah et al. (2019) justru persepsi kemudahan tidak memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan *m-banking*. Mengacu pada permasalahan fenomena yang telah diuraikan sebelumnya serta temuan inkonsistensi riset terdahulu, maka terdapat urgensi bagi peneliti untuk mengkaji niat donasi kurban online seorang Muslim menggunakan Kitabisa dengan menguji lima variabel tersebut guna memperluas aspek teoritis dan empiris. Adapun harapan dalam penelitian ini, didapati temuan baru guna untuk meperdalam informasi dan menjadi dasar penyusunan strategi dalam lingkungan dinamis bagi perusahaan, khususnya niat berdonasi kurban online oleh masyarakat Muslim menggunakan Kitabisa.

## **1.2 PERTANYAAN PENELITIAN**

Berikut beberapa pertanyaan penelitian yang muncul:

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat kurban online menggunakan Kitabisa?

2. Apakah kemudahan berpengaruh positif terhadap niat kurban online menggunakan Kitabisa?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat kurban online menggunakan Kitabisa?
4. Apakah religiusitas berpengaruh positif terhadap niat kurban online menggunakan Kitabisa?

### **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan dari penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat kurban online menggunakan Kitabisa.
2. Menguji pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat kurban online menggunakan Kitabisa.
3. Menguji pengaruh kepercayaan terhadap niat kurban online menggunakan Kitabisa.
4. Menguji pengaruh religiusitas terhadap niat kurban online menggunakan Kitabisa.

## **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

Adapun penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan beberapa manfaat, yakni:

### **1. Manfaat Teoritis**

Adanya riset ini bermanfaat baik dalam teoritis guna memperkaya dan memperlengkap hasil kajian empiris terkait persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, religiusitas dan niat menggunakan khususnya dalam konteks penggunaan platform donasi melalui Kitabisa.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Manfaat Bagi Pelaku Bisnis**

Bagi pelaku bisnis dapat mendistribusikan data dan informasi untuk melakukan inovasi dan penyusunan strategi pemasaran dan memberikan pelayanan terbaik untuk masyarakat Muslim dalam meningkatkan niat kurban online menggunakan kitabisa.

#### **b. Manfaat Bagi Peneliti**

Penelitian ini bermanfaat sebagai pengalaman bagi peneliti dalam memperdalam dan memperkaya pengetahuan dibidang pemasaran terutama mengenai persepsi seseorang dalam konteks niat menggunakan. Palsnya, penelitian ini juga penerapan dari implementasi teori yang sudah dipelajari peneliti selama masa perkuliahan.

## BAB II

### KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

#### 2.1 Donasi Hewan Kurban Online Menggunakan Aplikasi Kitabisa.com

Belum banyak yang mengetahui bahwa berdonasi atau menyumbang dilakukan dengan cara konvensional saja. Pengembangan fintech di Indonesia yang pesat juga menjadi perhatian bagi lembaga zakat, lembaga sosial maupun jenis *crowdfunding* lainnya guna menjadi fundraising. Dengan adanya lembaga-lembaga memiliki inovasi baru dengan bekerja sama dengan e-commerce, aplikasi online dan sejenisnya untuk mendapat manfaat dari fintech salah satunya seperti Kitabisa.com (Hidayat, 2019). Dengan adanya kemudahan fasilitas tersebut cenderung menjadi ketertarikan bagi masyarakat untuk menyalurkan donasi. Donasi atau menggalang dana merupakan tindakan guna mewadahi kumpulan dana atau uang yang mempunyai sifat sukarela tanpa adanya batasan serta imbalan ataupun mengharap keuntungan (Febriansyah, 2019).

Salah satunya Kitabisa.com melayani masyarakat dalam membayar kurban, bisa dengan mudah berdasarkan lokasi atau harga hewan yang mempermudah masyarakat tidak perlu mengunjungi ke pasar mencari hewan kurban (Nida, 2022). Apabila terjadi kesepakatan, hal tersebut juga sudah diawasi di mana apabila seseorang melakukan kurban lewat Kitabisa, akan mendapatkan e-mail konfirmasi dari pihak Kitabisa.com setelah pembayaran terverifikasi dan akan mengirimkan sertifikat serta foto kurban disertai nama lewat email (Nida, 2022)

## 2.2. Theory Technology Acceptance Model (TAM)

Peneliti mengadopsi *Theory Technology Acceptance Model* (TAM) atau Model Penerimaan Teknologi. *Theory Technology Acceptance Model* (TAM) menerangkan bahwasanya dalam memengaruhi suatu teknologi yang digunakan oleh pengguna yaitu dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan (Davis, 1989). Menurut Davis (1989) nantinya, kedua variabel tersebut dapat memprediksi sikap pengguna dalam menerima dan menggunakan sebuah teknologi.

Penelitian ini mengangkat lima variabel, yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, religiusitas dan niat. Pasalnya, penelitian ini terinspirasi dan dimodifikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Berakon et al. (2021) yang berjudul “*An expansion of the technology acceptance model applied to the halal tourism sector*” yang diterbitkan di dalam *Journal of Islamic Marketing*. Dalam penelitian ini, model Berakon et al. (2021) dimodifikasi dengan tidak menggunakan halal produk di mana dalam riset yang dilakukan oleh Berakon et al. (2021) menggunakan enam variabel. Peneliti juga melakukan modifikasi dengan mengganti niat untuk menggunakan aplikasi digital turis halal dengan niat donasi kurban online menggunakan Kitabisa. Pengembangan lainnya model TAM diaplikasikan untuk menjelaskan niat pelanggan untuk menggunakan pembayaran non-tunai pada industri perhotelan yang

dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan (Oztruk, 2016).

Kemudian penelitian ini juga telah dikembangkan berdasarkan penelitian terlebih dahulu yang dilakukan oleh Berakon et al. (2021), Aji et al. (2021), Wongtada (2020), Baabdullah et al (2019), dan Lock (2015). Adapun untuk melihat hasil penelitian secara lebih detail terdapat pada Tabel 2.1. sebagai berikut:

Tabel 2.1 Pemetaan Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Nama Penulis	Objek Penelitian
1.	2021	Berakon et al.	Niat Menggunakan Aplikasi Digital Pariwisata halal
2.	2021	Aji et al.	Online Infaq
3.	2020	Wongtada	Niat Menggunakan <i>Mobile E-Commerce</i>
4.	2020	Ridaryanto	Niat Menggunakan Dompot Digital
5.	2019	Baabdullah et al.	Niat Menggunakan <i>M-Banking</i>

## 2.3 Defnisi Variabel

### 2.3.1 Niat

Debabi (2015) menjelaskan niat merupakan sebuah faktor motivasi yang memengaruhi perilaku seseorang dalam melakukan sesuatu. Niat menggunakan didefinisikan oleh Davis (1989) yakni kecenderungan individu dalam keinginan untuk menggunakan jenis teknologi tertentu.

Niat menggunakan menurut Rahayu (2019) yakni kemauan dan dorongan yang tumbuh dari dalam diri individu untuk menentukan dan melakukan keputusan pilihannya. Adapun niat menggunakan menurut Anggraeni (2015) yakni merupakan kecenderungan seseorang dalam berperilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi.

Teo et al. (2014) menjelaskan niat menggunakan dalam risetnya sebagai keinginan atau pencerminan seorang pengguna untuk menggunakan teknologi di masa yang akan datang. Niat beli sering biasanya muncul dalam pikiran sebagai alasan pelanggan untuk melakukan pembelian atas barang yang hendak dibeli (Kusumawati, 2019). Adapun Niat beli didefinisikan oleh Suparna (2019) merupakan keinginan seseorang guna melakukan tindakan perilaku. Selain itu, Assael (1998) juga mendefinisikan niat beli sebagai tindakan perilaku yang menunjukkan respon terhadap obyek atau menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian.

### **2.3.2 Persepsi Kegunaan**

Persepsi kegunaan yang didefinisikan oleh Davis, (1989) merupakan tingkatan kepercayaan seseorang terhadap apabila menggunakan sistem tertentu untuk meningkatkan kinerjanya. Adapun menurut Alafeef (2011) persepsi kegunaan merupakan besaran apa yang dirasakan seseorang mempercayai dalam penggunaan sistem akan meningkatkan kemampuan kinerjanya. Definisi lainya menurut Darma

(2017) persepsi kegunaan menunjukkan sebuah tingkatan pada individu untuk mempercayai penggunaan sistem tertentu guna meningkatkan kinerja dan prestasi kerja.

Persepsi kegunaan menurut Jahangir & Begum (2008) yakni probabilitas seorang pengguna dapat menyelesaikan pekerjaannya menggunakan teknologi. Keni (2020) menjelaskan bahwa persepsi kegunaan yakni manfaat yang dirasakan seorang konsumen atau masyarakat yang mempercayai bahwasanya teknologi yang akan mereka gunakan akan meningkatkan kualitas pekerjaan atau aktivitas seseorang.

### **2.3.3 Persepsi Kemudahan**

Menurut definisi Islami et al. (2021) persepsi kemudahan adalah keadaan seseorang atau individu dalam menerapkan suatu sistem teknologi informasi tidak mengeluarkan banyak usaha dan juga tidak sulit dalam penggunaannya. Persepsi kemudahan juga diartikan sebagai tingkatan di mana seseorang memiliki kepercayaan dalam menggunakan sebuah teknologi atau sistem tertentu akan terbebas dari upaya atau usaha (Naufaldi & Tjokrosaputro, 2020).

Tanamal, (2021) berpendapat, bahwasanya persepsi kemudahan merupakan indikasi dari sebuah kepercayaan untuk mengambil keputusan apabila dalam penggunaannya dapat dilakukan dengan mudah bagi penggunanya. Menurut Cudjoe et al. (2015) mengartikan persepsi kemudahan sebagai penggunaan teknologi tertentu akan bebas dari upaya.



Davis (1989) juga menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana individu percaya untuk menggunakan sistem atau inovasi tertentu yang dalam penggunaannya akan bebas dari usaha fisik dan mental.

#### **2.3.4 Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan keyakinan integritas, kebajikan, kompetensi dan kemampuan yang dimiliki seseorang terhadap orang lain (Naufaldi & Tjokrosaputro, 2020). Kepercayaan juga berarti kesediaan untuk setia kepada penyedia layanan yang terdapat harapan positif terhadap perilaku penyedia layanan di masa depan (Zhou, 2011). Moorman (1993) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan bagi individu untuk berharap dengan adanya pertukaran dirinya dengan pihak lainnya karena adanya keyakinan.

Kepercayaan juga diartikan sebagai kesediaan dalam kemampuan, integritas dan motivasi pihak lain untuk bertindak berupaya memenuhi kebutuhan dan kepentingan seseorang sesuai kesepakatan bersama (Sheth dan Mittal, 2004). Adapun Ejdys (2018) menjelaskan kepercayaan merupakan keyakinan, harapan, dan kesediaan seseorang untuk dipengaruhi oleh orang lain atau sesuatu.

#### **2.3.5 Religiusitas**

Makna religiusitas (religiosity) berasal dari bahasa Inggris “religion” berarti agama, yang kemudian menjadi kata sifat “religios”

yang berarti agamis atau saleh. Religiusitas dapat didefinisikan sebagai karakteristik pribadi seseorang yang menggambarkan diri sendiri mengenai personalitas sebagai internalisasi nilai- nilai religiusitas yang diperoleh dari nilai yang terkandung dalam religiusitas (Usman, 2020). Religiusitas yang di definisikan oleh Asih (2015) yakni merupakan nilai sakral dan suci yang memiliki pengaruh yang kuat pada pengalaman emosi seseorang, perilaku, pemikiran dan perasaan psikologis yang baik. Adapun pengertian lainnya yang diartikan oleh Rois (2016) bahwa religiusitas merupakan gambaran keberagamaan dan pemahaman, kekuatan, keyakinan, serta penerapan kaidah atas agama yang diyakininya.

## **2.4 Pengembangan Hipotesis**

### **2.4.1 Persepsi Kegunaan dan Niat Berdonasi**

*Theory Technology Acceptance Model* (TAM) sering kali diterapkan untuk menjelaskan diterimanya sebuah teknologi yang dapat digunakan bagi penggunaanya (Davis, 1989). Persepsi kegunaan yang didefinisikan oleh Tsarenko (2012) sebagai penilaian orang tentang keputusan individu yang apabila akan menggunakan atau menerapkan teknologi tertentu menguntungkan bagi individu.

Adapun *Theory Technology Acceptance Model* (TAM) juga sering diterapkan dan digunakan dalam riset yang dilakukan oleh Chawla & Joshi (2019) menjelaskan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan *mobile wallet*. Spesifik hasil dalam penelitian

yang dilakukan oleh Mehrad & Mohammadi (2017) bahwasanya persepsi kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan *m-banking* pada masyarakat Iran. Berbeda hal dengan penelitian yang dilakukan oleh Eriksson et al., (2005) persepsi kegunaan tidak berpengaruh niat nasabah Estonia menggunakan *internet banking*. Hal tersebut juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Baabdullah et al. (2019) bahwasanya persepsi kegunaan tidak memengaruhi niat seseorang menggunakan *m-banking* di Saudi Arabia.

Keinginan seorang individu dalam menggunakan dan mengimplikasikan sebuah teknologi yang diharapkan dalam penggunaan teknologi tersebut, berupa seberapa besar teknologi yang digunakan dapat mempermudah penggunaannya dan dapat menyelesaikan tugas seorang individu. Dalam konteks penelitian ini, apabila seseorang menggunakan donasi kurban online dengan mudah penggunaannya dan dapat membantu penyelesaian seorang individu yang ingin bekurban maka akan meningkatkan niat seseorang untuk melakukan donasi hewan kurban online. Dengan kata lain, dampak dari penggunaan teknologi yang baik jelas akan meningkatkan niat berdonasi. Dengan demikian, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

**H1: Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat donasi hewan kurban online menggunakan aplikasi Kitabisa.com**

#### 2.4.2 Persepsi Kemudahan dan Niat Berdonasi

Persepsi kemudahan dianggap kemudahan dalam penggunaannya, tidak sulit untuk dipahami, dipelajari atau dioperasikan (Rogers EM, 1983). Persepsi kemudahan juga didefinisikan sebagai penggunaan sistem yang dalam penggunaannya dipercaya bebas dari usaha (Doll et al., 1998).

Secara empiris yang dilakukan oleh Hwang (2018) bahwa dalam niat penggunaan m-banking, terdapat peningkatan tingkat persepsi konsumen terhadap aspek yang berkaitan dengan persepsi kemudahan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Purnama (2012) didapati hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh paling besar dalam memengaruhi niat konsumen menggunakan *mobile payment*. Spesifik hasil yang dilakukan oleh Aprilia (2019) bahwasanya persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat seseorang menggunakan *e-commerce* pada UMKM di Kota Bengkulu. Hal serupa juga didapati oleh riset yang dilakukan oleh Mansour (2016) bahwasanya persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap niat dalam konteks niat penggunaan *internet banking*.

Persepsi kemudahan dalam penggunaannya dapat dirasakan oleh seorang individu dan bebas dari kesulitan dalam penggunaan sebuah teknologi. Semakin mudah dan bebas dari sulit sebuah teknologi yang digunakan dalam mengaplikasikannya maka mudah bagi seseorang untuk ingin menggunakannya. Maka dari itu, jelas ketika semakin banyak didapatkan kemudahan yang dapat dirasakan dari penggunaan aplikasi

Kitabisa.com akan mempermudah dan meningkatkan niat seseorang dalam berdonasi hewan kurban online. Pasalnya, semakin tinggi kemudahan dalam penggunaan aplikasi tersebut akan meningkatkan niat donasi online hewan kurban bagi masyarakat Muslim. Dengan demikian, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

**H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat donasi online hewan kurban menggunakan aplikasi Kitabisa.com**

#### **2.4.3 Persepsi Kepercayaan dan Niat Berdonasi**

Kepercayaan yakni pengetahuan dan pengalaman konsumen terhadap objek, atribut, dan manfaatnya (Adji, 2015). Kepercayaan juga didefinisikan oleh Siregar (2019) sebagai kesediaan individu untuk mengandalkan individu lain untuk bertindak guna memenuhi kebutuhan dan kepentingan seseorang.

