

**ANALISIS KEPUTUSAN MILENIAL MEMBAYAR ZISWAF MELALUI
PLATFORM *CROWDFUNDING* AMALSHOLEH.COM MENGGUNAKAN
MODIFIKASI UTAUT**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Oleh:

Dini Jamilah

1905881

PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM

FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2023

Dini Jamilah, 2023

***ANALISIS KEPUTUSAN MILENIAL MEMBAYAR ZISWAF MELALUI PLATFORM
CROWDFUNDING AMALSHOLEH.COM MENGGUNAKAN MODIFIKASI UTAUT***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**ANALISIS KEPUTUSAN MILENIAL MEMBAYAR ZISWAF MELALUI
PLATFORM *CROWDFUNDING* AMALSHOLEH.COM MENGGUNAKAN
MODIFIKASI UTAUT**

Oleh:

Dini Jamilah

1905881

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Dini Jamilah

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Proposal Skripsi ini tidak boleh diperbanyak secara keseluruhan atau Sebagian,
dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin penulis

Dini Jamilah, 2023

***ANALISIS KEPUTUSAN MILENIAL MEMBAYAR ZISWAF MELALUI PLATFORM
CROWDFUNDING AMALSHOLEH.COM MENGGUNAKAN MODIFIKASI UTAUT***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“Analisis Keputusan Milenial Membayar Ziswaf Melalui Platform *Crowdfunding* Amalsholeh.com Menggunakan Modifikasi UTAUT”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya sini.

Bandung, 2023

Yang Membuat Pernyataan



Dini Jamilah

1905881

Dini Jamilah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN MILENIAL MEMBAYAR ZISWAF MELALUI PLATFORM CROWDFUNDING AMALSHOLEH.COM MENGGUNAKAN MODIFIKASI UTAUT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Analisis Keputusan Milenial Membayar Ziswaf Melalui Platform *Crowdfunding* Amalsholeh.com Menggunakan Modifikasi UTAUT**

Penyusunan : Dini Jamilah

NIM : 1905881

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, Juli 2023

Dosen Pembimbing I



Dr. A Jajang W Mahri, M.Si
NIP. 19641203 1993021 1001

Dosen Pembimbing II,



Dr. Juliana, M.E.Sy
NIP. 92017121 9870710 101

Mengetahui:

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam,



Dr. Aas Nurasyiah, M.Si
NIP. 19840607 201404 2 001

Dini Jamilah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN MILENIAL MEMBAYAR ZISWAF MELALUI PLATFORM CROWDFUNDING AMALSHOLEH.COM MENGGUNAKAN MODIFIKASI UTAUT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dini Jamilah (1905881) “**Analisis Keputusan Milenial Membayar ZISWAF Melalui Platform *Crowdfunding* Amalsholeh.com Menggunakan Modifikasi UTAUT**” di bawah ini bimbingan Dr. A. Jajang W Mahri, M.Si. dan Dr. Juliana, M.E.Sy

ABSTRAK

Penelitian ini berangkat dari masalah perkembangan *fintech crowdfunding* yang baru mencapai 8.15 persen dibandingkan dengan *fintech* lainnya, dan 62.8 persen kampanye *crowdfunding* gagal atau tidak terdani. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan milenial membayar ZISWAF menggunakan platform *crowdfunding* amalsholeh.com dengan menggunakan variabel faktor sosial, kondisi fasilitas, *brand image* dan altruisme sebagai variabel mediasi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Adapun sampelnya adalah generasi milenial yang sudah pernah menggunakan platform amalsholeh untuk membayar ZISWAF sebanyak 222 responden. Hasil penelitian menunjukkan faktor sosial berada pada kategori tinggi, sedangkan kondisi fasilitas, *brand image* dan altruisme berada pada kategori sangat tinggi. Kemudian, faktor sosial, kondisi fasilitas dan *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan milenial menggunakan platform amalsholeh untuk membayar ZISWAF. Adapun pengujian variabel mediasi menunjukkan altruisme tidak mampu memediasi hubungan seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi gambaran untuk pengembang platform teknologi untuk meningkatkan citra merek dan kualitas pelayanan serta fitur-fitur sehingga memberikan kenyamanan bagi donatur atau pemberi dana. Bagi lembaga filantropi dan NGO fenomena serta potensi milenial membayar ZISWAF ini bisa menjadi peluang baik untuk meningkatkan penghimpunan ZISWAF secara digital.

