

**PERILAKU BERINFRAK GENERASI MILENIAL :
ANALISIS FAKTOR SIKAP *ITSAR*, KEPUASAN DIRI DAN PERILAKU
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL**

(Studi Kasus Mahasiswa di Kota Bandung)

SKRIPSI

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



Oleh:

Rosa Rosita

NIM 1407050

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2019**

**PERILAKU BERINFRAK GENERASI MILENIAL :
ANALISIS FAKTOR SIKAP *ITSAR*, KEPUASAN DIRI DAN PERILAKU
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL
(Studi Kasus Mahasiswa di Kota Bandung)**

Oleh

Rosa Rosita

Sebuah skripsi yang diajukan memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi dan Keuangan Islam

© Rosa Rosita2019

Universitas Pendidikan Indonesia

September 2019

Hak cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruh atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PERILAKU BERINEFAK GENERASI MILENIAL :
ANALISIS FAKTOR SIKAP *ITSAR*, KEPUASAN
DIRI DAN PERILAKU PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL. (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Bandung)**

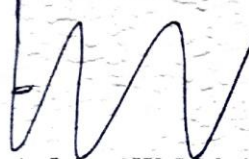
Penyusun : Rosa.Rosita

NIM : 1407050

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, September 2019

Dosen Pembimbing I



Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.
NIP. 19641203 199302 1 001

Dosen Pembimbing II



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

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.
NIP. 19641203 199302 1 001

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan tentang sikap *itsar*, kepuasan diri dan perilaku penggunaan media sosial dan perilaku berinfak generasi milenial. Disamping itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh sikap *itsar*, kepuasan diri dan penggunaan media sosial terhadap perilaku berinfak generasi milenial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan *multiple regression analysis*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa generasi milenial di Kota Bandung. Adapun pengambilan sampel menggunakan metode *puspositive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 300 orang responden dengan kriteria mahasiswa merupakan mahasiswa generasi milenial yang berkuliah di Kota Bandung. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa secara simultan variabel sikap *itsar*, kepuasan diri, dan perilaku penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku berinfak. Dengan demikian, implementasi penelitian ini menunjukkan bahwa adanya sikap *itsar*, kepuasan diri dan perilaku penggunaan media sosial yang tepat dapat meningkatkan keinginan mahasiswa generasi milenial untuk berinfak.

Kata Kunci : Sikap *Itsar*, Kepuasan diri, Media Sosial, Perilaku Berinfak

Rosa Rosita (1407050) *“Charity Behaviour of Millennial Generation: Factor Analysis Attitude Itsar, Self Satisfaction And Behavior Of Social Media Use (Case Study of Students in the City of Bandung)”* under the guidance of : Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si., and Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.

ABSTRACT

The purpose of this study was to obtain knowledge about itsar attitudes, self-satisfaction and social media usage behavior and millennial generation behavior. Besides, this study aims to find out how influence, itsar attitude, self satisfaction and social media use on millennial generation behavior . The method used in this study is a quantitative method with data analysis techniques using multiple regression analysis. The population in this study were millennial generation students in the city of Bandung. The sampling method used was purposive sampling with a total sample of 300 respondents with the criteria of students being millennial generation students studying in the city of Bandung. Based on the results of this research, it can be seen that simultaneously the variables of itsar, self-satisfaction, and social media usage behavior have a significant influence on the variables of the behavioral behavior. Thus, the implementation of this study shows that the existence of itsar, self-satisfaction and the behavior of the use of appropriate social media can increase the desire of millennial generation students to act.

Keywords: Attitudes of Itsar, Self Satisfaction, Social Media, Charity Behavior

DAFTAR ISI

ABSTRAK	4
ABSTRACT	5
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
UCAPAN TERIMA KASIH.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR TABEL.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
BAB 1 PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Pertanyaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
2.1 Telaah Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.11.1 Perilaku Konsumsi dalam Islam	Error! Bookmark not defined.
2.2 Perilaku Berinfak	Error! Bookmark not defined.
2.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Berinfak	Error! Bookmark not defined.
2.5.1 Sikap Itsar	Error! Bookmark not defined.
2.5.2 Kepuasan Diri	Error! Bookmark not defined.
2.5.3 Perilaku Penggunaan Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Generasi Milenial.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.6 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.

2.11.1	Keterkaitan Sikap itsar dengan Perilaku Berinfak	Error! Bookmark not defined.
2.11.2	Keterkaitan Kepuasan Diri dengan Perilaku Berinfak	Error! Bookmark not defined.
2.11.3	Keterkaitan Perilaku Penggunaan Media sosial dengan Perilaku Berinfak	Error! Bookmark not defined.
2.7	Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5	Teknik dan Alat Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Jenis Data dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3	Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.1	Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.2	Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.3	Uji Heterokedastisitas	Error! Bookmark not defined.
3.8	Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.9	Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.9.1	Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Error! Bookmark not defined.**