Secara empiris, niat menggunakan *mobile-wallet* pada masyarakat India dipengaruhi oleh kepercayaan (Joshi, 2019). Spesifik hasil yang didapatkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Park (2007) menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap niat konsumen untuk membeli barang baik jasa maupun produk yang ditawarkan oleh perusahaan dalam konteks pemberian layanan untuk konsumen. Berbeda hasil yang diperoleh oleh penelitian yang didapati dalam riset Loh et al. (2021) bahwa kepercayaan tidak memengaruhi niat orang dalam menggunakan *mobile payment*.

Dalam konteks penelitian ini, niat berdonasi online hewan kurban menggunakan aplikasi Kitabisa.com merupakan solusi untuk membantu seseorang Muslim untuk melakukan kurban online efektif dan efisien. Apabila *platform crowdfunding* yang diberikan dapat membantu menyelesaikan apa yang diinginkan masyarakat Muslim untuk berdonasi, maka akan meningkatkan kepercayaan seseorang untuk melakukan niat berdonasi. Dengan kata lain, tingkat kepercayaan yang tinggi untuk berdonasi online hewan kurban juga akan meningkatkan niat berdonasi masyarakat Muslim menggunakan aplikasi Kitabisa.com. Dengan demikian, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

**H3: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat donasi online hewan kurban dengan aplikasi Kitabisa.com**

#### **2.4.4 Persepsi Religiusitas dan Niat Berdonasi**

Religiusitas menurut Crapss (1994) merupakan sistem pemikiran dan sebuah tindakan pada individu untuk acuan dalam memberikan arahan dan pandangan hidup yang dipercayai oleh individu. Nashori (2012) mendefinisikan religiusitas yakni pandangan mengenai pengetahuan keimanan, implementasi ibadah dan akhlak dan pemahaman atas agama yang dipegang. Adapun menurut Glock (1998) menjelaskan religiusitas yakni keyakinan pada dalam diri mengenai ajaran agama tertentu yang diperoleh dari ajaran agama itu untuk diterapkan kehidupan sehari-hari dalam kehidupan masyarakat.

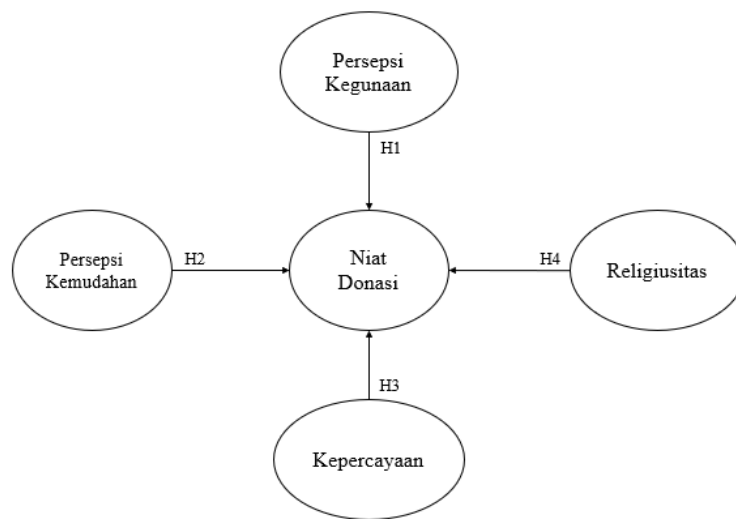
Menurut Rois (2016) religiusitas merupakan interpretasi keberagaman dan pemahaman individu mengenai pengetahuan, kekuatan keyakinan, dan penerapan kaidah atas agama yang dianutnya. Secara empiris, penelitian yang dilakukan oleh Berakon et al., (2021) justru tingkat religiusitas tidak memengaruhi niat seseorang untuk menggunakan aplikasi pariwisata halal. Berbeda hal dengan penelitian yang dilakukan oleh Saptasari & Aji (2020) justru niat menggunakan Bank Islam dipengaruhi oleh religiusitas seseorang.

Religiusitas diartikan mengenai ketaatan, keyakinan, dan pengetahuan seorang individu yang mengandung nilai agama di dalamnya. Seseorang yang religius dalam menjalankan kehidupannya berdasarkan keyakinan untuk memilih benar atau tidaknya sesuai apa yang diyakininya. Dalam penelitian ini, semakin tinggi tingkat religiusitas yang dimiliki oleh individu dan meyakini dalam sikap seorang muslim dalam melaksanakan kurban, akan meningkatkan sikap individu muslim dalam niat berdonasi online hewan kurban menggunakan aplikasi Kitabisa.com. Dengan demikian, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

**H4: Religiusitas berpengaruh positif terhadap niat donasi online hewan kurban dengan aplikasi Kitabisa.com**

## 2.5 Model Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka model penelitian yang dapat diformulasikan dapat dilihat pada Gambar 2.1. sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan modifikasi penelitian yang dilakukan oleh Berakon et al. (2021) yang berjudul "An expansion of the technology acceptance model applied to the halal tourism sector" yang diterbitkan di dalam *Journal of IslamicMarket*.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Penelitian skripsi ini dilakukan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Mulyadi (2013) umumnya menggunakan desain eksplanasi, di mana objek telaahan penelitian eksplanasi digunakan untuk menguji hubungan antar-variabel yang dihipotesiskan. Pada penelitian ini, peneliti mengangkat objek penelitian yakni niat donasi hewan kurban online menggunakan aplikasi Kitabisa.com. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta dan sekitar.

Peneliti dalam mengumpulkan data primer untuk mengidentifikasi hubungan maupun pengaruh antara variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, religiusitas dan niat donasi. Data primer penelitian ini didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan *Google Form* yang disebarakan secara online melalui *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Line*. *Instagram* sangat membantu peneliti mendapatkannya. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner melalui *WhatsApp* dan *Line* dilakukan dengan cara membagikan akses *link* kuesioner yang telah diberikan kepada kerabat dan keluarga baik personal maupun ke grup Sekaran & Roger (2013) mengartikan kuesioner adalah daftar kumpulan pertanyaan yang tertulis

dan dirumuskan peneliti di mana nantinya responden mencatat jawaban yang telah dilakukan dalam alternatif yang dijelaskan oleh peneliti.

### 3.2 Populasi Dan Sampel

Populasi menurut Supardi (1993) merupakan suatu kesatuan individu atau subyek dalam wilayah dan waktu yang memiliki kualitas tertentu dan hendak diteliti atau dicermati. Menurut Shukla (2020) mengartikan populasi sebagai kumpulan dari semua unit yang didapatkan dari karakteristik setiap variabelnya hendak diteliti dan dapat dikembangkan Populasi pada penelitian ini merupakan masyarakat umum di Kota Yogyakarta dan sekitar. Maka dari itu, peneliti perlu melakukan *sampling* dikarenakan masyarakat di Yogyakarta merupakan subjek penelitian yang luas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *sampling* non-probabilitas dengan teknik *convenience sampling*. *convenience Sampling* merupakan informasi atau data penelitian diperoleh dari anggota populasi yang didapat dengan mudah, cepat, dan efisien. Penelitian skripsi ini menyesuaikan untuk mencari responden yang mereka beragama Islam.

Supardi (1993) menjelaskan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang menjasi subjek penelitian atau merupakan perwakilan dari populasi. Sampel nantinya akan mempresentasikan karakteristik dari populasi. Pemilihan sampel untuk memperkirakan karakteristik populasi disebut juga *sampling* (Kabir, 2016). Adapun dalam penelitian ini menggunakan ukuran sampel yang mengacu pada rumus yang

dikemukakan oleh Roscoe (1975) di mana dalam penelitian ini terdapat 15 total item pertanyaan, sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

- Ukuran sampel minimal:  $5 \times \text{jumlah item} = 5 \times 19 = 95$
- Ukuran sampel maksimal:  $10 \times \text{jumlah item} = 10 \times 19 = 190$

Berdasarkan pada perhitungan di atas, maka penelitian ini menggunakan ukuran sampel maksimal sebanyak 190 responden.

### **3.3 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel**

#### **3.3.1 Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Donasi Hewan Kurban Online**

Keni (2020) menjelaskan bahwa persepsi kegunaan merupakan manfaat yang dirasakan seorang konsumen atau masyarakat percaya terhadap teknologi yang akan mereka gunakan akan meningkatkan kualitas pekerjaan atau aktivitas seseorang. Secara operasional, persepsi kegunaan yakni manfaat yang dirasakan seorang konsumen atau masyarakat dalam menggunakan aplikasi Kitabisa.com akan meningkatkan kualitas pekerjaan atau aktivitas individu. Adapun item pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian Mohammadi (2017) dan Zhou (2014). Item pengukuran dapat dilihat pada Tabel 3.1.

**Tabel 3.1 Item Kegunaan**

No	Item
1.	Menggunakan aplikasi Kitabisa.com mempercepat saya untuk melakukan donasi hewan kurban online
2.	Penggunaan aplikasi Kitabisa.com akan berguna bagi saya untuk melakukan donasi hewan kurban online
3.	Saya berpikir bahwa menggunakan aplikasi Kitabisa.com akan meningkatkan cara saya melakukan donasi hewan kurban online
4.	Aplikasi Kitabisa.com akan meningkatkan produktivitas saya melakukan donasi hewan kurban online

### **3.3.2 Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Donasi Hewan Kurban Online**

Persepsi kemudahan merupakan tingkatan seseorang memiliki kepercayaan dalam menggunakan sebuah teknologi atau sistem tertentu akan terbebas dari upaya atau usaha (Naufaldi & Tjokrosaputro, 2020). Secara operasional, kemudahan menggunakan aplikasi Kitabisa.com akan terbebas dari upaya atau usaha dalam berdonasi hewan kurban online. Adapun item pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian Berakon et al. (2021), (Mehrad & Mohammadi, 2017), . Item pengukuran dapat dilihat pada Tabel 3.2.

**Tabel 3.2 Item Kemudahan**

No	Item
1.	Pelayanan pada aplikasi Kitabisa.com sangat jelas dan mudah dipahami untuk melakukan donasi hewan kurban online
2.	Aplikasi Kitabisa.com tidak memerlukan banyak usaha untuk melakukan donasi hewan kurban online
3.	Aplikasi Kitabisa.com mudah untuk melakukan donasi hewan kurban online
4.	Saya bisa menggunakan Aplikasi Kitabisa.com dengan mudah untuk melakukan donasi hewan kurban online

### **3.3.3 Kepercayaan Terhadap Niat Donasi Hewan Kurban Online**

Kepercayaan merupakan kesediaan untuk setia kepada penyedia layanan yang terdapat harapan positif terhadap perilaku penyedia layanan di masa depan (Zhou, 2011). Secara operasional, kesetiaan terhadap menggunakan aplikasi Kitabisa.com dimasa depan yang akan membantu individu dalam berdonasi hewan kurban online merupakan kepercayaan bagi individu. Adapun item pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian (Mehrad & Mohammadi, 2017). *Item* pengukuran dapat dilihat pada Tabel 3.3.

**Tabel 3.3 Item Kepercayaan**

No	Item
1.	Saya percaya aplikasi Kitabisa.com dapat diandalkan
2.	Aplikasi Kitabisa.com dibuat untuk untuk membantu masyarakat Muslim berdonasi hewan kurban online
3.	Saya percaya aplikasi Kitabisa.com dapat memenuhi kebutuhan saya dalam berdonasi hewan kurban online
4.	Saya percaya aplikasi Kitabisa.com peduli dengan keinginan masyarakat untuk donasi hewan kurban online

#### **3.3.4 Religiusitas Terhadap Niat Donasi Hewan Kurban Online**

Rois (2016) menjelaskan bahwa religiusitas merupakan gambaran keberagamaan kekuatan, keyakinan, serta penerapan kaidah atas agama yang diyakininya. Secara operasional gambaran keberagamaan, kekuatan, keyakinan serta penerapan kaidah agama yang diyakini oleh individu menggunakan aplikasi Kitabisacom dalam berdonasi hewan kurban online. Adapun item pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian (Nurhayati & Hendar, 2020). *Item* pengukuran dapat dilihat pada Tabel 3.4.

**Tabel 3.4 Item Religiusitas**

No	Item
1.	Islam menjawab pertanyaan tentang arti berkorban
2.	Saya sering membaca hal yang berkaitan dengan berkorban dalam Islam
3.	Saya menghabiskan waktu untuk mengetahui makna berkorban
4.	Penting bagi saya untuk melakukan berkorban

### 3.3.5 Niat Donasi Hewan Kurban Online

Niat menggunakan menurut Davis (1989) menunjukkan kecenderungan individu dalam keinginan untuk menggunakan jenis teknologi tertentu. Secara operasional, niat menggunakan aplikasi Kitabisa.com menunjukkan kecenderungan individu dalam keinginan melakukan donasi kurban online. Adapun item pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian Berakon et al. (2021). *Item* pengukuran dapat dilihat pada Tabel 3.5.

**Tabel 3.5 Item Niat**

No	Item
1.	Saya berencana untuk berdonasi hewan kurban online menggunakan aplikasi Kitabisa.com
2.	Saya besar kemungkinan akan berdonasi hewan kurban online menggunakan aplikasi Kitabisa.com
3.	Saya berniat untuk berdonasi hewan kurban online menggunakan aplikasi Kitabisa.com

### 3.4 Jenis Dan Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner diberikan secara langsung kepada responden yang belum pernah melakukan donasihewan kurban online. Kuesioner yang digunakan mengacu pada variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, religiusitas, dan niat. Peneliti menggunakan pengukuran hasil dari responden berbentuk skala likert guna menganalisis seberapa kuat responden yang menyetujui suatu pernyataan (U. Sekaran & Roger, 2013). Penetapan skor yang diberikan dalam kuesioner ini diukur dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Berikut skor pada skala likert:

Skor 1: Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2: Tidak Setuju (TS)

Skor 3: Netral (N)



Skor 4: Setuju (S)

Skor 5: Sangat Setuju (SS)

Selanjutnya, kuesioner pada penelitian ini dibagi menjadi 5 bagian, yaitu:

Bagian 1: Pertanyaan mengenai persepsi kegunaan

Bagian 2: Pertanyaan mengenai persepsi kemudahan

Bagian 3: Pertanyaan mengenai kepercayaan

Bagian 4: Pertanyaan mengenai religiusitas

Bagian 5: Pertanyaan mengenai niat

#### **3.4.1 Pilot Test**

Pada penelitian diperlukan uji kelayakan instrumen untuk membuktikan penelitian nantinya dapat memenuhi validitas dan reliabilitas yang layak untuk dilakukan atau tidak. Polit et al. (2001) menjelaskan pembuktian instrument atau uji kelayakan peneliti dilakukan dengan uji pilot test menggunakan skala bersi kecil atau uji coba pada penelitian utama. Hal tersebut digunakan untuk menghindari penelitian utama dapat gagal atau apakah metode ataupun instrumen tidak sesuai (Hundley et al, 2002). Dalam penelitian ini, uji pilot test akan membutuhkan 50 responden yang akan diolah menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) dengan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Hal tersbut guna mengetahui bahwasanya

indikator dalam kuesioner telah valid dan reliabel untuk pengujian. Adapun penjelasan pengujian yang dilakukan untuk menguji setiap butir pertanyaan pada kuesioner sebagai berikut:

### 3.4.2 Uji Validitas

Saletti-cuesta et al. (2020) menjelaskan bahwasanya validitas berasal dari kata *validity* berartikan kemampuan ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur dapat melakukan fungsinya dengan baik. Menurut Saletti-cuesta et al. (2020) tes yang memenuhi validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi pengukuran yang tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan alat bantu *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) sebanyak 50 responden dengan melakukan perbandingan antara nilai r-hitung dengan r-tabel pada degree of freedom ( $df = n-2$  n adalah jumlah sampel serta tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% agar menunjukkan signifikansi berdasarkan statistik tertentu. Bahri (2018) menjelaskan bahwa pengukuran uji validitas yang valid apabila nilai r hitung  $\geq$  r tabel.

