

## KEPUTUSAN DONASI ONLINE DITINJAU DARI PENGARUH *TRUST* DAN PERSEPSI RISIKO

Khairani Zikrinawati<sup>1</sup>, Falikhal Isrounnastiti<sup>2</sup>, Nurul Aiyuda<sup>3</sup>

Universitas Islam Negeri Walisongo<sup>1,2</sup>

Universitas Abdurrahman Pekanbaru<sup>3</sup>

[khairanizikrinawati@walisongo.ac.id](mailto:khairanizikrinawati@walisongo.ac.id)<sup>1</sup>,

[falikhalisrounnastiti@gmail.com](mailto:falikhalisrounnastiti@gmail.com)<sup>2</sup>,

[nurul.aiyuda@univrab.ac.id](mailto:nurul.aiyuda@univrab.ac.id)<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*Donation fundraising is considered as one of the strategies to support the achievement of the Sustainability Development Goals (SDGs). The number of digital donations in Indonesia is also growing. According to the World Giving Index survey, Indonesia is the most generous country. On the other hand, the issue of misappropriation of funds from a donation management institution that is quite popular in Indonesia has arisen, which can influence people's decisions to donate. This study aims to empirically examine the effect of trust and perceived risk on donation decisions. The data collection tools used are the donation decision scale, trust scale, and risk perception scale. The study used simple and multiple regression analysis techniques to see the effect partially and simultaneously. The results showed that there was an influence of trust on donation decisions ( $p < 0.000 < 0.05$ ). Perceived risk also influences the decision to donate ( $p < 0.000 < 0.05$ ). Simultaneously trust and perceived risk influence the decision to donate ( $p < 0.000 < 0.05$ ) with R Square 0.361. This shows that trust and perceived risk together can influence the decision to donate by 36.1%. Transparency of reports from donation management institutions is urgently needed to increase trust and reduce public risk perceptions, to increase the number of donations.*

**Keywords:** Donation decision, trust, perceived risk

**ABSTRAK**

Penggalangan dana donasi dianggap sebagai salah satu strategi untuk menunjang pencapaian *Sustainability Development Goals (SDGs)*. Angka donasi digital di Indonesia juga kian bertumbuh. Bahkan menurut survey World Giving Index, Indonesia dinobatkan sebagai negara paling dermawan. Di sisi lain, muncul isu penyelewengan dana dari salah satu lembaga pengelola donasi yang cukup populer di Indonesia, sehingga dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berdonasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *trust* (kepercayaan) dan persepsi risiko terhadap keputusan donasi. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah skala keputusan donasi, skala *trust*, dan skala persepsi risiko. Penelitian menggunakan teknik analisis regresi sederhana dan berganda, untuk melihat pengaruh secara parsial dan simultan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh *trust* terhadap keputusan donasi ( $p < 0.000 < 0.05$ ). Persepsi risiko juga berpengaruh terhadap keputusan donasi ( $p < 0.000 < 0.05$ ). Secara simultan *trust* dan persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan donasi ( $p < 0.000 < 0.05$ ) dengan R Square 0.361 Hal ini menunjukkan bahwa *trust* dan persepsi risiko secara bersama-sama dapat mempengaruhi keputusan donasi sebesar 36.1%. Transparansi laporan dari lembaga pengelola donasi sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kepercayaan dan menurunkan persepsi risiko publik, sehingga angka donasi dapat terus meningkat.

**Kata Kunci:** Keputusan donasi, *trust*, persepsi risiko

## **PENDAHULUAN**

Era digital memberikan berbagai kemudahan dalam bertransaksi, termasuk melakukan donasi. Program penggalangan dana berbasis digital banyak ditemukan saat ini. Sejumlah *platform* digital sengaja dibuat dan dikelola oleh lembaga pengelola donasi untuk membantu menyelesaikan sejumlah permasalahan sosial di Indonesia.