Kata Kunci: Altruisme, *Brand Image*, Faktor Sosial, Kondisi Fasilitas, Platform *Crowdfunding* ZISWAF.

Dini Jamilah (1905881) “**Analisis Keputusan Milenial Membayar ZISWAF Melalui Platform Crowdfunding Amalsholeh.com Menggunakan Modifikasi UTAUT**” di bawah ini bimbingan Dr. A. Jajang W Mahri, M.Si dan Dr. Juliana, M.E.Sy

ABSTRACT

This research departs from the problem of the development of crowdfunding fintech, which has only reached 8.15 percent compared to other fintech, and 62.8 percent of crowdfunding campaigns failed or were not funded. This study aims to analyze millennial decisions to pay ZISWAF using the crowdfunding platform amalsholeh.com by using social factor variables, facility conditions, brand image, and altruism as mediating variables. The research method used is quantitative descriptive with the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) analysis technique. An example is the millennial generation who have used the amalsholeh platform to pay ZISWAF as many as 222 respondents. The study results show that social factors are in the high category, while the condition of facilities, brand image, and altruism are very high. Then, social factors, facility conditions, and brand image positively affect the decision to use the amalsholeh platform to pay ZISWAF. While testing the mediating variable shows that altruism cannot mediate the relationship of all independent variables to the dependent variable. The research results are expected to illustrate that technology platform developers improve brand image, service quality, and features to comfort donors or funders. For philanthropic institutions and NGO phenomena and the potential for millennials to pay ZISWAF, this can be an excellent opportunity to increase the digital ZISWAF collection.

Keywords: *Altruism, Brand Image, Social Factors, Facilitating Conditions, ZISWAF Crowdfunding Platform.*

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. Yang telah melimpahkan Rahmat, taufik, hidayah serta Inayat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Analisis Keputusan Milenial membayar ZISWAF melalui Platform *Crowdfunding* Amalsholeh.com menggunakan Modifikasi UTAUT**”. Meskipun tak sedikit hambatan yang penulis rasakan serta alami dalam proses pengerjaan penelitian ini tetapi penulis berhasil menyelesaikan draf skripsi ini dengan tepat pada waktunya.

Skripsi ini membahas mengenai keputusan milenial membayar ZISWAF menggunakan platform amalsholeh.com menggunakan tinjauan *theory of acceptance and use of technology* (UTAUT) yang dimodifikasi. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada orang tua, dosen pembimbing dan juga teman-teman seperjuangan yang sudah memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung, secara materil maupun non-material dalam penyusunan draf skripsi ini.

Semoga penelitian ini dapat dipahami bagi siapa pun yang membaca dan berguna bagi peneliti sendiri maupun orang yang membacanya. Dalam skripsi ini penulis menyadari masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dan dapat dijadikan bahan koreksi untuk memperbaiki skripsi ini. Semoga draf skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Terima kasih.