**Tabel. 3.1 Uji Validitas**

Sumber: Olah Data (2022)

Berdasarkan Tabel 3.1 dari Hasil Uji Validitas pada 50 sampel responden,

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<b>Persepsi Kegunaan</b>	PG1	.478	0,279	Valid
	PG2	.567	0,279	Valid
	PG3	.743	0,279	Valid
	PG4	.664	0,279	Valid
<b>Persepsi Kemudahan</b>	PK1	.749	0,279	Valid
	PK2	.692	0,279	Valid
	PK3	.732	0,279	Valid
	PK4	.643	0,279	Valid
<b>Kepercayaann</b>	K1	.571	0,279	Valid
	K2	.555	0,279	Valid
	K3	.623	0,279	Valid
	K4	.583	0,279	Valid
<b>Religiusitas</b>	R1	.522	0,279	Valid
	R2	.739	0,279	Valid
	R3	.559	0,279	Valid
	R4	.702	0,279	Valid
<b>Niat Beli</b>	N1	.685	0,279	Valid
	N2	.708	0,279	Valid
	N3	.670	0,279	Valid

semua item pernyataan menunjukkan hasil bahwa nilai  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada kuesioner valid.

### 3.4.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang menjelaskan sebuah pengukuran dapat dipercaya apabila dalam melakukan pengukuran terhadap objek yang sama, akan mendapatkan hasil pengukuran yang relatif sama (Saletti-cuesta et al., 2020). Dengan kata lain, reliabilitas ini menjelaskan apakah variabel yang diukur akan konsisten terhadap tujuan pengukurannya atau cenderung konsisten. Pengujian reliabilitas menggunakan software *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) memiliki kriteria syarat yang dapat menunjukkan hasil nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  0,6 (Ghozali, 2018).

**Tabel 3.2 Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Standart Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<b>Persepsi Kegunaan</b>	0.66	0,6	Reliabel
<b>Persepsi Kemudahan</b>	0.76	0,6	Reliabel
<b>Kepercayaan</b>	0.79	0,6	Reliabel

<b>Religiustas</b>	0.72	0,6	Reliabel
<b>Niat Beli</b>	0.82	0,6	Reliabel

Sumber: Olah data (2022)

Tabel 3.2 menunjukkan hasil *Cronbach's Alpha* didapati hasil bahwa keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini seperti Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Religiusitas, dan Niat Beli memiliki nilai  $> 0,6$  (sesuai dengan kriteria). Hasil dari Tabel 3.4 menunjukkan bahwa jawaban dari setiap responden dalam kuesioner ini, pada keseluruhan variabel reliabel. Maka dari itu, kuesioner ini dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya oleh peneliti.

### 3.5 Metode Analisis Data

#### 3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif merupakan pengelompokan, pengaturan, mengurutkan data atau memisahkan data sehingga data mudah untuk digunakan. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis dan memberi penjelasan data yang telah diperoleh dari hasil profil responden (subjek penelitian) di mana peneliti menyajikan berupa grafik tabel dan diagram. Bahri (2018) menjelaskan analisis deskriptif menghasilkan gambaran dari sekumpulan data yang telah dilakukannya pengamatan agar mudah dipahami, dibaca, dan digunakan sebagai informasi (Bahri, 2018). Peneliti menggunakan data yang diperoleh dari kuesioner yang telah dikumpulkan, kemudian diolah dengan cara memberikan bobot penilaian dari setiap pernyataan berdasarkan skala

likert (tertinggi adalah 5 dan skor terendah 1). Lebih lanjut, dapat dihitung nilai interval dari setiap variabel, yaitu:

$$Interval = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Selanjutnya, kriteria penilaian variabel dapat ditunjukkan pada tabel 3.8 sebagai berikut:

**Tabel. 3.6 Skala Deskriptif Variabel**

Interval	Kategori
1.00–1.80	Sangat Rendah
1.81–2.60	Rendah
2.61–3.40	Cukup Tinggi
3.41–4.20	Tinggi
4.21–5.00	Sangat Tinggi

Sumber: Olah data (2022)

### 3.5.2 Analisis Statistik

Riset ini menggunakan pendekatan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM). Menurut Putlely et al. (2021) *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah salah satu teknik analisis statistik guuna membangun dan menguji model statistik dalam bentuk model-model sebab akibat. Pada *Structural Equation Modeling* (SEM) terdapat tiga hal yang dilakukan dalam pengujian yakni mengetahui validitas dan

reliabilitas, mengetahui model antar variabel, dan mendapat model yang cocok untuk prediksi (Elfaroby, 2020).

Peneliti dalam melakukan membuktikan hipotesis dengan dikalkulasikan dengan perhitungan *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan bantuan aplikasi Smart-PLS dengan melakukan dua pengujian yakni model dan estimasi model. Terdapat dua pengujian model yakni *inner model* (model dalam) dan *outer model* (model luar). Peralnya, kesesuaian model (*goodness-of-fit*) pada kedua model memiliki indikatornya masing-masing. Pada pengujian *outer model* (model luar), dalam pengujian menggunakan indikator *Average Variance Extracted* (AVE), *Square Roots AVE*, *Cross Loadings*, *Cronbach Alpha* (CA), dan *Composite Reliability* (CR). Apabila model dalam (*inner model*) pengujian dilakukan dengan menggunakan Koefisien Determinasi (R-Square) dan *Predictive Relevance* (Q Square) di mana kemudian estimasi model dilakukan dengan hasil *Bootstrapping*. Berikut penjelasan untuk menganalisis data yang diperoleh pada SmartPLS, yakni:

### **3.5.2.1 Kesesuaian Model Luar (*Outer Model*)**

Outer Model menjelaskan bagaimana setiap blok indikator memiliki hubungan dengan variabel latennya dan blok dengan indikator memiliki hubungan dengan variabel latennya (Tyas & Darma, 2017).

## 1. Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan keunikan suatu konstruk mengacu pada fenomena yang diterima oleh konstruk tersebut terdapat keunikan dan tidak dimiliki oleh konstruk lain (J. Hair et al., 2017). Sama hal pendapat yang disampaikan oleh Astuti & Prijanto, (2021) validitas diskriminan yakni pengujian guna memastikan setiap variabel laten berbeda dengan variabel laten lainnya. Kriteria pengujian validitas diskriminan menggunakan ukuran *cross loading factor* dengan membandingkan nilainya pada konstruk yang lainnya harus bernilai lebih besar dari konstruk lain menurut pendekatan Claes Fornell & Larcker (1981), Pasalnya, nilai *discriminant validity* yang baik juga memiliki nilai Average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk dikuadratkan dan mendapatkan nilainya lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi dengan nilai AVE yang diharapkan  $> 0,5$ .

## 2. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen guna untuk meninjau apakah pengukur-pengukur suatu konstruk berkorelasi tinggi item dengan pengukuran dari konstruk yang sama (J. Hair et al., 2017). Parameter yang digunakan dalam pengukuran validitas konvergen menggunakan evaluasi *convergent validity* yang dapat ditunjukkan melalui *standardized loading factor* yang menunjukkan hasil besaran dari korelasi yang terbentuk dari setiap indikator dan konstruknya. Kriteria pengukuran sangat bervariasi, namun



mengacu pada Hair et al (2017) untuk memenuhi kriteria penilaian dari setiap faktor loading sebesar  $\geq 0,5$  untuk memenuhi kriteria validitas konvergen.

### 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas guna mengetahui konsistensi alat ukur dengan menguji akurasi serta konsistensi dalam melakukan pengukuran (Jogiyanto, 2015).

Uji reliabilitas nantinya ditinjau dengan dua proses, yakni mengukur *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Kriteria untuk standar minimum skor koefisiensi yang disyaratkan pada pengujian *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* memiliki nilai sebesar  $> 0,7$  (J. Hair et al., 2017). Adapun dalam pengukuran *Cronbach's alpha* digunakan untuk mengukur batas bawah dari nilai reliabilitas sebuah konstruk dan *Composite Reliability* digunakan untuk mengukur reliabilitas sebuah konstruk.

#### 3.5.2.2 Estimasi Model Struktural (*Inner Model*)

Estimasi Model Struktural (*Inner Model*) berfungsi guna memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten serta mengukur parameter t-statistik.

##### 1. *Path Coefficient*

Path Coefficient menunjukkan besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang ditunjukkan dengan

*Coefficient determination* (R-Square) guna mengukur sejumlah variabel lain agar dapat memenuhi variabel independen. Ghozali (2014) menjelaskan bahwa semakin besar nilai R-Square menunjukkan nilai pemodelan yang baik dengan hasil R-Square  $> 0,67$  (kategori baik), hasil dari R-Square antara  $0,33-0,67$  (kategori sedang) dan R-Square sebesar  $0,19-0,33$  (kategori yang lemah).

## **2. Goodness of Fit**

Pada *Good of Fit* peneliti menggunakan nilai *Q-square* di mana menjelaskan tingkat nilai yang akan dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Kriteria penilaian yang memenuhi dalam *Q-Square* harus menunjukkan nilai lebih dari nol untuk menunjukkan kuat atau tidaknya hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen (Hair et al, 2017). Adapun penjelasan Ghozali (2016) nilai koefisien determinasi yakni antara 0 dan 1. Pasalnya, dalam memprediksi kuat dan lemah pada sebuah variabel dengan kriteria penilaian lemah apabila hasil yang didapatkan sebesar 0.25, kategori moderat dengan hasil sebesar 0.50. dan kategori tinggi ditunjukkan nilai 0.75 dan mendekati 1.

## **3. Pengujian Hipotesis**

Aplikasi Smart-PLS, pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui nilai signifikansi berdasarkan nilai T-Value dan nilai P-Value. Kriteria skor yang disyaratkan dalam pengujian hipotesis, apabila menunjukkan signifikansi hipotesis dengan menunjukkan  $>1,96$  (lebih besar dari 1,96)

dan untuk P-value ditunjukkan dengan nilai  $<0,050$  (lebih kecil dari 0,050) (Ghozali, 2014). Maka dari itu, dengan adanya Pengujian Hipotesis, peneliti dapat mengetahui signifikansi dan arah hubungan dari kedua variabel yang akan dihasilkan apakah positif atau negatif.



## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan selanjutnya pada bab ini, peneliti menguraikan mengenai hasil pengolahan data dan pembahasannya. Pasalnya, dalam bab ini akan membahas mengenai karakteristik responden, Pengujian *Inner Model* dan *Outer Model* menggunakan alat bantu *SmartPLS*. Adapun hasil dari pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menjadi dasar pengujian hipotesis pada penelitian ini.

#### 4.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan responden yang ditentukan dengan kriteria *convenience sampling* yakni responden Muslim dan belum pernah menggunakan aplikasi Kitabisa.com untuk melakukan donasi hewan kurban online. Jika mendapati responden yang bukan Muslim dan sudah pernah menggunakan aplikasi Kitabisa.com untuk melakukan donasi hewan kurban online akan tersaring dalam kriteria syarat pengisian penelitian ini. Peneliti mendapatkan responden dengan melakukan penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan *Google Form*, maka peneliti mendapatkan *respond rate*-nya sebesar 100%.

##### 4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terdiri laki-laki dan perempuan. Maka data yang diperoleh seperti pada tabel 4.1 berikut dengan sebanyak 190 responden:

**Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	110	57.9%
Laki-Laki	80	24.1%
Total	190	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan data pada table 4.1 menunjukkan hasil pada jumlah jenis kelamin perempuan dari keseluruhan sampel sebesar 190 responden atau 57.9% dari total keseluruhan sampel. Adapun untuk jenis kelamin laki-laki pada sebesar N=80 atau setara dengan 24.1% dari total keseluruhan responden.

#### 4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia

Peneliti menggolongkan menjadi empat kategori dalam karakteristik responden berdasarkan usia, yaitu <20 Tahun, 21-30, 31-40 Tahun dan >41 Tahun. Maka peneliti memperoleh data dari 190 responden seperti pada tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 Tahun	41	21.6%
21-30 Tahun	144	75.8%
31-40	3	1.6%
>41 Tahun	2	1.1%
<b>Total</b>	<b>190</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Tabel 4.2 menjelaskan bahwa responden berdasarkan karakteristik usia didominasi dengan rentang usia 21-30 Tahun sebanyak 144 responden atau setara dengan 75.8% dari total keseluruhan sampel. Sedangkan untuk responden dengan usia < 20 tahun didapati hasil dengan N= 41 setara 21.6%, responden usia 31-40 tahun didapati hasil dengan N=3 setara 1.6% dan responden usia >40 tahun didapati hasil dengan N=2 setara 1.1%.

#### 4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Lokasi

Peneliti menggolongkan karakteristik lokasi di lima wilayah dari total 190 responden:

**Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Lokasi**

Tempat Tinggal	Jumlah	Persentase
Jawa dan Sekitar	176	92.6%
Sumatera dan Sekitar	5	2.6%
Kalimantan dan Sekitar	8	4.2%
Bali, Lombok, NTT	1	0.5%

Data Primer Diolah (2022)

#### 4.3 Karakteristik Berdasarkan Tempat Tinggal

Berdasarkan kategori lokasi responden yang didapatkan juga berbeda-beda. Pada penelitian ini, hasil responden didominasi di Lokasi Jawa dan sekitar sebanyak 176 responden atau setara dengan 92.6%. Kemudian responden juga tersebar di beberapa wilayah yakni, di Pulau

Kalimantan dan Sekitar (N= 8 atau setara dengan 4.2%), Pulau Sumatera dan Sekitar (N = 5 atau setara dengan 2.6%), dan Bali, Lombok, NTT (N=1 atau setara dengan 0.5%)

#### 4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir peneliti membagi menjadi 4 karakteristik dari total 190 responden, maka diperoleh data pada tabel 4.4 sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SMA/SMK/Sederajat	114	60%
D1/D3/D4/Sederajat	8	4.2%
S1/S2/S3	68	35.8%
Total	190	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Tabel 4.5 menunjukkan hasil karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir. Mayoritas responden berpendidikan SMA/SMK/Sederajat dengan jumlah responden 114 atau setara dengan 60% dari total keseluruhan. Kemudian disusul dengan berpendidikan S1/S2/S3 sebanyak 68 atau setara dengan 35.8% dari total keseluruhan responden. Sisanya dalam penelitian ini didapatkan oleh karakteristik berdasarkan pendidikan D1/D3/D4/Sederajat.

#### 4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Peneliti menggolongkan dalam delapan kategori dalam karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dari total 100 responden, pada tabel 4.5 ditunjukkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	131	68.9%
Karyawan Swasta	20	10.5%
PNS	2	1.1%
Wiraswasta	6	3.2%
IRT	5	2.6%
Belum Bekerja	11	5.8%
Freelance	15	7.9%
Total	190	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Didapati hasil pada Tabel 4.4 dalam karakteristik berdasarkan pekerjaan terkini didapatkan mayoritas responden beprofesi sebagai Pelajar/Mahasiswa/i sebanyak 131 responden atau setara dengan 68.9% dari total keseluruhan responden. Kemudian terbanyak kedua beprofesi sebagai karyawan swasta sebanyak 20 responden atau setara dengan 10.5% dari total keseluruhan responden.

#### 4.1.6 Karakteristik Berdasarkan Biaya Rata-rata yang dihabiskan sebulan

Peneliti membagi sebanyak lima kategori dalam karakteristik responden berdasarkan rata-rata pendapatan perbulan yang terdiri dari:



1. Kurang dari Rp 1.000.000 per bulan
2. Antara Rp 1.000.000-Rp3.000.000 per bulan
3. Antara Rp3.100.000–Rp5.000.000 per bulan
4. Lebih dari Rp5.000.000 per bulan

Berdasarkan dari hasil kuesioner sebanyak 150 responden, diperoleh data seperti pada tabel 4.6 berikut:

**Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan**

Rata-Rata Pengeluaran Perbulan	Jumlah	Persentase
Kurang dari Rp 1.000.000 per bulan	57	30%
Antara Rp 1.000.000-Rp3.000.000 per bulan	106	55.8%
Antara Rp3.100.000–Rp5.000.000 per bulan	21	11.1%
Lebih dari Rp. 5.000.000 per bulan	6	3.2%
Total	190	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan data pada tabel 4.6 mayoritas responden menghasbiskan sebanyak Rp 1.000.000-Rp3.000.000 per bulan sebanyak 106 responden atau setara dengan 55.8% dari total keseluruhan responden. Kemudian posisi kedua, bedasarkan karakteristik biaya rata-rata yang dihabiskan yakni kurang dari Rp 1.000.000 sebanyak 57 responden atau setara dengan 30% dari total keseluruhan responden. Djumpai pula responde dengan karakteristik pengeluaran biaya rata-rata

sebesar antara Rp3.100.000–Rp5.000.000 per bulan sebanyak 11,1% atau 21 responden. Sisanya yakni pengeluaran sebesar lebih dari Rp5.000.000 per bulan.