- 4.1 Gambaran Umum..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.1.1 Gambaran Umum..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.1.2 Profil Perguruan Tinggi di Kota Bandung**Error! Bookmark not defined.**
- 4.2 Gambaran Umum Responden **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Uang Saku**Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Media Sosial **Error! Bookmark not defined.**
- 4.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan **Error! Bookmark not defined.**
- 4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian. **Error! Bookmark not defined.**
- 4.3.2 Uji Asumsi Klasik..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.3.3 Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian**Error! Bookmark not defined.**

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI**Error! Bookmark not defined.**

- 5.1 Simpulan **Error! Bookmark not defined.**
 - 5.2 Implikasi dan Rekomendasi **Error! Bookmark not defined.**
- DAFTAR PUSTAKA 9
- LAMPIRAN..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ali, Z. (2013). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Ancok, D., & Suroso, F. N. (2008). *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anto, M. (2003). *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonosia FE UII.
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- BAZNAS, B. A. (2018). *Laporan Keuangan Badan Amil Zakat Nasional*. Jakarta.
- BAZNAS, P. K. (2017). *Outlook Zakat Indonesia 2018*. Jakarta: Pusat Kajian Strategis BAZNAS.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS cetakan IV*. Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hafidhuddin, D. (1998). *Tentang Zakat, Infak, Sedekah*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hafidhuddin, D., & Pramulya, R. (2008). *Kaya Karena Berzakat*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Huda, N. (2015). *Ekonomi Pembangunan Islam*. Jakarta: Kencana (Prenada Media Grup).
- Ifham, A. (2010). *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Karim, A. A. (2013). *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kasmir. (2008). *Etika Customer Service Edisi 1, Cet. 3*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kusnendi. (2008). *Model-Model Persamaan Struktural : Satu dan Multigroup Sampel dengan LISREL*. Bandung: Alfabeta.
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Nasional, B. A. (2018). *Laporan Keuangan Badan Amil Zakat Nasional*. Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional.
- Nashori, F. (2008). *Psikologi Sosial Islami*. Jakarta: PT. Refika Aditama.
- Nashori, F., & Mucharam, R. D. (2002). *Mengembangkan Kreativitas Dalam Perspektif Psikologi Islami*. Bandung: Pustaka Hidayah.
- Priadana, M., & Muis, S. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [P3EI], P. P. (2008). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Qadir, A. (1998). *Zakat dalam Dimensi Mahdhah dan Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Qardhawi, Y. (2004). *Hukum Zakat : Studi Komperatif Mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Qur;an dan Hadist*. Jakarta: PT.Mitra Kerjaya Indonesia.
- Riduwan. (2012). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rohmana, Y. (2013). *Ekonometrika Teori dan Aplikasi dengan Eviews*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Ekonomi dan Koperasi.
- Sarwono, S. W. (2010). *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sears, D. O., Freedman, J. L., & Peplau, L. A. (2001). *Psikologi Sosial Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sevilia, C. G., Ochave, J. A., Punsalan, T. G., P.Regala, B., & Uriarte, G. B. (2006). *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: UI Press.
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Taufik. (2012). *Empati Pendekatan Psikologi Sosial*. Jakarta: Rajawali Press.
- Jurnal :**
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior . *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 179-221.
- Alawiyah, T. (2009). Korelasi Perbuatan Beramal Dengan Besarnya Nominal Umat Islam Indonesia. *Jurnal Pemikiran dan Gagasan – Vol II* , 1-15.
- Ananta, M. V., Rindayati, W., & Arsyianti, L. D. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Alokasi Infak Rumah Tangga: Studi Kasus di Desa Pasir Eurih, Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor. *Al-Muzara'ah Vol 2, No1*, 1-15.
- Azlina, T. E., & Shazarina. (2014). Kepentingan Kerohanian dalam Meningkatkan Kepuasan Bekerja Pensyarah. *Jurnal Pendidikan Bil 1 (2)* , 1-7.
- Beik, I. S., & Arsyianti. (2015). Construction of CIBEST Model as Measurement of Poverty and Welfare Indices from Islamic Perspective. *Al-Iqthisad*.
- BI, B. I. (2000). *Penelitian Potensi, preferensi dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah di wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta*. Working Paper Bank Indonesia, 4.
- Cahaya, B. T. (2015). Kemiskinan ditinjau dari Perspektif Al-Qur'an dan Hadist. *Jurnal Penelitian, Vol. 9, No. 1*.
- Doni F. R. (2017). Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja. *IJSE – Indonesian Journal on Software Engineering Volume 3 No 2* , 1-9.
- Fadilah, S., Rosdiana, Y., & Maemunah, M. (2017, September). Analisis Preferensi Masyarakat Akademis pada Produk-Produk Perbankan Syariah (Studi pada Dosen Perguruan Tinggi Islam di Bandung Raya). *Jurnal Kajian Akuntansi*, 18 No.1.
- Farris, R., Chong, F., & Danning, D. (2002). Generation Y: Purchasing Power and