Bandung, Juli 2023

Dini Jamilah

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirabbil'alamiin penulis memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah *Subhanahu wa ta'ala* atas karunia dan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan salah satu kewajiban sebagai mahasiswa yaitu Menyusun tugas skripsi dengan baik dan tepat waktunya. Shalawat serta salam semoga terlimpah curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, kepada sahabatnya, serta kepada seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah berkenan memberikan pengarahan, bimbingan, bantuan baik bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis dengan penuh rasa syukur mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua tercinta, Bapak Ubes Nurjaman dan Ibu Yati yang merupakan *support system* terbaik bagi penulis. Atas segala peluh keringat mencari nafkah demi tuntasnya pendidikan, juga ibu yang senantiasa memberikan nasihat, semangat, motivasi dan segala doa yang dipanjatkan untuk anak tercinta sehingga anaknya ini senantiasa dipertemukan dengan hal-hal baik salahsatunya dalam menyelesaikan studi pada Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam.
2. Nenek kandung Penulis, Ibu Enceh yang senantiasa memberikan dukungan dan doa terbaik untuk penulis. Tak lupa kepada adik tercinta, Naira dan Khaila yang selalu menjadi penghibur hati di kala pilu dan lelah.
3. Ibu Dr. Aas Nurasyiah., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan selaku Pembimbing Akademik penulis selama ini, Terima kasih atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang selama ini Ibu berikan. Mudah-mudahan ibu senantiasa sehat dan apa yang telah diajarkan menjadi pahala yang mengalir kepada ibu dan keluarga.
4. Bapak Dr. A Jajang W Mahri., M.Si sebagai pembimbing I penulis yang sangat berperan dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, memberikan banyak masukan, inspirasi dan motivasi. Semoga kebaikan bapak Allah balas dengan sebaik-baiknya pahala yang mengalir sampai ke akhirat serta diberikan Kesehatan selalu.

5. Bapak Dr. Juliana, M.E.Sy., sebagai pembimbing II penulis yang mengarahkan, membantu, dan memberikan bimbingan proses penulisan skripsi ini semoga Allah balas segala kebaikan bapak, diberikan kemudahan serta kelancaran dalam segala aktivitas dan hajat-hajat hidup. Amiin
6. Yang terhormat, Rektor Universitas Pendidikan Indonesia, Prof. Dr. M. Solehuddin, M. Pd., dan Prof. Dr. H. Eeng Ahman, MS., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis yang telah memfasilitasi kelancaran studi penulis selama di kampus.
7. Segenap Dosen Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam Ibu Dr. Hilda Monoarfa, M.Si., Ibu Dr Neni Sri Wulandari, Bapak Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Rida Rosida, BS.,M.Sc., Ibu Aneu cakhyanu, S.Pd., Ibu Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si., Ibu Rumaisah Azizah Al Adawiyah, M.Sc., Bapak Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A., Bapak Mumuh Muhammad S.E., M.A., Bapak Syaiful Muhammad Irsyad, M.Sc., dan Bapak Dea Aryandana Mulyana Haris, S.AB., M.E selaku dosen pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah memberikan banyak sekali ilmu dan pengajaran yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
8. Bapak Cecep selaku sosok ayah yang telah membantu serta memberikan dukungan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan studi tepat waktu dan senantiasa memotivasi semua mahasiswa ilmu ekonomi dan keuangan Islam
9. Teman Istimewa, Najib Prassojo Ziyad yang senantiasa kebersamai, menemani, membantu, dan memberikan waktu juga ruang ketika penulis membutuhkan teman untuk bercerita dan didengar, beserta ibundanya tercinta Ibu Fatimah yang selalu memberikan keceriaan dan doa-doa terbaiknya sehingga penulis selalu memiliki rasa semangat yang baru.
10. Teh Nispia Asyabani selaku kakak tingkat sekaligus inspirasi penulis di dunia akademik. Terima kasih telah memberikan teladan yang baik dan menjadi orang pertama yang mengajak lomba karya tulis sewaktu perkuliahan. Semoga Allah memudahkan semua urusan serta semua hajat teh Nispia. Amiin Allahuma Amiin
11. Teh Annisa Sabilla Limayurid selaku kakak tingkat yang senantiasa memberikan bantuan dikala penulis kesulitan dalam penyelesaian skripsi ini

senantiasa baik hati ketika dimintai pertolongan maupun jawaban atas pertanyaan yang tidak dipahami oleh penulis, semoga teh bila senantiasa sehat.