#### 4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memaparkan analisis jawaban setiap item pertanyaan yang terdapat pada variabel penelitian berdasarkan pada data yang diperoleh kemudian direkapitulasi dan dianalisis guna mendapatkan jawaban deskriptif pada item variabel penelitian ini yakni persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, religiusitas dan niat donasi. Variabel penelitian yang peneliti gunakan, responden menjawab menggunakan kriteria skala likert (nilai tertinggi adalah 5 dan nilai terendah adalah 1). Sehingga, perhitungan interval pada masing-masing variabel:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Kemudian kriteria penilaian terhadap variabel sebagai berikut:

1,00–1,80 = Sangat Rendah

1,81–2,60 = Rendah

2,61–3,40 = Cukup Tinggi

3,41–4,20 = Tinggi

4,21–5,00 = Sangat Tinggi

#### 4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan

Hasil analisis deskriptif responden terhadap Variabel Persepsi Kegunaan ditunjukkan pada tabel 4.7 sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Persepsi Kegunaan**

Kode	Indikator	Rata-Rata	Kriteria
PG1	Menggunakan aplikasi Kitabisa.com mempercepat saya untuk melakukan donasi hewan kurban online	4.88	Sangat Tinggi
PG2	Penggunaan aplikasi Kitabisa.com akan berguna bagi saya untuk melakukan donasi hewan kurban online	4.87	Sangat Tinggi
PG3	Saya berpikir bahwa menggunakan aplikasi Kitabisa.com akan meningkatkan cara saya melakukan donasi hewan kurban online	4.81	Sangat Tinggi
PG4	Aplikasi Kitabisa.com akan meningkatkan produktivitas saya melakukan donasi hewan kurban online	4.85	Sangat Tinggi
<b>Rata-Rata</b>		4.85	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Didapatkan hasil Tabel 4.8 dari total 190 responden, bahwasanya seluruh penilaian variabel rata-rata sebesar 4.82 yang termasuk dalam kriteria Sangat Tinggi untuk semua indikator yang menunjukkan mayoritas responden menyatakan sangat setuju terhadap seluruh pertanyaan variabel persepsi kegunaan terhadap niat donasi menggunakan aplikasi Kitabisa.com untuk melakukan donasi hewan kurban online. Indikator

dengan nilai tertinggi sebesar 4.88 terdapat pada indikator pertama yakni “Penggunaan aplikasi Kitabisa.com akan berguna bagi saya untuk melakukan donasi hewan kurban online” Sedangkan untuk indikator dengan nilai terendah sebesar 4.81 terletak pada indikator ketiga yakni “Saya berpikir bahwa menggunakan aplikasi Kitabisa.com akan meningkatkan cara saya melakukan donasi hewan kurban online”.

#### 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan

Hasil analisis deskriptif responden terhadap Variabel Persepsi Kegunaan ditunjukkan pada tabel 4.8 sebagai berikut:

**Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Persepsi Kegunaan**

Kode	Indikator	Rata-Rata	Kriteria
PK1	Pelayanan pada aplikasi Kitabisa.com sangat jelas dan mudah dipahami untuk melakukan donasi hewan kurban online	4.83	Sangat Tinggi
PK2	Aplikasi Kitabisa.com tidak memerlukan banyak usaha untuk melakukan donasi hewan kurban online	4.90	Sangat Tinggi
PK3	Aplikasi Kitabisa.com mudah untuk melakukan donasi hewan kurban online	4.90	Sangat Tinggi
PK4	Saya bisa menggunakan Aplikasi Kitabisa.com dengan mudah untuk melakukan donasi hewan kurban online	4.87	Sangat Tinggi
<b>Rata-Rata</b>		4.88	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Tabel 4.8 menunjukkan hasil dari seluruh responden sebanyak 190 yakni penilaian variabel rata-rata sebesar 4.88 yang termasuk dalam kriteria Sangat Tinggi untuk semua indikator dalam variabel persepsi kemudahan terhadap niat donasi menggunakan aplikasi Kitabisa.com untuk melakukan donasi hewan kurban online. Terdapat dua hasil yang sama pada indikator dengan nilai tertinggi sebesar 4.90 terdapat pada indikator dua dan tiga yakni “Aplikasi Kitabisa.com tidak memerlukan banyak usaha untuk melakukan donasi hewan kurban online” dan “Aplikasi Kitabisa.com mudah untuk melakukan donasi hewan kurban online “. Sedangkan ketiga lainnya mendapati hasil yang hampir sama namun untuk indikator dengan nilai terendah sebesar 4.83 terletak pada indikator pertama yakni “Pelayanan pada aplikasi Kitabisa.com sangat jelas dan mudah dipahami untuk melakukan donasi hewan kurban online”.

#### 4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan

Hasil analisis deskriptif responden terhadap Variabel Kepercayaan ditunjukkan pada tabel 4.9 sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan**

Kode	Indikator	Rata-Rata	Kriteria
K1	Saya percaya aplikasi Kitabisa.com dapat diandalkan	4.86	Sangat Tinggi
K2	Aplikasi Kitabisa.com dibuat untuk membantu masyarakat Muslim berdonasi hewan kurban online	4.84	Sangat Tinggi

K3	Saya percaya aplikasi Kitabisa.com dapat memenuhi kebutuhan saya dalam berdonasi hewan kurban online	4.86	Sangat Tinggi
K4	Saya percaya aplikasi Kitabisa.com peduli dengan keinginan masyarakat untuk donasi hewan kurban online	4.83	Sangat Tinggi
<b>Rata-Rata</b>		4.85	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Peneliti mendapatkan hasil yang tertera pada Tabel 4.8 bahwa penilaian variabel rata-rata sebesar 4.85 yang termasuk dalam kriteria Sangat Tinggi untuk semua indikator dalam variabel Kepercayaan terhadap niat donasi menggunakan aplikasi Kitabisa.com untuk melakukan donasi hewan kurban online. Terdapat dua hasil yang sama pada indikator dengan nilai tertinggi sebesar 4.86 terdapat pada indikator satu dan tiga yakni “Saya percaya aplikasi Kitabisa.com dapat diandalkan“ dan “Saya percaya aplikasi Kitabisa.com dapat memenuhi kebutuhan saya dalam berdonasi hewan kurban online “. Sedangkan hasil lainnya antara indikator dua dan empat memiliki nilai yang hampir sama hanya selisih 0.01.

#### 4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Religiusitas

Hasil analisis deskriptif responden terhadap Variabel Religiusitas ditunjukkan pada tabel 4.9 sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Religiusitas**

Kode	Indikator	Rata-Rata	Kriteria
R1	Islam menjawab pertanyaan tentang arti berkorban	4.85	Sangat Tinggi
R2	Saya sering membaca hal yang berkaitan dengan berkorban dalam Islam	4.90	Sangat Tinggi
R3	Saya menghabiskan waktu untuk mengetahui makna berkorban	4.89	Sangat Tinggi
R4	Penting bagi saya untuk melakukan berkorban	4.89	Sangat Tinggi
<b>Rata-Rata</b>		4.88	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Peneliti mendapatkan hasil yang tertera pada Tabel 4.9 bahwa penilaian variabel rata-rata sebesar 4.88 yang termasuk dalam kriteria Sangat Tinggi untuk semua indikator dalam variabel religiusitas terhadap niat donasi menggunakan aplikasi Kitabisa.com untuk melakukan donasi hewan kurban online. Terdapat dua hasil yang sama pada indikator dengan nilai sebesar 4.89 terdapat pada indikator tiga dan empat yakni “Saya menghabiskan waktu untuk mengetahui makna berkorban” dan “Penting bagi saya untuk melakukan berkorban “. Sedangkan hasil tertinggi terdapat pada indikator kedua sebesar 4.90 dan terendah pada indikator pertama sebesar 4.85.

#### 4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel Niat

Hasil analisis deskriptif responden terhadap Variabel Niat ditunjukkan pada tabel 4.10 sebagai berikut:

**Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Niat**

Kode	Indikator	Rata-Rata	Kriteria
N1	Saya berencana untuk berdonasi hewan kurban online menggunakan aplikasi Kitabisa.com	4.88	Sangat Tinggi
N2	Saya besar kemungkinan akan berdonasi hewan kurban online menggunakan aplikasi Kitabisa.com	4.88	Sangat Tinggi
N3	Saya berniat untuk berdonasi hewan kurban online menggunakan aplikasi Kitabisa.com	4.88	Sangat Tinggi
<b>Rata-Rata</b>		4.88	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Peneliti mendapatkan hasil yang tertera pada Tabel 4.10 bahwa penilaian variabel rata-rata sebesar 4.88 yang termasuk dalam kriteria Sangat Tinggi untuk semua indikator dalam variabel religiusitas terhadap niat donasi menggunakan aplikasi Kitabisa.com untuk melakukan donasi hewan kurban online. Pada hasil penilaian variabel rata-rata semua indikator memiliki nilai 4.88 pada indikator nomor satu, dua, dan tiga.



## 4.3 Analisis Statistik

### 4.3.1. Pengujian Outer Model

Pada bab sebelumnya, peneliti telah membahas bahwa pengujian pada *outer* model dilakukan dengan melakukan dengan pengujian Validitas dan Uji Reliabilitas pada keseluruhan variabel yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, religiusitas dan niat. Proses untuk Uji Validitas dan Reliabilitas pada semua variabel diolah menggunakan SmartPLS dengan responden sebanyak 190 responden yang sudah terfilter memenuhi karakteristik dari penelitian ini dengan *convenience sample*. Sekaran (2017) menjelaskan bahwa terdapat dua jenis validitas dalam PLS SEM, yakni validitas konvergen dan validitas diskriminan.

#### 4.3.1.1. Uji Validitas Konvergen

Menurut Hair et al., (2013) dalam melakukan pengujian validitas konvergen terdapat dua hal penting ditinjau dari nilai *Loading Factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Kriteria yang memenuhi dalam penilaian *Average Variance Extracted (AVE)* apabila memiliki nilai  $>0,5$ . Lain hal menurut Hair et al., (2017), penentuan kriteria pengujian pada nilai *outer loading* apabila mampu menunjukkan dimensi variabel mendapati nilai *loading* lebih dari 0,5. Berikut merupakan hasil dari uji validitas konvergen:

**Tabel 4.11 Loading Factor Sebelum Modifikasi**

Variabel	Indikator	Faktor Loading
Persepsi Kegunaan	PG1	0.574
	PG2	0.611
	PG3	0.795
	PG4	0.790
Persepsi Kemudahan	PK1	0.757
	PK2	0.716
	PK3	0.751
	PK4	0.715
Kepercayaan	K1	0.768
	K2	0.779
	K3	0.780
	K4	0.747
Religiusitas	R1	0.438
	R2	0.735
	R3	0.813
	R4	0.805
Niat	N1	0.867
	N2	0.848
	N3	0.803

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

**Tabel 4.12 Average Variance Extracted Setelah Modifikasi**

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Variabel Persepsi Kegunaan	0.490
Variabel Persepsi Kemudahan	0.541
Kepercayaan	0.591
Religiusitas	0.511
Niat Beli	0.705

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Didapati hasil pada Tabel 4.12 bahwa nilai dari *loading factor* pada item R1 (0.438) untuk variabel religiusitas dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada variabel persepsi kegunaan (0.490) tidak memenuhi syarat kriteria penilaian pengujian pada nilai *outer loading* apabila hasil dari dimensi variabel mendapati nilai *loading* lebih dari 0,5 dan skor *Average Variance Extracted (AVE)* menunjukkan nilai lebih dari 0.5.

Mengacu pada Hair et al., (2017) apabila dilakukannya penghapusan indikator yang tidak memenuhi standar, maka hal yang harus diperhatikan bagi peneliti harus meninjau dampak dari penghapusan indikator yang akan memengaruhi nilai *composite reliability (CR)* dan *content validity* dari konstruk tersebut. Pada umumnya, pengukuran *outer loading* sangat bervariasi, bahkan skor 0.40-0.70 masih dapat ditoleransi. Peneliti telah melakukan pertimbangan dalam penelitian ini untuk mengapus beberapa indikator apabila berdampak menaikkan skor *composite reliability (CR)* maupun *Average Variance Extracted (AVE)*. Maka dari itu untuk

memenuhi kriteria pada pengukuran validitas konvergen mengacu pada penjelasan Hair et al (2017) peneliti melakukan pengeluaran indikator PG2 dan R1. Dengan demikian hasil yang didapati dalam penelitian ini, hasil dalam pengujian Validitas Konvergen dapat memenuhi standar pengujian yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.13 Loading Factor Setelah Modifikasi**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Faktor Loading</b>
<b>Persepsi Kegunaan</b>	PG1	0.682
	PG3	0.833
	PG4	0.840
<b>Persepsi Kemudahan</b>	PK1	0.757
	PK2	0.716
	PK3	0.751
	PK4	0.715
<b>Kepercayaan</b>	K1	0.768
	K2	0.779
	K3	0.780
	K4	0.746
<b>Religiusitas</b>	R2	0.744
	R3	0.824
	R4	0.827
<b>Niat</b>	N1	0.865

	N2	0.849
	N3	0.804

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

**Tabel 4.14 *Average Variance Extracted* Setelah Modifikasi**

<b>Variabel</b>	<b><i>Average Variance Extracted (AVE)</i></b>
Variabel Persepsi Kegunaan	0.598
Variabel Persepsi Kemudahan	0.541
Kepercayaan	0.591
Religiusitas	0.639
Niat Beli	0.705

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Hasil yang didapatkan pada Tabel 4.14 yang telah dimodifikasi oleh peneliti dengan pengeluan indikator PG2 dan R1 dapat menaikkan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada variabel Persepsi Kegunaan yang menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,5 setelah item dikeluarkan. Maka dari itu, merujuk pada Hair et al (2017) hasil yang telah didapatkan berdasarkan pada tabel 4.14 bahwa item dari instrument memenuhi syarat dalam pengujian validitas konvergen.

#### **4.3.1.2. Uji Validitas Diskriminan**

Pengujian validitas diskriminan kriteria penilaian ditinjau dengan mengacu pada nilai *cross loading* yang menjelaskan seberapa besar

korelasi antar konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk lainnya. Standar yang digunakan dalam pengujian ini dengan memiliki nilai <0,5. Ghozali (2014) menjelaskan peninjauan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dalam uji validitas diskriminan yang memadai apabila *Average Variance Extracted* (AVE) pada suatu konstruk memiliki angka yang lebih besar dengan nilai korelasi antara satu konstruk dengan konstruk lainnya jika dibandingkan. Hasil nilai *cross loading* terdapat pada tabel 4.15 berikut:

**Tabel 4.15 Nilai *Cross Loading* Antar Indikator**

	Kepercayaan	Niat Donasi	Persepsi Kegunaan	Persepsi Kemudahan	Religiusitas
K1	<b>0.768</b>	0.371	0.446	0.432	0.302
K2	<b>0.779</b>	0.360	0.562	0.524	0.315
K3	<b>0.780</b>	0.442	0.482	0.540	0.292
K4	<b>0.746</b>	0.361	0.388	0.474	0.307
N1	0.411	<b>0.865</b>	0.448	0.587	0.579
N2	0.457	<b>0.849</b>	0.488	0.601	0.675
N3	0.395	<b>0.804</b>	0.448	0.527	0.538
PG1	0.404	0.259	<b>0.628</b>	0.371	0.216
PG3	0.465	0.490	<b>0.833</b>	0.546	0.394
PG4	0.548	0.477	<b>0.840</b>	0.543	0.413
PK1	0.488	0.537	0.446	<b>0.757</b>	0.535

PK2	0.411	0.502	0.440	<b>0.716</b>	0.389
PK3	0.513	0.487	0.497	<b>0.751</b>	0.451
PK4	0.481	0.479	0.505	<b>0.715</b>	0.444
R2	0.302	0.452	0.373	0.439	<b>0.744</b>
R3	0.293	0.675	0.258	0.475	<b>0.824</b>
R4	0.360	0.553	0.500	0.577	<b>0.827</b>

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Hasil yang didapati pada Tabel 4.16, menunjukkan bahwa skor *cross loading* pada seluruh item dalam variabel penelitian ini menunjukkan skor lebih besar jika berhubungan dengan variabel dependen yang dibandingkan saat dihubungkan dengan variabel lainnya. Sehingga, item secara keseluruhan ada riset ini menunjukkan hasil yang baik setiap konstraknya pada setiap variabel secara diskriminan. Maka, kesimpulan pada pengujian validitas diskriminan dapat dikatakan valid.