- Implications for Marketing. *Academy of Marketing Studies Journal*,6(2), 89-102.
- Gasman, M., & Thompkins, S. A. (2004). Fund Raising from Black-College Alumni: Successful Strategies for Supporting Alma Mater. *Journal of Educational Advancement*, 5(1), 97–98. doi:10.1057/palgrave.ijea.2140238, 1-5.
- Kasri, R. A. (2013). Giving behaviors in Indonesia:motives and marketing implications for Islamic charities. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 4 Iss 3 pp.http://dx.doi.org/10.1108/JIMA-05-2011-0044, 306-324.
- Ko, Y. J., Gibson, H., & Kim, M. (2011). USA, Understanding donors: a case of university performing arts programs in the. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing Int. J. Nonprofit Volunt. Sect. Mark.* 16: 166–182 (2011) DOI: 10.1002/nvsm.411, 167-179.
- M.Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons* (2010) 53, 59—68 doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003, 1-10.
- Maulida, S. (2013). Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Beramal Masyarakat Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 1-16.
- Meier, J. (2010). Generation Y in the workforce : managerial challenges. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 68-78.
- Muda, M., Marzuki, A., & Shahrudin, A. (2006). Factors Influencing Individual Participation In Zakat Contribution :Explanatory Investigation. *Seminar For Islamic and Banking Finance* , (p. 7). Kuala Lumpur.
- Mukhlis, A., & Beik, I. S. (2013). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Membayar Zakat : Studi Kasus Kabupaten Bogor. *Al - Muzara'ah*, Vol I, No 1, 1-24.
- Mulyono, D. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Memberikan Donasi pada Rumah Zakat. *Thesis*.
- Muna, A. C. (2011). Prinsip -Prinsip Penanganan Kemiskinan di Madinah pada Masa Nabi Muhammad SAW. *Jurnal Hukum Islam Vol 9 Nomor 2*, 1-13.
- Nurjanah, N. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Produk Tabungan iB Masalah di BJB Syariah KC Tasikmalaya. Purwokerto: IAIN.
- Opoku, R. A. (2013). Examining the motivational factors behind charitable giving among young people in a prominent Islamic country. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing Int. J. Nonprofit Volunt. Sect. Mark.* 18: 172–186 (2013) DOI: 10.1002/nvsm.1457, 172-186.
- Parasuraman. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 41-50.
- Paulin, M., Ferguson, R. J., Schatke, K., & Jost, N. (2014). Millennials, Social Media, Prosocial Emotions, and Charitable Causes: The Paradox of Gender Differences. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 26:335–353,

ISSN: 1049-5142 print/1540-6997 onlineDOI:
10.1080/10495142.2014.965069, 335-353.

- Pavenkova, O., Pavenkov, V., & Rubtcova, M. (2015). The altruistic behavior: characteristic of future teachers of inclusive education in Russia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 187 doi: 10.1016/j.sbspro.2015.03.003, 10-15.
- Robbin, W. B. (2008). Trends in Internet Information Behavior, 2000–2004. *JOURNAL OF THE AMERICAN SOCIETY FOR INFORMATION SCIENCE ANTECHNOLOGY—DOI: 10.1002/asi*, 3-18.
- Ruth N. Bolton, A. P., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., & Solnet, Y. K. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda. *Journal of Service Management, Vol. 24 Issue: 3, pp.245-267*, 1-28.
- Sargeant, A., Ford, J., & C. West, D. (2000). Widening the appeal of charity. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, Vol. 5 No.4*
- Shahril, M. (2013). Keberkesanan Modul Pengurusan Tekanan (MPT) Bagi Mengurus Tekanan Kerja Dalam Kalangan Guru. *Tesis PhD Selangor: Universiti Kebangsaan Malaysia*.
- Silverman. (2007). A new generation reinvents philanthropy: blogs, social networking sites. *The Wall Street Journal SB118765256378003494*.
- Sonia, G. (2015). *Analisis Tingkat Pengembalian Pembiayaan Berdasarkan Aspek Nasabah (Studi Kasus Bmt Di Bandung)*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sugianto, R. V., & Brahmana, R. K. (2018). Pengaruh Self-Congruity, Curiosity, Dan Shopping Well-Being Terhadap Pola Konsumsi Fast Fashion Pada Generasi Millennial Di Surabaya. *Agora Manajemen Bisnis Vol 6, No 1*, 1-6.
- Utami, A. D., & Triyono, R. A. (2011). Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi Dan Penjualan Batik Online Dengan Sistem Dropship Di Batik Solo 85. *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi – Volume 3 No 3 -ISSN : 1979-9330 (Print) - 2088-0154 (Online)*, 2-8.
- Yahya, N., Omar, S. H., & Othman, M. S. (2017). Konsep Kepuasan Diri Menurut Al-Ghazali Dan Maslow: Satu Kajian Perbandingan. *International Conference of Empowering Islamic Civilization ISBN 978-967-0899-70-1 (2017 (pp. 34-39)*. © Research Institute for Islamic Product and Malay Civilization (INSPIRE).
- Yuli, S. B. (2013). Strategi Pengetasan Kemiskinan dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Vol.4 No.2*, 101.
- Zulfikar A, M. I. (2014). Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 737.

Internet :

Dompot Dhuafa, D. D. (2016, juni 22). *Dompot Dhuafa Jateng*. Retrieved september 08, 2018, from <http://jateng.dompetdhuafa.org/ini-perbedaan-zakat-infaq-sedekah-dan-wakaf/>