12. Sahabat-sahabat terbaik penulis selama masa perkuliahan Bilqis Badriatul Ummah, Nisa Azizah, Hanna Nabila, Ayu Yuana, Ayu Sri Wahyuni, Dina Nurjanah dan Susi Astuti, terima kasih untuk teman-teman karena selalu memberikan support dan semangat serta menenangkan hati penulis dikala *overthinking* dan mengalami kendala selama masa penyusunan skripsi ini.
13. Teman seperjuangan dan senasib, Teh Melina, Teh Rinta, Teh Widia yang senantiasa menemani proses perkuliahan dari sejak mahasiswa baru sampai akhir perkuliahan, senantiasa memberikan bantuan selama meng kos bersama semoga tetehteteht semua menjadi orang sukses dikemudian hari.
14. DKS Sciemics, Kiki Hardiansyah, Epi desi, Ghani Ali, Rahmi Fadila, Milayani, Chairul Umam, terima kasih teman-teman senantiasa membantu, memberikan semangat dan selalu ada ketika dimintai pertolongan mengsupport satu sama lain. Mudah-mudahan teman-teman semua Allah mudahkan juga proses penyusunan skripsinya
15. Tasha Hasanah, Asti Hayati, Rhesty Nuri Wahyuni, Yuli Yulianti, Lisna Selpia yang senantiasa memberikan keceriaan dan senantiasa menemani perjuangan penulis sejak dibangku sekolah sampai saat ini.
16. Keluarga besar IEKI Angkatan 2019 yang selalu memberikan support dan menjadi keluarga bagi penulis selama masa perkuliahan
17. Keluarga besar IEKI yang telah menjadi wadah dan motivasi penulis, Tak lupa terima kasih juga telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menjadi bagian dari *awardee* beasiswa IKA-IEKI
18. Keluarga Amalsholeh Indonesia, Kang Dea, Kang Roni, Om Abu, Umma Najma, Mbak Ayu, Kak Rahma, Teh Rani, Teh Nisa, Teh Arin, The Anis, Teh Tasya, Azelia, The Adjeng. yang telah memberikan semangat, motivasi, dan juga membantu proses penelitian skripsi ini memberikan ruang untuk penulis mendapatkan responden sehingga skripsi ini bisa selesai, mudah-mudahan segala kebaikan akang teteht dan kakak-kakak semua Allah balas di dunia dan akhirat. Amiin Allahuma Amiin

19. BEM HIMA IEKI periode 2019-2020 yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mendapatkan pengalaman organisasi yang Insya Allah akan sangat bermanfaat bagi penulis ke depannya
20. UKM SCIEemics UPI organisasi keagamaan di bidang ekonomi Islam yang memberikan penulis banyak ilmu diluar perkuliahan dan *softskill* terkhusus untuk Direksi SA yang menjadi ruang penulis bertumbuh
21. UKM Leppim UPI sebagai organisasi keilmiahan yang menjadi sarana bagi penulis mendapatkan relasi baru, teman dari berbagai jurusan dan fakultas serta pengalaman mengikuti berbagai perlombaan dibidang karya tulis.
22. Seluruh responden yang telah membantu dalam mengisi kuesioner penelitian skripsi ini, serta kepada orang-orang baik yang telah membantu men-share kuesioner ini sehingga penulis dapat melanjutkan penelitian ini dengan lancar. Semoga Allah membalas segala kebaikan Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian. Amiin
23. Semua pihak yang telah memberikan semangat, doa dan membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoretis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TELAHAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	9
2.1 Telaah Pustaka.....	9
2.1.1 Konsep Zakat, Infak Sedekah dan Wakaf.....	9
2.1.2 Konsep Platform <i>Crowdfunding</i>	12
2.1.3 Konsep UTAUT.....	12
2.1.4 Konsep Faktor Sosial.....	13
2.1.5 Konsep Kondisi Fasilitas	14
2.1.6 Konsep <i>Brand Image</i>	15
2.1.7 Konsep Altruisme	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Teoretis dan Hipotesis Penelitian	25
2.3.1 Keterkaitan Faktor Sosial dengan Keputusan Milenial Membayar ZISWAF	25
2.3.2 Keterkaitan Kondisi Fasilitas dengan Keputusan Milenial Membayar ZISWAF	26