Selanjutnya, peneliti melakukan pengujian validitas diskriminan dengan melakukan perbandingan *Fornell-Lacker Criterion* nilai dan akar *Average Variance Extracted* (AVE) pada masing-masing konstruk terhadap nilai korelasi antar konstruk dalam kerangka model. Ghozali (2014) menjelaskan bahwa kriteria pengukuran yang baik apabila *Fornell-Lacker Criterion* dan nilai pada akar *Average Variance Extracted* (AVE) pada setiap konstruk menunjukkan skor lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar konstruk dalam model. Skor dari *Fornell-Lacker Criterion*

dan nilai akar *Average Variance Extracted* (AVE) dapat dilihat pada tabel 4.16:

**Tabel 4.16 Nilai *Fornell-Lacker Criterion* Validitas Diskriminan**

	Kepercayaan	Niat Donasi	Persepsi Kegunaan	Persepsi Kemudahan	Religiusitas
Kepercayaan	<b>0.768</b>				
Niat Donasi	0.503	<b>0.840</b>			
Persepsi Kegunaan	0.611	0.550	<b>0.774</b>		
Persepsi Kemudahan	0.643	0.683	0.641	<b>0.735</b>	
Religiusitas	0.395	0.715	0.458	0.621	<b>0.799</b>

Sumber: Data Primer Diolah (2022)



**Tabel 4.17 Nilai *Square Root of Average Variance Extracted (AVE)***

	<b>Kepercayaan</b>	<b>Niat Donasi</b>	<b>Persepsi Kegunaan</b>	<b>Persepsi Kemudahan</b>	<b>Religiusitas</b>
<b>Kepercayaan</b>	<b>1,000</b>	0.503	0.611	0.643	0.395
<b>Niat Donasi</b>	0.503	<b>1,000</b>	0.550	0.683	0.715
<b>Persepsi Kegunaan</b>	0.611	0.550	<b>1,000</b>	0.641	0.458
<b>Persepsi Kemudahan</b>	0.643	0.683	0.641	<b>1,000</b>	0.621
<b>Religiusitas</b>	0.395	0.715	0.458	0.621	<b>1,000</b>

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Dari hasil olah data tabel 4.16 dan Tabel 4.17, menunjukkan *Fornell-Larcker Criterion* dan nilai akar *Average Variance Extracted (AVE)* yang dihasilkan oleh korelasi setiap konstruk menunjukkan nilai lebih besar apabila dibandingkan dengan korelasi antar konstruk lainnya. Maka riset yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini valid didasarkan nilai validitas diskriminan yang memenuhi syarat kriteria pengukuran.

#### 4.3.1.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dengan memperhatikan dua metode pengujian yakni *Composite Reliability* atau *Cronbach Alpha*. Kriteria pengukuran yang disyaratkan apabila minimal skor koefisiensi untuk *Composite Reliability* sebesar 0.70 (J. Hair et al., 2017). Lain hal dengan pengujian pada *Cronbach's Alpha* yang memenuhi syarat pengukuran apabila memiliki koefisiensi 0.65-0.90 (Higgins et al. 1995). Tabel 4.18 menunjukkan hasil dari *Composite Reliability* terdapat sebagai berikut:

**Tabel 4.18 Hasil Composite Reliability**

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kepercayaan	0.770	0.852
Niat Donasi	0.791	0.878
Persepsi Kegunaan	0.650	0.790
Persepsi Kemudahan	0.717	0.825
Religiusitas	0.671	0.799

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan data pada tabel 4.19, didapati hasil bahwa nilai dari seluruh variabel dalam uji reliabilitas menghasilkan skor *Cronbach's Alpha* yang dengan memiliki koefisiensi 0.65-0.90 dan *Composite Reliability* > 0,7 pada item Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Religiusitas dan Niat Beli. Penelitian ini dapat dikatakan valid dan reliabel, sehingga peneliti melakukan pengujian selanjutnya yakni uji *inner model*.

### 4.3.2. Uji Inner Model

*Inner model* merupakan model inti pada bagian dalam sebelum adanya *outer model*. *Inner model* adalah model struktural untuk mengetahui estimasi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel laten atau tidak yang dapat diukur secara langsung. Penelitian ini pengujian pada PLS untuk melakukan evaluasi *inner model* menggunakan skor *R-Square* yang menunjukkan pengukuran adanya variasi perubahan yang muncul pada variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila didapati nilai *R-Square* yang tinggi, maka dapat dikatakan bahwa prediksi dalam model penelitian semakin baik. Berikut nilai dari *R-Square* pada tabel 4.19 sebagai berikut:

**Tabel 4.19 Nilai *R-Square* Variabel Dependen**

	R Square	R Square Adjusted
Niat	0.619	0.611

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Tabel 4.19 menunjukkan variabel niat donasi yang memiliki *R-Square* sebesar 0.61 yang mengindikasikan bahwa variabel niat dijelaskan dalam penelitian ini sebesar 62% dan terdapat sisanya sebesar 38% yang dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini untuk menjelaskan niat donasi.

Kemudian dalam *inner* model juga terdapat Predictive Relevance (Q Square) guna mengukur besaran variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. Menurut Ghozali (2016) nilai *Q-Square* dapat mengetahui nilai observasi yang akan dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Hair et al (2017) menjelaskan bahwa kriteria pengukuran dalam Q Square yang memadai, apabila memiliki nilai lebih dari sama dengan nol untuk menunjukkan kekuatan hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen Hasil pengukuran pada Q-Square sebagai berikut:

**Tabel 4.20 Nilai Q Square**

	SSO	SSE	$Q^2 (=1 - \text{SSE}/\text{SSO})$
<b>Kepercayaan</b>	760,000	760,000	0
<b>Niat Donasi</b>	570,000	345,329	0.394
<b>Persepsi Kegunaan</b>	570,000	570,000	0
<b>Persepsi Kemudahan</b>	760,000	760,000	0
<b>Religiusitas</b>	570,000	570,000	0

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Dalam penelitian ini,  $Q^2$  didapatkan dengan menggunakan rumus satu dikurangi dengan SSE dan dibagi oleh SSO. Pada Tabel 4.20 didapati hasil dari keseluruhan *item* mendapati nilai lebih dari sama dengan nol

spesifik *item* Niat donasi (0.394). Adapun untuk *item* persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, dan religiusitas bernilai nol, karena merupakan variabel yang memengaruhi adanya perubahan dan timbulnya variabel terikatnya

### Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dikalkulasikan dengan alat bantu PLS menggunakan teknik bootstrapping. Pasalnya, seperti pembahasan sebelumnya pengujian ini digunakan untuk mengidentifikasi hasil dari hipotesis yang telah disusun oleh peneliti. Kriteria pengukuran yang digunakan untuk mengidentifikasi signifikansi yaitu t-value dan p-value apabila skor t-value memiliki skor  $> 1.96$  atau p-value memiliki skor  $< 0.0$  untuk menunjukkan bahwa hubungan antar variabel dapat dikatakan signifikan. Pengujian hipotesis juga mengetahui arah hubungan dari kedua variabel yang diuji baik negatif atau positif.

**Tabel 4.21 Uji Hipotesis**

	Original Sampel (O)	T Statistic	P- Value	Keterangan
Persepsi Kegunaan-> Niat Donasi	0.119	1321	0.187	H1 Tidak Didukung
Persepsi Kemudahan-> Niat Donasi	0.274	2994	0.003	H2 Didukung
Kepercayaan-> Niat	0.072	0.842	0.400	H3 Tidak

Donasi				Didukung
Religiusitas-> Niat Donasi	0.462	3337	0.001	H4 Didukung

Sumber: Olah data (2022)

Pada tabel 4.20 hasil yang didapatkan yakni dua hubungan dinilai signifikan dan bernilai positif dan dua hubungan yakni H1 serta H3 bernilai positif dan tidak signifikan. Adapun H1 menunjukkan skor T-Statistic=1321 ( $>1.96$ ) namun *P-Value* 0.187 ( $<0.05$ ). Sedangkan H3 menunjukkan skor T-Statistic=0.842 ( $>1.96$ ) atau *P-Value* 0.400 ( $<0.05$ ) di mana kriteria pengukuran dalam pengujian hipotesis tidak memenuhi. Maka, dapat diambil kesimpulan bahwa hanya H2 dan H4 saja yang menunjukkan hasil signifikan dan positif.

#### 4.4 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

##### 4.4.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Donasi

Berdasarkan pada pembahasan sebelumnya, spesifiknya Tabel 4.20 dihasilkan hubungan variabel antara persepsi kegunaan dan niat tidak didukung Artinya, hubungan persepsi kegunaan tidak memengaruhi niat untuk berdonasi hewan kurban online menggunakan aplikasi Kitabisa.com. Hasil yang didapatkan menunjukkan T-statistics dan P-value tidak sesuai dengan pengukuran yang menjadi standar. (T-statistics  $>1.96$  dan P-value lebih  $< 0.05$ ). Justru hal tersebut didukung dalam riset yang dilakukan oleh Eriksson et al., (2005) bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh niat nasabah Estonia menggunakan *internet banking*.

Spesifik penelitian yang dilakukan oleh Baabdullah et al. (2019) bahwasanya persepsi kegunaan tidak memengaruhi niat seseorang menggunakan *m-banking* di Saudi Arabia. Namun, berbeda hal penelitian yang dilakukan oleh Aji & Adawiyah (2021) bahwa persepsi kegunaan berdampak positif terhadap niat menggunakan dompet digital.

Menurut penulis penyebab temuan tersebut tidak didukung, jika mengacu berdasarkan usia responden mayoritas didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 131 orang (68.9%) Profesi responden sebagai pelajar atau mahasiswa tidak memiliki kewajiban untuk menghasilkan pendapatan sehingga mungkin masih terdapat keterbatasan finansial dan sumber terbesar penyongkong mereka dari orang tua. Menurut penulis terdapat faktor lainya yakni faktor keamanan dan privasi di mana juga memengaruhi niat seseorang dalam hal tersebut juga dikaji dalam riset yang dilakukan oleh Loh et al. (2021) yang membahas mengenai perubahan metode pembayaran dari uang tunai ke *mobile payment*. Hal tersebut menandakan bahwa, persepsi kegunaan tidak hanya menjadi satu-satunya faktor yang memengaruhi niat seseorang menggunakan aplikasi Kitabisa.com untuk memengaruhi seseorang dalam berdonasi hewan kurban online.

#### **4.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Donasi**

Tabel 4.20 menunjukkan hasil antara hubungan variabel antara persepsi kemudahan dan niat didukung. Hubungan antar kedua variabel tersebut positif dan signifikan, artinya persepsi kemudahan dalam

menggunakan aplikasi Kitabisa.com akan secara positif dan kuat memengaruhi niat seseorang untuk melakukan donasi hewan kurban online. Penelitian ini juga didukung oleh riset dilakukan oleh Hwang (2018) bahwa dalam niat penggunaan m-banking, terdapat peningkatan tingkat persepsi konsumen terhadap aspek yang berkaitan dengan persepsi kemudahan. Spesifik hasil yang dilakukan oleh Aprilia (2019) persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat seseorang menggunakan *e-commerce* pada UMKM di Kota Bengkulu. Hal serupa juga didapati oleh riset yang dilakukan oleh Mansour (2016) bahwasanya persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap niat dalam konteks niat penggunaan *internet banking*

Jika mengacu pada profil responden yakni berusia 21-30 sebanyak 144 (75.8%) dari total 190 responden. Responden pada usia tersebut terbiasa untuk menggunakan dan mencari informasi yang diinginkan. Ariyanti (2019) menjelaskan bahwa 90% anak muda di Indonesia menggunakan internet untuk mengenali dan mencari mengenai informasi. Peralnya, aplikasi Kitabisa.com dengan mudah membantu seseorang dalam melakukan donasi hewan kurban online di mana juga menyediakan jangkauan harga yang diinginkan. Mengingat virus Covid-19 yang belum usai dan wabah penyakit PMK pada hewan ternak, hal ini menjadi solusi karena adanya pembatasan wilayah. Sebab, dengan perkembangannya teknologi seseorang dapat membuat transaksi digital semakin praktis. Aplikasi Kitabisa.com mempermudah seseorang untuk mewujudkan



kurban impiannya. Dengan kata lain, masyarakat dapat merasakan kemudahan dalam menggunakan Aplikasi Kitabisa.com untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tanpa perlu mengeluarkan usaha yang besar, justru hanya memilih hewan kurban dari rumah dan dapat disesuaikan lokasi penempatan hewan kurban yang akan dibeli. Jika hal ini terus berlanjut dalam penggunaan teknologi untuk berdonasi, maka akan menjadi jalan mudah bagi seseorang melakukan kurban secara online.

#### **4.4.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Donasi**

Berdasarkan pada pembahasan sebelumnya, dalam penelitian ini didapati hasil bahwa hubungan variabel kepercayaan niat tidak didukung Artinya, hubungan kepercayaan tidak memengaruhi niat untuk berdonasi hewan kurban online menggunakan aplikasi Kitabisa.com. Hasil yang didapatkan dengan hasil yang ditunjukkan pada T-statistics dan P-value tidak sesuai dengan pengukuran yang menjadi standar (T-statistics  $>1.96$  dan P-value lebih  $< 0.05$ ). Hal ini justru didukung dengan riset yang dilakukan oleh Loh et al. (2021) bahwa kepercayaan tidak memengaruhi niat orang dalam menggunakan *mobile payment*.

Apabila dikaji melalui profil responden yang mayoritas berprofesi pelajar/mahasiswa sebanyak 131 orang (68.9%) menurut Paramita (2020) menjelaskan bahwa seseorang yang terpelajar akan terbiasa untuk mengetahui apa dapat memenuhi kebutuhannya didasarkan pada bukti empiris. Sehingga usia tersebut cenderung mengulik untuk mencari tahu informasi yang mereka butuh dan inginkan. Sehingga logis, apabila

kepercayaan bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi seseorang untuk berdonasi menggunakan Aplikasi Kitabisa.com untuk melakukan donasi hewan kurban online. Adapun faktor lainnya yang dijelaskan oleh Dewi (2017) penyedia donasi hewan kurban online juga harus terbebas dari *spyware* atau mesin pencuri data agar juga meningkatkan kenyamanan dan niat seorang Muslim dalam melakukan donasi hewan kurban online. Dengan kata lain, hal-hal diluar faktor kepercayaan juga memengaruhi niat seseorang dalam berdonasi yang juga dapat dipertimbangkan.

#### **4.4.4 Pengaruh Religiusitas Terhadap Niat Donasi**

Pada profil Responden tepatnya pada Tabel 4.20 mendapati hasil bahwa religiusitas berpengaruh terhadap niat seseorang dalam melakukan donasi hewan kurban online. Dapat disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat donasi. Riset terdahulu yang dikaji Saptasari & Aji (2020) niat menggunakan Bank Islam dipengaruhi oleh religiusitas seseorang.

Jika mengacu pada profil responden dalam karakteristik biaya rata-rata yang dikeluarkan antara Rp 1.000.000-Rp3.000.000 per bulan sebanyak 108 atau setara 55.8% tidak menjadi masalah bagi seseorang untuk melakukan donasi hewan kurban online. Terlebih Aplikasi Kitabisa.com menawarkan berbagai fitur hewan kurban baik Sapi dan Kambing serta dapat menyesuaikan hewan yang diinginkan. Dalam riset ini pula, mayoritas responden sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 131

orang (68.9%) di mana tentu saja, seseorang yang terpelajar menanamkan nilai-nilai baik dalam kehidupannya baik hubungan secara Hablum Minallah dan Hablum Minannas. Pasalnya hari raya kurban juga merupakan hari besar umat Muslim. Sehingga sangat logis apabila seorang pelajar/ mahasiswa yang terpelajar memaknai lebih dalam akan bekurban yang juga akan meningkatkan niat seorang Muslim dalam melakukan niat donasi hewan kurban online.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Peneliti melakukan riset ini guna menganalisa tentang persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, religiusitas dan niat beli. Peralnya, kesimpulan disusun berdasarkan uraian rumusan masalah penelitian yang terpapar pada BAB I. Sehingga, penulis menyimpulkan sebagai berikut:

5.1.1 Persepsi Kegunaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Niat Donasi

5.1.2 Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Donasi

5.1.3 Kepercayaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Niat Donasi

5.1.4 Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Donasi

#### **5.2 Implikasi Penelitian**

Hasil analisis pengaruh dari empat variabel yakni persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, dan religiusitas terhadap niat donasi hewan kurban online menggunakan aplikasi Kitabisa.com guna implementasi materi yang telah diberikan selama perkuliahan terkait persepsi konsumen. Hasil dari skripsi ini juga dapat ditujukan dan bermanfaat bagi Kitabisa.com guna memberikan data dan informasi

dalam mengembangkan aspek apa saja yang dapat meningkatkan masyarakat Muslim untuk melakukan donasi hewan kurban online. Mengacu hasil pada penelitian yang didapatkan bahwa, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat donasi hewan kurban online. Oleh karena itu diharapkan Kitabisa.com dapat melakukan inovasi agar tetap bahkan meningkatkan kemudahan dalam penggunaannya saat konsumen melakukan donasi hewan kurban online. Dampak dengan adanya kemudahan inilah yang menjadi faktor masyarakat Muslim berniat untuk melakukan kurban secara online. Adapun tingkat religiusitas juga memengaruhi niat seseorang dalam melakukan donasi hewan kurban. Artinya, terdapat faktor lain selain kemudahan dalam penggunaannya namun faktor religiusitas. Maka dari itu, Kitabisa.com dengan mudah juga mengingatkan melalui konten yang dimiliki arti makna bekurban yang juga menjadi faktor seseorang melakukan kurban.

### **5.3 Keterbatasan dan Rekomendasi Penelitian**

Peneliti menjumpai beberapa keterbatasan yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya agar mendapat hasil yang lebih baik dan maksimal. Peneliti menjumpai masih kurang dan meratanya proporsi responden dalam penyebaran kuesioner yang ditinjau dari analisis deskriptif yang masih terlalu banyak hasil yang mendominasi seperti responden berasal dari Pulau Jawa, dan pelajar/mahasiswa/i. Sehingga diperlukannya responden yang lebih heterogen supaya mendapatkan dan menggambarkan ulasan dan pendapat sebenarnya. Peneliti juga mendapati kurangnya

informasi data yang di berikan oleh aplikasi tersebut yang menjadikan masyarakat melakukan beberapa pertimbangan sebelum berdonasi. Peneliti juga mendapati hasil item pengukuran *R-Square* yang tergolong tinggi namun terdapat 38% lagi variabel lain yang tidak terdapat untuk diteliti pada penelitian ini. Dalam penelitian ini terdapat dua hubungan yang positif dan signifikan serta terdapat dua hubungan yang tidak signifikan. Sehingga, diharapkan dalam masa yang akan datang peneliti selanjutnya dapat menyempurnakan hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adji, J. (2015). Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Pembelian di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–10. [Http://Publication.Petra.Ac.Id/Index.Php/Manajemen-Pemasaran/Article/View/1394](http://Publication.Petra.Ac.Id/Index.Php/Manajemen-Pemasaran/Article/View/1394) Alamsyah,.
- Agung, A., & Tanamal, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepuasan, Kualitas Sistem, dan Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Minat Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) Dalam Penggunaan E-Filing. *Teknika*, 10(2), 128–136. <https://doi.org/10.34148/teknika.v10i2.368>
- Agus Dwi Darmawan. (2022). *Update Omicron : Total di Indonesia Ada 15.446 Kasus (Sabtu, 23 Juli 2022)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/23/update-omicron--total-di-indonesia-ada-15446-kasus-sabtu-23-juli-2022>
- Aji, H. M., Albari, A., Muthohar, M., Sumadi, S., Sigit, M., Muslichah, I., & Hidayat, A. (2021). Investigating the determinants of online infaq intention during the COVID-19 pandemic: an insight from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(1), 1–20. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2020-0136>
- Aji, H. M., & Adawiyah, W. R. (2021). How e-wallets encourage excessive spending behavior among young adult consumers? *Journal of Asia Business Studies*, ahead-of-p(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/jabs-01-2021-0025>
- Alafeef, M., Singh, D., Ahmad, K. (2011). *Influence of demographic factors on the adoption level of mobile banking applications in Jordan. Res. J. Ap.*
- Anggraeni, R. (2015). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan dan Penggunaan Aktual Layanan Jejaring Sosial Berbasis Lokasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 20(1), 44–52.
- Ariyanti, H. (2019). *90 Persen anak muda di Indonesia gunakan internet untuk media sosial*. <https://www.merdeka.com/peristiwa/90-persen-anak-muda-di-indonesia-gunakan-internet-untuk-media-sosial.html>
- Asih, D. (2015). *Dimensi-dimensi Spiritualitas dan Religiusitas. OCTOBER*, 1–13. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3375.1765>
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*, 6th Ed. *South Western Collage Publishing, New York*.
- Astuti, W., & Prijanto, B. (2021). Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior. *Al-Muzara'Ah*, 9(1), 21–44. <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>
- Baabdullah, A. M., Alalwan, A. A., Rana, N. P., Patil, P., & Dwivedi, Y. K. (2019). An integrated model for m-banking adoption in Saudi Arabia. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 452–478. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2018-0183>
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan teknik Pengolahan Data*.

- Barclay, D., Thompson, R., dan Higgins, C. (1995). The Partial Least Squares (PLS) Approach to Causal Modeling: Personal Computer Adoption and Use an Illustration. *Technology Studies*, 2(2), 285–309.
- Becker, F. G., Cleary, M., Team, R. M., Holtermann, H., The, D., Agenda, N., Science, P., Sk, S. K., Hinnebusch, R., Hinnebusch A, R., Rabinovich, I., Olmert, Y., Uld, D. Q. G. L. Q., Ri, W. K. H. U., Lq, V., Frxqwu, W. K. H., Zklfk, E., Edvgh, L. V, Wkh, R. Q., ... )2015. (فاطمى, ح). EKONOMI POLITIK INSTITUSI ZAKAT: SATU PENELITIAN TERHADAP INSTITUSI ZAKAT DI PULAI PINANG. *Syria Studies*, 7(1), 37–72. [https://www.researchgate.net/publication/269107473\\_What\\_is\\_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civil\\_wars\\_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625](https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civil_wars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625)
- Ben Mansour, K. (2016). An analysis of business' acceptance of internet banking: an integration of e-trust to the TAM. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 31(8), 982–994. <https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2016-271>
- Berakon, I., Wibowo, M. G., Nurdany, A., & Aji, H. M. (2021). An expansion of the technology acceptance model applied to the halal tourism sector. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2021-0064>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India—An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Claes Fornell, & Larcker, D. F. (1981). *Journal of Marketing Research*. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/3150980>
- Cudjoe, A. G., Anim, P. A., & Tetteh Nyanyofio, J. G. N. (2015). Determinants of Mobile Banking Adoption in the Ghanaian Banking Industry: A Case of Access Bank Ghana Limited. *Journal of Computer and Communications*, 03(02), 1–19. <https://doi.org/10.4236/jcc.2015.32001>
- Davis. (1989). *Perceive Usefulness, Perceive Ease of Use, and Use Acceptance of Information Technology*. <https://www.jstor.org/stable/249008?origin=crossref>
- Doll, W. J., Hendrickson, A., & Deng, X. (1998). Using Davis's perceived usefulness and ease-of-use instruments for decision making: A confirmatory and multigroup invariance analysis. *Decision Sciences*, 29(4), 839–869. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1998.tb00879.x>
- Elfaroby, A. R. S. (2020). *One thought on "Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square)*.
- Ejdys Handarkho, Y. D. (2020). The intentions to use social commerce from social, technology, and personal trait perspectives: analysis of direct, indirect, and moderating effects. In *Journal of Research in Interactive Marketing* (Vol. 14, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/JRIM-10-2018-0137>
- Eriksson, K., Kerem, K., & Nilsson, D. (2005). Customer acceptance of internet banking in Estonia. *International Journal of Bank Marketing*, 23(2), 200–216. <https://doi.org/10.1108/02652320510584412>
- Febriansyah. (2019). *APLIKASI DONASI PANTI ASUHAN WILAYAH BANDAR LAMPUNG BERBASIS ANDROID Donation Application for Bandar*



- Lampung Orphanage Based on Android.*  
<http://repository.teknokrat.ac.id/id/eprint/2012>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Glock, C.Y., S. (1998). Agama: dalam Analisa Interpretasi Sosiologis. *Jakarta: Rajawali*.
- Guriting, P., & Oly Ndubisi, N. (2006). Borneo online banking: Evaluating customer perceptions and behavioural intention. *Management Research News*, 29(January), 6–15. <https://doi.org/10.1108/01409170610645402>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Rigorous Applications, Better Results and Higher Acceptance. *Long Range Planning*, 46(1–2), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.001>
- Hair, J., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)-Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In *Sage*.
- Hartono, Jogiyanto, and W. A. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Model (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI, 2015.
- Hermawan, V. K., & Paramita, E. L. (2020). Trust dan Perceived Usefulness dan Pengaruhnya Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan E-wallet. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*. 223–236. <https://doi.org/https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.131>
- Hidayat, A. (2019). Platform Donasi Online Dan Filantropi Digital. *Jurnal Universitas Airlangga*, 1–16. [http://repository.unair.ac.id/87205/5/JURNAL\\_AISYAH\\_ANGGRAENI\\_HIDAYAT\\_\\_071511533036.PDF.pdf](http://repository.unair.ac.id/87205/5/JURNAL_AISYAH_ANGGRAENI_HIDAYAT__071511533036.PDF.pdf)
- Hutami, N., & Irwansyah, I. (2019). Pemanfaatan Aplikasi Mobile Kitabisa Dalam Pelaksanaan Crowdfunding Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 183–194. <https://doi.org/10.21107/komunikasi.v13i2.5357>
- Inayah, N. (2015). Hukum Berqurban Via Online. *Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 47.
- Islami, M. M., Asdar, M., & Baumassepe, A. N. (2021). Analysis of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use to the Actual System Usage through Attitude Using Online Guidance Application. *Hasanuddin Journal of Business Strategy*, 3(1), 52–64. <https://doi.org/10.26487/hjbs.v3i1.410>
- Jahangir, N., & Begum, N. (2008). The role of perceived usefulness, perceived ease of use, security and privacy, and customer attitude to engender customer adaptation in the context of electronic banking. *African Journal of Business Management*, 2(2), 032–040.
- Jayusman. (2012). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Ibadah Kurban Kolektif. *Al-Adalah*, x, 435.
- John T. Roscoe. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral*

sciences.

- Kabir, S. M. S. (2016). Sample and sampling designs. *Fundamentals of Research Methodology and Statistics*, July 2016, 323.
- Keni, K. (2020). How Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use Affecting Intent to Repurchase? *Jurnal Manajemen*, 24(3), 481. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.680>
- Kim, J., & Park, J. (2007). The effects of internet shoppers' trust on their purchasing intention in china since 1997, China's information industry has been developing very rapidly. According to the 19th statistical survey report on internet development in china released in jan. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 4(3), 269–286.
- Kurniadi. (2022). *Waspada PMK (Penyakit Mulut dan Kuku) pada Ternak Qurban*. [https://untan.ac.id/waspada-pmk-penyakit-mulut-dan-kuku-pada-ternak-qurban/#:~:text=Penyakit mulut dan kuku \(PMK\) adalah penyakit infeksi virus yang,dan di kulit sekitar kuku.](https://untan.ac.id/waspada-pmk-penyakit-mulut-dan-kuku-pada-ternak-qurban/#:~:text=Penyakit%20mulut%20dan%20kuku%20(PMK)%20adalah%20penyakit%20infeksi%20virus%20yang,dan%20di%20kulit%20sekitar%20kuku.)
- Kusumawati, E. (2019). Minat Beli Produk Ramah Lingkungan Sebagai Dampak dari Implementasi Green Advertising. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 19(1), 57. <https://doi.org/10.31599/jki.v19i1.394>
- Leong, C. M., Tan, K. L., Pua, C. H., & Chong, S. M. (2021). Predicting mobile network operators users m-payment intention. *European Business Review*, 33(1). <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2019-0263>
- Lock, C. K. (2015). Adoption of Smart Card-Based E-Payment System for Retailing in Hong Kong an Extended Technology Model. *Advances in Business Marketing and Purchasing*, 3, 255–466.
- Loh, X. M., Lee, V. H., Tan, G. W. H., Ooi, K. B., & Dwivedi, Y. K. (2021). Switching from cash to mobile payment: what's the hold-up? *Internet Research*, 31(1), 376–399. <https://doi.org/10.1108/INTR-04-2020-0175>
- Lu, J. (2014). Lu, J. (2014). Are Personal Innovativeness and Social Influence Critical to Continue with Mobile Commerce? *Internet Research*, 24(2). *Internet Research*, 24(June).
- Malaquias, F., Malaquias, R. and Hwang, Y. (2018). "Understanding the determinants of mobile banking adoption: a longitudinal study in Brazil", *Electronic Commerce Research and Applications*". Vol. 30, J.
- Marsyadini, F., & Aprila, N. (2019). Niat Menggunakan E-commerce: Suatu Pendekatan Technology Acceptance Models (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Kota Bengkulu). *Jurnal Akuntansi*, 8(1), 55–66. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.8.1.55-66>
- Mehrad, D., & Mohammadi, S. (2017). Word of Mouth impact on the adoption of mobile banking in Iran. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1351–1363. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.08.009>
- Moorman, R. H. (1993). The Influence of Cognitive and Affective Based Job Satisfaction Measures on the Relationship Between Satisfaction and Organizational Citizenship Behavior. *Human Relations*, 46(6), 759–776. <https://doi.org/10.1177/001872679304600604>
- MUHRIZA ARDIANSYAH. (2018). CONTRIBUTION OF KITABISA.COM AS SOCIAL ENTERPRISE IN REALIZING FALAH OF MACRO