2.3.3 Keterkaitan <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Milenial Membayar ZISWAF	26
2.3.4 Keterkaitan Altruisme Memediasi Faktor Sosial, Kondisi Fasilitas, Brand Image dengan Keputusan Milenial Membayar ZISWAF	27
BAB III OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN.....	29
3.1 Objek Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Desain Penelitian.....	29
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.6 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	33
3.6.1 Instrumen Penelitian	33
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	35
3.7.2 Analisis <i>Structural Equation Model- Partial Least Square</i> (SEM-PLS)	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	42
4.1.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	42
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	50
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	69
4.1.2.1 Gambaran Umum Variabel Faktor Sosial	70
4.1.2.2 Gambaran Umum Variabel Kondisi Fasilitas	73
4.1.2.3 Gambaran Umum Variabel Brand Image	77
4.1.2.4 Gambaran Umum Variabel Altruisme.....	80
4.1.2.5 Gambaran Umum Variabel Keputusan Penggunaan.....	83
4.3 Analisis Data dengan <i>Structural Equation Modeling-Partial Least Square</i> (SEM-PLS).....	86
4.3.1 Pengujian <i>Outer Model</i> (Evaluasi Model Pengukuran Reflektif)	86

4.3.2 Pengujian <i>Inner</i> Model (Evaluasi Model Struktural)	91
4.4 Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian	95
BAB V SIMPULAN IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	102
5.1 Simpulan.....	102
5.2 Implikasi dan Rekomendasi	103
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Interval Menggunakan <i>Semantic Scale</i>	34
Tabel 4.1 Kategorisasi Faktor Sosial Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Kategori Kondisi Fasilitas Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.3 Kategori <i>Brand Image</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.4 Kategori Altruisme Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.5 Kategori Keputusan Penggunaan Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.6 Kategorisasi Faktor Sosial Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.7 Kategori Kondisi Fasilitas Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.8 Kategori <i>Brand Image</i> Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.9 Kategori Altruisme Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.10 Kategori Keputusan Penggunaan Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.11 Kategorisasi Faktor Sosial Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
Tabel 4.12 Kategori Kondisi Fasilitas Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4.13 Kategori <i>Brand Image</i> Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
Tabel 4.14 Kategori Altruisme Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	54
Tabel 4.15 Kategori Keputusan Penggunaan Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4.16 Kategorisasi Faktor Sosial Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.17 Kategori Kondisi Fasilitas Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4.18 Kategori <i>Brand Image</i> Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.19 Kategori Altruisme Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.20 Kategori Keputusan Penggunaan Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.21 Kategorisasi Faktor Sosial Berdasarkan Asal Pulau	61
Tabel 4.22 Kategori Kondisi Fasilitas Berdasarkan Asal Pulau	62
Tabel 4.23 Kategori <i>Brand Image</i> Berdasarkan Asal Pulau	63
Tabel 4.24 Kategori Altruisme Berdasarkan Asal Pulau	63
Tabel 4.25 Kategori Keputusan Penggunaan Berdasarkan Asal Pulau.....	64
Tabel 4.26 Kategorisasi Faktor Sosial Berdasarkan Pendapatan	65
Tabel 4.27 Kategori Kondisi Fasilitas Berdasarkan Pendapatan	66
Tabel 4.28 Kategori <i>Brand Image</i> Berdasarkan Pendapatan	67
Tabel 4.29 Kategori Altruisme Berdasarkan Pendapatan	68
Tabel 4.30 Kategori Keputusan Penggunaan Berdasarkan Pendapatan.....	69
Tabel 4.31 Skala Kategori Variabel Faktor Sosial Item Pertanyaan.....	70
Tabel 4.32 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Item Pertanyaan Variabel Faktor Sosial.....	71
Tabel 4.33 Kategori Pengaruh Faktor Sosial untuk Skor Variabel.....	71
Tabel 4.34 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Faktor Sosial Tiap responden ...	72
Tabel 4.35 Pemaknaan Kategori Variabel Faktor Sosial	72
Tabel 4.36 Skala Kategori Variabel Kondisi Fasilitas Tiap Item Pertanyaan.....	74