- ASPECT (SEPTEMBER 2018 PERIOD). *World Development*, 1(1), 1–15. <http://www.fao.org/3/I8739EN/i8739en.pdf><http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.01.003><http://dx.doi.org/10.1016/j.childyouth.2011.10.007><https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23288604.2016.1224023><http://pdx.sagepub.com/lookup/doi/10>
- Mukhtar, A., & Butt, M. M. (2012). Intention to choose Halal products: The role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), 108–120. <https://doi.org/10.1108/17590831211232519>
- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Mulyana, A. (2016). Qurban: Wujud Kedekatan Seorang Hamba Dengan Tuhannya. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 14(1), 109–116. [http://jurnal.upi.edu/file/07\\_Qurban\\_-\\_Mulyana.pdf](http://jurnal.upi.edu/file/07_Qurban_-_Mulyana.pdf)
- MUSDALIFAH Usman, J. (2020). Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan. *Telp*, 866132(259).
- Nashori, F. (2012). *Pemaafan pada Etnis Jawa: Pengaruh Religiositas dan Keterikatan Interpersonal terhadap Pemaafan melalui Perantara Sifat Kebersetujuan dan Sifat Neurotisme (Studi pada Warga Kota Yogyakarta)*.
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Intention To Use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 715. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9584>
- Nida, S. (2022). *Kini kurban nggak perlu keluar rumah, cukup lewat genggamannya smartphone*. <https://www.brilio.net/wow/5-cara-kurban-online-lewat-kitabisa-praktis-dan-antiribet--2207018.html>
- Nurhayati, T., & Hendar, H. (2020). Personal intrinsic religiosity and product knowledge on halal product purchase intention: Role of halal product awareness. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 603–620. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0220>
- Oly Ndubisi, N., & Jantan, M. (2003). Evaluating IS usage in Malaysian small and medium-sized firms using the technology acceptance model. *Logistics Information Management*, 16(6), 440–450. <https://doi.org/10.1108/09576050310503411>
- Oztruk, A. B. (2016). Customer acceptance of cashless payment systems in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(12), 1–23. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-02-2015-0073/full/html?skipTracking=true>
- Pipitwanichakarn, T., & Wongtada, N. (2020). The role online review on mobile commerce adoption: an inclusive growth context. *Journal of Asia Business Studies*, 14(5), 759–778. <https://doi.org/10.1108/JABS-02-2019-0060>
- Polit, D. F., Beck, C. T., & Hungler, B. P. (2001). *Essentials of Nursing Research: Methods, Appraisal and Utilization*. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins.
- Priestiani Putri Rahayu. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN,

PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI KENYAMANAN TERHADAP NIAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta). [https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/13912/SKRIPSI\\_PRIESTIANI\\_PUTRI\\_RAHAYU\\_%28AKUNTANSI\\_13312380%29\\_III.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/13912/SKRIPSI_PRIESTIANI_PUTRI_RAHAYU_%28AKUNTANSI_13312380%29_III.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Purnama, C. A. (2012). Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Harga Terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri (Studi Kasus pada Pengguna Jalan Tol di Kota Semarang). *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*, 21–26.
- Putlely, Z., Lesnussa, Y. A., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (2021). Structural Equation Modeling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.13057/ijas.v4i1.45784>
- Rogers EM. (1983). *Diffusion of Innovations (4th ed.)*: The Free Press, New York, NY.
- Rohmatun, K. I., & Dewi, C. K. (2017). Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap. *Journal Ecodemica*, 1(1), 27–35. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/1420>
- Rois, E. L. H. (2016). Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Skripsi*, 1–187.
- Saletti-cuesta, L., Abraham, C., Sheeran, P., Adiyoso, W., Wilopo, W., Brossard, D., Wood, W., Cialdini, R., Groves, R. M., Chan, D. K. C., Zhang, C. Q., Josefsson, K. W., Cori, L., Bianchi, F., Cadum, E., Anthonj, C., NIH Office of Behavioral and Social Sciences, Deci, E. L., Ryan, R. M., ... IOTC. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Sustainability (Switzerland)*, 4(1), 1–9. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://serisc.org/journals/index.php/IJAST/article>
- Saptasari, K., & Aji, H. M. (2020). Factors affecting Muslim non-customers to use Islamic bank: Religiosity, knowledge, and perceived quality. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 6(2), 165–180. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol6.iss2.art7>
- Sekaran, U. dan R. B. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*.
- Sekaran, U., & Roger, B. (2013). *Research Method for Business: A Skill Building Approach. Six Edition*. (6th ed.). John Wiley & Sons, Inc.

- Sheth, Jagdish., & Mittal Banwari. (2004). *Consumer Behavior: A Manajerial Perspective*, edisi kedua. Thompson South Western. USA
- Shukla, S. (2020). Concept of Population and Sample. *How to Write a Research Paper*, June. [https://www.researchgate.net/publication/346426707\\_CONCEPT\\_OF\\_POPULATION\\_AND\\_SAMPLE](https://www.researchgate.net/publication/346426707_CONCEPT_OF_POPULATION_AND_SAMPLE)
- Siregar, A. H. (2019). Pengaruh Trust Dan Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Di Era E- Commerce Pada Toko Cheire. *Journal Of Management Accounting And Business Administration*, 3(1), 1–10.
- Suarjana, I. K. A., & Suparna, G. (2019). Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Produk Sepatu League. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6281. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i10.p21>
- Supardi, S. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia*, 13(17), 100–108. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol13.iss17.art13>
- Teo, T., & Zhou, M. (2014). Explaining the intention to use technology among university students: A structural equation modeling approach. *Journal of Computing in Higher Education*, 26(2), 124–142. <https://doi.org/10.1007/s12528-014-9080-3>
- Tojib, D. and Tsarenko, Y. (2012). Post-adoption modeling of advanced mobile service use. *Journal of Business Research*, Vol. 65 No.
- Tyas, E. I., & Darma, E. S. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 25–35. <https://doi.org/10.18196/rab.010103>
- van Teijlingen, E., & Hundley, V. (2002). The importance of pilot studies. *Nursing Standard (Royal College of Nursing (Great Britain) : 1987)*, 16(40), 33–36. <https://doi.org/10.7748/ns2002.06.16.40.33.c3214>
- W, C. R. (1994). Perkembangan kepribadian dan keagamaan. In *Kanisius*.
- Zerrad, H., Debabi, M. (2015). *Analyzing the effect of electronic word of mouth on tourists' attitude toward destination*.
- Zhou, T. (2011). The effect of initial trust on user adoption of mobile payment. *Information Development*, 27(4), 290–300. <https://doi.org/10.1177/0266666911424075>

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum

Warahmatullahi

Wabarakatuh

Perkenalkan saya, Anisya Rahmadani (18311352), Mahasiswi program studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia (UII). Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi di bawah bimbingan Dosen Bpk. Anas Hidayat, Drs., MBA., dengan judul:

**"Analisis Pengaruh Niat Donasi Hewan Kurban Online Menggunakan Aplikasi Kitabisa.com: Studi Pada Masyarakat Muslim di Indonesia"**

Idul Adha tahun ini masih sama seperti tahun lalu, di mana masyarakat masih berjuang di tengah pandemi Covid-19 dengan varian baru yakni Omnicorn yang terus bertambah setiap kasus harinya sehingga berdampak pada mobilitas masyarakat yang terbatas. Selain itu, kini dijumpai wabah penyakit mulut dan kuku (PMK) yakni penyakit infeksi virus bersifat akut dan mudah menular yang mewabah pada hewan ternak berkuku genap yakni hewan kurban. Hal tersebut juga berdampak pada pembelian hewan kurban yang memerlukan pengiriman atau pemindahan hewan kurban karena adanya pembatasan perjalanan hewan ternak yang diakibatkan oleh wabah penyakit mulut dan kuku (PMK).

Tetapi hal tersebut bukan menjadi halangan untuk masyarakat Muslim beramal dan menjalankan ibadah berkorban. Di era modern saat ini, masyarakat dapat berkorban dengan mudah, yaitu secara digital atau kurban online. Salah satu penyedia penggalangan dana donasi, baik secara web maupun aplikasi yang sering dijumpai yakni Kitabisa yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang sosial dalam memanfaatkan teknologi sebagai pengelola finansial pengumpulan dana (fundraising) yang berbasis digital (crowdfunding). Salah satu penyalur donasi kurban online dapat melalui Kitabisa dan dapat disalurkan ke seluruh provinsi di mana Kitabisa sudah bekerjasama dengan lebih dari 10 lembaga terpercaya untuk memastikan hewan kurban dapat teralurkan hingga ke pelosok Indonesia di hari raya Idul Adha.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menginvestigasi lebih lanjut faktor-faktor yang menyebabkan niat donasi hewan kurban online yang dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, dan religiusitas.

Kami mohon kesediaan Anda untuk berpartisipasi dalam survei ini dengan meluangkan waktu sekitar 5-10 menit saja. Responden yang beruntung akan mendapatkan Go-Pay/OVO/ShopeePay senilai Rp100.000. Data responden akan kami jamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademik.

Atas perhatian dan kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini, kami ucapkan

terimakasih.

Wassalamu'alaikum

Warahmatullahi

Wabarakatuh.

## **Angket Kuesioner**

### **BAGIAN A**

Di bawah ini diharapkan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi identitas di kolom pertanyaan yang sudah tersedia secara benar dan jujur.

1. Jenis Kelamin:

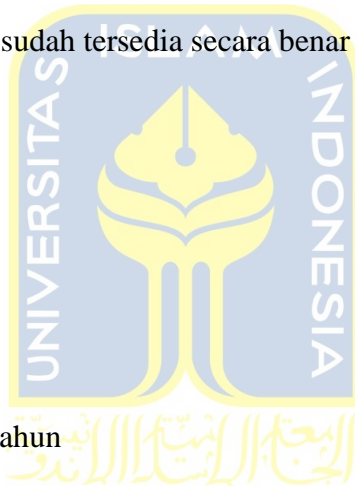
- Laki-laki
- Perempuan

2. Usia:

- Kurang dari 20 tahun
- Antara 20 hingga 30 tahun
- Antara 31 hingga 40 tahun
- Lebih dari 41 tahun

3. Lokasi:

- Sumatera dan Sekitar
- Jawa dan Sekitar
- Kalimantan dan Sekitar
- Sulawesi dan Sekitar
- Papua dan Sekitar





- Bali, Lombok, Nusa Tenggara

4. Pendidikan Terakhir:

- SD / SMP Sederajat
- SMA/SMK Sederajat
- D1/D2/D3/D4
- S1 / S2 / S3 Sederajat

5. Pekerjaan saat ini:

- Pelajar/Mahasiswa/i
- PNS
- Wiraswasta/Swasta
- Pensiunan/Ibu Rumah Tangga
- Belum Bekerja
- Freelance
- IRT



6. Pengeluaran Perbulan:

- Kurang dari Rp 1.000.000 per bulan
- Antara Rp 1.000.000 hingga Rp 3.000.000 per bulan
- Antara Rp 3.100.000 hingga Rp 5.000.000 per bulan
- Lebih dari Rp 5.000.000 per bulan

**Lampiran 2. Data Uji Instrument**

- Peneliti mendapatkan 50 Responden dalam Uji Instrument

P	P	P	P	P	P	P	P												
G	G	G	G	K	K	K	K	K	K	K	K	R	R	R	R	N	N	N	
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	2	4	3	4	2	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4

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

5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

**Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument**

**Hasil Uji Validitas Instrument Pada 50 Responden**

**1. Hasil Uji Validitas Instrument**

Comment

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
Case	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100



**2. Hasil Uji Reliabilitas Instrument**

Hasil Uji Reliabilitas Instrument ada 50 Responden

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.920	19

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PG1	83.4800	42.908	0.424	0.920
PG2	83.5600	41.884	0.511	0.918
PG3	83.6400	39.868	0.698	0.913
PG4	83.6200	41.098	0.616	0.916
PK1	83.6600	40.107	0.708	0.913
PK2	83.4600	41.315	0.652	0.915
PK3	83.4800	40.296	0.689	0.914
PK4	83.5800	41.310	0.593	0.916
K1	83.5600	42.129	0.519	0.918
K2	83.7000	41.847	0.496	0.918
K3	83.6000	41.714	0.575	0.917
K4	83.6600	41.658	0.526	0.918
R1	83.5000	42.092	0.460	0.919

R2	83.3800	40.689	0.701	0.914
R3	83.5400	40.907	0.483	0.920
R4	83.5200	40.132	0.650	0.915
N1	83.5600	40.741	0.637	0.915
N2	83.5800	39.963	0.656	0.915
N3	83.5200	40.949	0.621	0.915

1) Persepsi Kegunaan

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.656	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PG1	13.7800	1.522	0.471	0.574
PG2	13.8600	1.715	0.192	0.740
PG3	13.9400	1.160	0.548	0.503
PG4	13.9200	1.259	0.586	0.481

2) Persepsi Kemudahan

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all

variables in the procedure.

**Reliability**

**Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
---------------------	---------------



0.756 | 4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	14.0800	1.585	0.556	0.699
PK2	13.8800	1.781	0.548	0.705
PK3	13.9000	1.520	0.624	0.658
PK4	14.0000	1.755	0.494	0.730

### 3) Kepercayaan

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all

variables in the procedure.

### Reliability

### Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.787	4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Deleted	Scale Variance if Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Deleted
K1	13.6400	1.582	0.653	0.708
K2	13.7800	1.563	0.555	0.757
K3	13.6800	1.610	0.605	0.731
K4	13.7400	1.543	0.576	0.746

#### 4) Religiusitas

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all

variables in the procedure.

### Reliability

#### Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.720	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
R1	14.1600	2.382	0.253	0.787
R2	14.0400	1.876	0.666	0.576
R3	14.2000	1.714	0.507	0.665
R4	14.1800	1.661	0.660	0.558

#### Lampiran 4. Data Uji

- Peneliti mendapatkan 190 Responden

P	P	P	P	P	P	P	P	K	K	K	K	R	R	R	R	N	N	N
G	G	G	G	K	K	K	K	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3

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

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

4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

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

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



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

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

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

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

**Lampiran 5. Data Deskriptif Analisis Responden**

Kelamin	Usia	Lokasi	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Biaya Bulanan
2	2	1	4	8	3
2	2	1	2	1	2
2	2	1	4	8	2
1	2	2	2	1	4
2	4	1	2	5	4
2	3	1	4	3	3
1	2	3	4	8	2
2	2	1	2	6	2
1	2	1	4	1	2

2	2	3	2	1	2
2	2	3	2	1	2
1	2	2	2	1	2
1	2	1	2	1	2
2	2	1	2	1	3
2	2	1	2	1	2
2	2	1	2	1	2
2	2	3	2	1	3
1	2	3	2	1	3
2	2	3	4	8	1
2	2	2	2	1	3
2	2	1	2	1	3
2	2	1	2	1	2
2	2	2	4	8	2
1	3	1	4	2	2
2	2	1	2	1	2
1	2	3	2	6	1
1	2	3	4	3	4
1	2	1	2	6	2
2	3	1	2	5	2
2	1	1	2	1	1
2	2	1	4	1	1
2	2	1	4	1	2
1	2	1	2	1	1
1	2	1	4	1	2
1	2	1	3	1	2
1	2	1	2	2	1
1	1	1	2	1	1
1	2	1	2	1	1
1	2	1	2	1	2
2	1	1	2	1	1
2	2	1	2	2	2
2	2	1	4	1	2
2	2	1	4	6	1
2	1	1	2	1	1
2	2	1	4	1	2
1	2	1	2	2	2
1	2	1	4	2	2
2	2	1	4	1	1
1	2	1	2	4	1
2	2	1	4	8	4
2	1	1	2	1	1
2	1	1	2	1	1
2	1	1	2	1	1

2	2	1	2	1	1
2	2	1	4	1	1
2	2	1	4	1	2
2	2	1	4	6	2
2	2	1	2	8	1
2	1	1	2	2	1
1	1	1	2	6	1
1	2	1	4	1	2
1	2	1	4	1	1
1	1	1	2	1	1
2	2	1	4	1	2
1	2	2	4	1	2
2	2	1	2	5	2
2	2	1	4	1	3
2	2	1	3	1	2
1	2	1	4	1	2
1	2	1	2	6	3
1	2	1	4	1	2
2	1	1	2	1	1
2	2	1	4	1	2
1	2	1	4	4	3
1	2	1	4	1	2
1	2	1	2	2	2
2	2	1	2	2	2
1	2	1	4	1	1
1	1	1	2	1	1
1	2	1	2	2	2
1	2	1	3	4	2
2	1	1	2	2	2
1	2	1	4	6	2
2	2	1	4	1	1
1	1	1	2	2	1
2	1	1	2	8	1
1	2	1	4	6	2
2	2	1	2	5	2
2	1	1	2	2	2
1	1	1	2	8	1
2	2	1	3	2	3
2	2	1	2	1	2
2	2	1	4	1	1
2	2	1	4	1	2
1	2	1	4	1	2
1	2	1	3	1	2
1	2	1	4	1	2

2	2	1	4	1	3
2	1	1	2	8	1
2	1	1	4	5	3
1	1	1	2	6	2
1	2	1	4	1	2
1	2	1	2	4	2
2	2	1	4	1	1
2	2	1	2	1	2
1	2	1	2	1	2
1	2	1	3	1	2
2	2	1	4	1	2
2	1	1	2	1	2
2	2	1	2	1	2
2	2	1	2	1	2
1	1	1	2	1	2
1	2	1	2	1	2
2	1	1	2	1	1
1	1	1	2	1	1
2	2	1	2	1	1
2	1	1	2	2	1
2	1	1	2	1	1
1	1	1	2	1	1
2	2	1	2	1	2
2	2	1	4	1	2
2	2	1	2	1	1
1	2	1	2	1	2
1	1	1	2	2	1
1	2	1	4	1	2
2	2	1	2	1	2
2	2	1	4	2	2
1	2	1	2	1	2
2	1	1	2	6	2
1	2	1	4	1	2
2	1	1	2	1	2
2	2	1	4	1	3
2	1	1	2	6	2
2	2	1	4	1	2
2	2	1	3	1	1
1	2	1	2	1	1
2	2	1	2	2	2
1	2	1	2	6	1
2	2	1	2	1	2
1	2	1	2	1	2
1	2	1	2	1	2

2	1	1	2	1	1
2	2	1	4	1	2
2	2	1	2	1	2
2	2	1	4	1	3
2	2	1	2	6	3
2	1	5	2	1	1
1	2	1	4	1	2
2	2	1	2	4	2
1	2	1	2	1	1
2	2	1	2	1	2
1	2	1	4	1	2
1	2	1	3	1	2
1	2	1	4	1	2
2	1	1	2	1	1
2	2	1	4	1	2
1	2	1	2	1	1
2	2	1	2	2	2
2	2	1	2	1	2
1	2	1	2	1	2
1	2	1	4	1	2
2	2	1	2	1	2
1	2	1	4	2	2
2	2	1	4	1	2
2	1	1	2	1	2
2	2	1	2	1	3
2	2	1	2	1	1
2	2	1	2	1	1
1	1	1	2	2	1
1	2	1	2	1	2
2	1	1	2	8	1
1	2	1	4	1	3
2	2	1	2	1	1
1	2	1	2	1	2
1	2	1	2	1	2
1	2	1	4	1	2
2	2	1	4	1	3
1	2	1	2	1	1
1	2	1	2	1	3
1	2	1	2	1	2
2	1	1	2	1	2
2	2	1	2	1	2
2	1	1	2	1	1
2	1	1	4	1	2
2	1	1	4	1	1



2	2	1	2	1	2
2	2	1	4	1	3
1	2	1	4	6	2
1	2	1	4	1	4
2	4	1	4	4	4

## Lampiran 6. Data Deskriptif Penilaian Responden Terhadap Variabel

### Rata-Rata Variabel

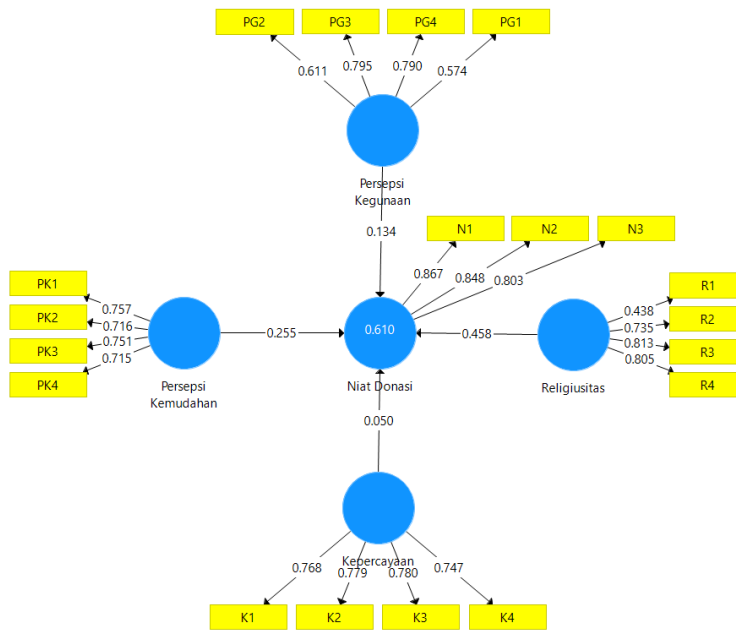
Value Quote Character: [None](#) Sample size: 190  
Number Format: [US \(example: 1,000.23\)](#) Indicators: 19  
Missing Value Marker: [None](#) Missing Values: 0

Indicators	No.	Missing	Mean	Median	Min	Max	Standard D...	Excess Kurt...	Skewness
PG1	1	0	4.884	5.000	4.000	5.000	0.320	3.901	-2.421
PG2	2	0	4.868	5.000	3.000	5.000	0.353	5.738	-2.552
PG3	3	0	4.811	5.000	2.000	5.000	0.430	9.065	-2.578
PG4	4	0	4.853	5.000	3.000	5.000	0.369	4.412	-2.318
PK1	5	0	4.826	5.000	3.000	5.000	0.406	4.118	-2.202
PK2	6	0	4.895	5.000	3.000	5.000	0.324	9.001	-3.053
PK3	7	0	4.900	5.000	2.000	5.000	0.349	26.656	-4.490
PK4	8	0	4.874	5.000	3.000	5.000	0.348	6.266	-2.640
K1	9	0	4.863	5.000	4.000	5.000	0.344	2.565	-2.130
K2	10	0	4.842	5.000	3.000	5.000	0.379	3.696	-2.180
K3	11	0	4.858	5.000	4.000	5.000	0.349	2.294	-2.066
K4	12	0	4.826	5.000	3.000	5.000	0.392	2.810	-1.997
R1	13	0	4.853	5.000	3.000	5.000	0.383	6.073	-2.556
R2	14	0	4.905	5.000	3.000	5.000	0.343	15.637	-3.894
R3	15	0	4.889	5.000	2.000	5.000	0.402	27.802	-4.789
R4	16	0	4.889	5.000	2.000	5.000	0.375	22.304	-4.224
N1	17	0	4.884	5.000	3.000	5.000	0.351	9.807	-3.127
N2	18	0	4.884	5.000	2.000	5.000	0.380	20.826	-4.073
N3	19	0	4.884	5.000	3.000	5.000	0.351	9.807	-3.127

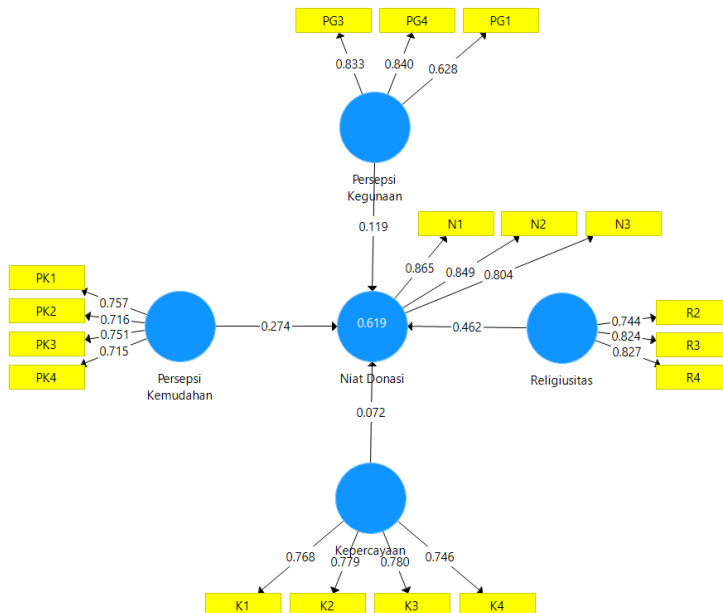


## Lampiran 7. Hasil Uji Outer Model

### 1. Hasil Outer Loading Sebelum Dimodifikasi Pada SPLS



## 2. Hasil Outer Loading Setelah Dimodifikasi Pada PLS



## 3. Hasil Uji Validitas Konvergen Sebelum di Modifikasi

	<b>Kepercayaan</b>	<b>Niat Dona si</b>	<b>Persepsi Keguna an</b>	<b>Persepsi Kemudah an</b>	<b>Religiusit as</b>
K1	0.768				
K2	0.779				
K3	0.780				
K4	0.747				
N1		0.867			
N2		0.848			
N3		0.803			
PG 2			0.611		
PG 3			0.795		
PG 4			0.790		
PK 1				0.757	
PK 2				0.716	
PK 3				0.751	
PK				0.715	

	<b>Kepercayaan</b>	<b>Niat Donasi</b>	<b>Persepsi Kegunaan</b>	<b>Persepsi Kemudahan</b>	<b>Religiusitas</b>
4					
R1					0.438
R2					0.735
R3					0.813
R4					0.805
PG 1			0.574		

#### 4. Hasil Uji Validitas Konvergen Setelah di Modifikasi

	<b>Kepercayaan</b>	<b>Niat Donasi</b>	<b>Persepsi Kegunaan</b>	<b>Persepsi Kemudahan</b>	<b>Religiusitas</b>
K1	0.768				
K2	0.779				
K3	0.780				
K4	0.746				
N1		0.865			
N2		0.849			
N3		0.804			

	Kepercayaan	Niat Donasi	Persepsi Kegunaan	Persepsi Kemudahan	Religiusitas
PG 3			0.833		
PG 4			0.840		
PK 1				0.757	
PK 2				0.716	
PK 3				0.751	
PK 4				0.715	
R2					0.744
R3					0.824
R4					0.827
PG 1			0.628		

## 5. Uji Validitas Diskriminan

**Discriminant Validity**

Fornell-Larcker Criterion   Cross Loadings   Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)   Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)   Copy to Clipboard:   Excel Format

	Kepercayaan	Niat Donasi	Persepsi Kei...	Persepsi Ke...	Religiusitas
Kepercayaan	0.768				
Niat Donasi	0.503	0.840			
Persepsi Kei...	0.611	0.550	0.774		
Persepsi Ke...	0.643	0.683	0.641	0.735	
Religiusitas	0.395	0.715	0.458	0.621	0.799

## 6. Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Standart Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kegunaan	0.66	0,6	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0.76	0,6	Reliabel
Kepercayaan	0.79	0,6	Reliabel
Religiustas	0.72	0,6	Reliabel
Niat Beli	0.82	0,6	Reliabel

Lampiran 8. Hasil Uji Inner Model

# Uji Model Struktural

## R-Square

190 Nisya.txt \*NisBull.spism PLS Algorithm (Run No. 13)

### R Square

Matrix R Square R Square Adjusted Copy to Clipboard: Excel Format R Format

	R Square	R Square A...
Niat Donasi	0.619	0.611

Final Results Quality Criteria Interim Results Base Data

[Path Coefficients](#) [R Square](#) [Stop Criterion Changes](#) [Setting](#)  
[Indirect Effects](#) [f Square](#) [Inner Model](#)  
[Total Effects](#) [Construct Reliability and Validity](#) [Outer Model](#)  
[Outer Loadings](#) [Discriminant Validity](#) [Indicator Data \(Original\)](#)  
[Outer Weights](#) [Collinearity Statistics \(VIF\)](#) [Indicator Data \(Standardized\)](#)  
[Latent Variable](#) [Model Fit](#) [Indicator Data \(Correlations\)](#)  
[Residuals](#) [Model Selection Criteria](#)



## Q-Square

### Construct Crossvalidated Redundancy

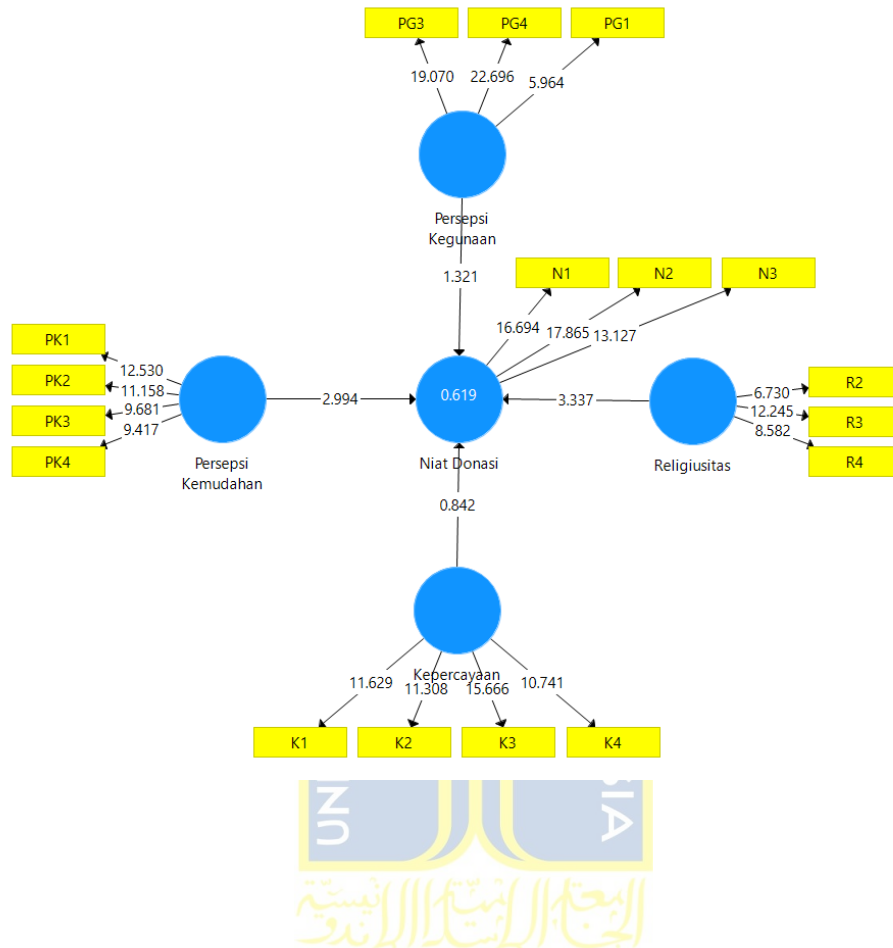
Total Case1 Case2 Case3 Case4 Case5 Case6 Case7 Copy to Clipboard: Excel Format R Format

	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (=1-SSE...
Kepercayaan	760.000	760.000	0.000
Niat Donasi	570.000	345.329	0.394
Persepsi Kegunaan	570.000	570.000	0.000
Persepsi Kemudahan	760.000	760.000	0.000
Religiusitas	570.000	570.000	0.000

Final Results Base Data

[Construct Crossvalidated Redundancy](#) [Setting](#)  
[Construct Crossvalidated Communality](#) [Inner Model](#)  
[Indicator Crossvalidated Redundancy](#) [Outer Model](#)  
[Indicator Crossvalidated Communality](#) [Indicator Data \(Original\)](#)  
[Indicator Data \(Standardized\)](#)

## Path Coefficient Bootstrapping



## Uji Koefisien Jalur (Pengujian Hipotesis)



### Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Corrected	Samples	Copy to Clipboard:	
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O /STDEV)	P Values
Kepercayaan -> Niat Donasi	0.072	0.076	0.085	0.842	<b>0.400</b>
Persepsi Kegunaan -> Niat Donasi	0.119	0.130	0.090	1.321	<b>0.187</b>
Persepsi Kemudahan -> Niat Donasi	0.274	0.283	0.091	2.994	<b>0.003</b>
Religiusitas -> Niat Donasi	0.462	0.446	0.139	3.337	<b>0.001</b>

#### Final Results

[Path Coefficients](#)  
[Total Indirect Effects](#)  
[Specific Indirect Effects](#)  
[Total Effects](#)  
[Outer Loadings](#)  
[Outer Weights](#)

#### Quality Criteria

[R Square](#)  
[R Square Adjusted](#)  
[F Square](#)  
[Average Variance Extracted \(AVE\)](#)  
[Composite Reliability](#)  
[rho\\_A](#)

#### Model Fit

[SRMR](#)  
[d\\_ULS](#)  
[d\\_G](#)

#### Histograms

[Path Coefficients Histogram](#)  
[Indirect Effects Histogram](#)  
[Total Effects Histogram](#)

#### Base Data

[Setting](#)  
[Inner Model](#)  
[Outer Model](#)  
[Indicator Data \(Original\)](#)  
[Indicator Data \(Standardized\)](#)