Tabel 4.37 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Item Pertanyaan Variabel Kondisi Fasilitas	74
Tabel 4.38 Kategori Variabel Pengaruh Kondisi Fasilitas untuk Skor Variabel ..	75
Tabel 4.39 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Kondisi Fasilitas Tiap responden	75
Tabel 4.40 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Pengaruh Kondisi Fasilitas ..	76
Tabel 4.41 Skala Kategori Variabel <i>Brand Image</i> Tiap Item Pertanyaan.....	77
Tabel 4.42 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Item Pertanyaan Variabel <i>Brand Image</i>	78
Tabel 4.43 Kategori Pengaruh <i>Brand Image</i> untuk Skor Variabel	78
Tabel 4.44 Kategori dan Rekapitulasi Variabel <i>Brand Image</i> Tiap responden ...	79
Tabel 4.45 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Pengaruh Kondisi Fasilitas ..	79
Tabel 4.46 Skala Kategori Variabel Faktor Altruisme Tiap Item Pertanyaan	80
Tabel 4.47 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Item Pertanyaan Variabel Altruisme	81
Tabel 4.48 Kategori Variabel Pengaruh Altruisme untuk Skor Variabel	81
Tabel 4.49 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Altruisme Tiap responden	82
Tabel 4.50 Pemaknaan Kategori Variabel Kondisi Fasilitas	82
Tabel 4.51 Skala Kategori Variabel Keputusan Penggunaan Tiap Item Pertanyaan	83
Tabel 4.52 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Item Pertanyaan Variabel Keputusan Penggunaan	84
Tabel 4.53 Kategori Keputusan Penggunaan untuk Skor Variabel.....	84
Tabel 4.54 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Keputusan Penggunaan Tiap responden	85
Tabel 4. 55 Pemaknaan Kategori Variabel Kondisi Fasilitas	85
Tabel 4.56 <i>Loading Factors</i>	87
Tabel 4.57 <i>Former Locker Criterion</i>	88
Tabel 4.58 Cross Loading	88
Tabel 4.59 Nilai <i>Average Variance Extrated</i>	89
Tabel 4.60 <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	90
Tabel 4. 61 Variabel dan Indikator yang Sudah Valid dan Reliabel.....	90
Tabel 4.62 Koefisien Determinan Konstruk (R^2).....	92
Tabel 4.63 <i>Variance Inflation Factors</i>	92
Tabel 4.64 Hasil Uji F-Square F^2	93
Tabel 4.65 <i>Path Coefficients</i>	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pengguna Internet Periode 2018-2022.....	1
Gambar 1.2	Nilai Transaksi <i>Crowdfunding</i> Periode 2019-2022.....	2
Gambar 1.3	Jumlah Penghimpunan ZIS Periode 2010-2019.....	3
Gambar 2.1	Model UTAUT.....	13
Gambar 2.2	Kerangka Teoretis	28
Gambar 3.1	Tahap Pengujian PLS-SEM	36
Gambar 4.1	Logo Amalsholeh.com	41
Gambar 4.2	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4.3	Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	46
Gambar 4.4	Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Gambar 4.5	Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Gambar 4.6	Persentase Responden Berdasarkan Asal Pulau.....	60
Gambar 4.7	Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan.....	65
Gambar 4.8	Output Model Penelitian PLS SEM	95
Gambar 4.9	Output Pengujian <i>Bootstrapping</i>	96