Tahun 2020 dan 2021, Indonesia dinobatkan sebagai negara paling dermawan menurut survey World Giving Index (Charities Aid Foundation, 2022). Ekosistem filantropi di Indonesia juga berkembang sangat pesat dan semakin canggih karena adanya aksi kolaborasi dan kolektivitas (Charities Aid Foundation, 2022). Charity Aid Foundation (CAF) merupakan organisasi pelopor yang bergerak di bidang amal dan beroperasi di Inggris serta internasional.

CAF (2023) menyebutkan bahwa memberikan donasi dapat memberikan lima manfaat. *Pertama*, membuat individu merasa lebih baik (*feeling good*). *Kedua*, memperkuat nilai personal. *Ketiga*, memberikan dampak yang luas. *Keempat*, dapat memperkenalkan kembali pada kerabat akan pentingnya kemurahan hati. *Kelima*, membangun dan memperkuat komunitas

Kegiatan filantropi di Indonesia memang diharapkan dapat membantu pencapaian *Sustainability Development Goals* (SDGs) SDGs adalah program pembangunan global dan nasional dalam upaya menyejahterakan masyarakat. SDGs mencakup empat pilar pembangunan, yaitu ekonomi, sosial, lingkungan, serta hukum dan tata kelola (Bappenas, 2023). Aksi penggalangan dana dan penyaluran donasi yang banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia akan sangat mendukung tercapainya pemerataan pembangunan dan pencapaian tujuan SDGs itu sendiri.

Aktivitas donasi tidak hanya membantu menyelesaikan permasalahan sosial, tetapi juga dapat meningkatkan kesehatan mental bagi pemberi donasi. Ketika menolong orang lain atau memberikan hadiah (dalam hal ini donasi), tubuh akan memproduksi serotonin, dopamin, dan oksitosin (Health Essentials, 2022) yang ketiganya sering dikenal dengan hormon kebahagiaan. Serotonin adalah

hormon yang mengatur suasana hati, nafsu makan, kemampuan belajar, dan pencernaan. Dopamin adalah hormon yang menciptakan perasaan puas dan senang, sedangkan oksitosin sering dikenal dengan istilah “hormon cinta” yang dapat meningkatkan kepercayaan, empati, dan kasih sayang. Selain itu, menolong orang lain juga dapat menurunkan tingkat stress dan tekanan darah, serta berpotensi untuk memiliki rentang hidup yang lebih lama (Health Essentials, 2022).

Salah satu pendorong Indonesia menjadi negara dengan tingkat kedermawanan paling tinggi adalah tradisi budaya yang berorientasi pada masyarakat seperti prinsip gotong-royong (Charities Aid Foundation, 2022). Faktor religiusitas juga menjadi pendukung lain yang mempengaruhi keputusan donasi dan kedermawanan masyarakat Indonesia (Charities Aid Foundation, 2022; Halimatusadiah et al., 2022; Nafidzah, 2020; Oktaviani & Hadian, 2021; Tyasmasdanti, 2021).

Di sisi lain, maraknya aktivitas penggalangan dana yang dikelola oleh lembaga-lembaga non profit di Indonesia, juga berpotensi untuk dimanfaatkan oleh oknum tidak bertanggung jawab. Seperti kasus pendiri lembaga sosial Aksi Cepat Tanggap (ACT) yang terbukti menggelapkan dana bantuan donasi untuk korban pesawat Lion Air JT-610, hingga isu pimpinan ACT dengan gaji fantastis bahkan isu penyaluran dana untuk membantu aksi terorisme (BBC News Indonesia, 2023; Kompas.com, 2022; Mustain, 2022; Widyastuti, 2022).

Masalah penyelewengan dana ini kemudian menimbulkan ketidakpercayaan pada sebagian publik terhadap lembaga penggalang dana (*crowdfunding*). Meski demikian, fakta lain yang menarik adalah Indonesia mengalami trend peningkatan pemberian donasi pada waktu-waktu tertentu, seperti saat pagi hari setelah subuh. Kampanye penggalangan dana juga banyak dijumpai pada linimasa media sosial. Animo masyarakat untuk memberikan donasi juga sangat luar biasa. Nordiansyah (2023) menyebutkan 69% masyarakat Indonesia sering berdonasi secara online. Hal ini kemudian ditanggapi oleh lembaga pengelola dana untuk berinovasi dan menghadirkan fitur-fitur baru yang

menfasilitasi kemudahan donasi, seperti fitur pengingat untuk berdonasi secara rutin, serta laporan penyaluran dana yang dikirimkan melalui email, maupun inbox dan laman aplikasi (Kitabisa.com, 2021, 2022).

Kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola donasi akan sangat menentukan perilakunya. Tingkat kepercayaan dapat mempengaruhi minat dan keputusan individu untuk melakukan donasi secara digital (Sari, 2019; Taufiqurohman & Fadilla, 2022; Tyasmasdanti, 2021). Karena bagaimanapun, pemberian dana secara digital berpeluang untuk menemui sejumlah risiko, seperti kampanye fiktif, penipuan, rendahnya tingkat keamanan, hingga potensi terbukanya akses data pribadi. Persepsi individu terhadap risiko melakukan sebuah transaksi akan turut mempengaruhi perilaku yang dimunculkan, termasuk perilaku donasi online (Dewi et al., 2018; Haryani, 2019; Salsabilla, 2022).

Penelitian ini merupakan penelitian empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh *trust* dan persepsi risiko terhadap keputusan donasi *online*. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah: 1) H1: Terdapat pengaruh *trust* terhadap keputusan donasi *online*. 2) H2: Terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan donasi *online*. 3) H3: Terdapat pengaruh *trust* dan persepsi risiko terhadap keputusan donasi *online*.

## **METODE**

### **Partisipan**

Responden penelitian ini berjumlah 218 pengguna aktif *smartphone* dengan rentang usia 18-60 tahun. Responden didapatkan dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan, dengan mempertimbangkan potensi subjek untuk menjadi responden sesuai dengan kriteria subjek penelitian (Sugiyono, 2018).

### **Instrumen**

Intrumen ataupun Alat pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan jenis skala Likert, dan dikelompokkan menjadi tiga skala, yaitu:

1. Skala keputusan donasi yang berjumlah 14 aitem dengan nilai reliabilitas

sebesar 0.842. Skala disusun dengan mengacu pada empat aspek keputusan transaksi menurut Kotler (Sari, 2019), yaitu kemantapan, kebiasaan dalam bertransaksi, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan melakukan transaksi ulang.

2. Skala *trust* berjumlah 13 aitem dengan reliabilitas 0.817. Skala disusun dengan mengacu pada teori Mayer (1995) dengan tiga aspek, yaitu: *ability*, *benevolence*, dan *integrity*.
3. Skala persepsi risiko donasi berjumlah 18 aitem dengan reliabilitas sebesar 0.899. Skala disusun berdasarkan aspek persepsi risiko menurut Fajarratri (2011), yaitu: Risiko fisik, risiko fungsional, risiko finansial, risiko sosial, risiko psikologis, dan risiko waktu.

#### Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi sederhana untuk menguji secara parsial dan regresi berganda untuk mengetahui pengaruh dari *trust* dan persepsi risiko terhadap keputusan donasi *online* secara simultan.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 218 orang yang aktif menggunakan *smartphone*, dengan rentang usia 18-60 tahun. Gambaran subjek penelitian dan deskripsi data penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1. Data persebaran subjek**

	Jumlah	Persentase
<b>Usia</b>		
18-30 Tahun	158	72%
31-45 Tahun	33	15%
46-60 Tahun	27	13%
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	59	27%
Perempuan	159	73%
<b>Jumlah</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Tabel 1 memperlihatkan sebagian besar sampel dalam penelitian ini berada pada kategori dewasa awal (18-30 tahun) berjumlah 158 orang dengan persentase sebesar 72%, sedangkan pada kategori dewasa tengah rentang usia (31-45 tahun) berjumlah 33 orang dengan persentase 15%, serta pada kategori dewasa tengah rentang usia (46-60 tahun) berjumlah 27 orang dengan persentase 12%. Selanjutnya, diketahui pula bahwa jumlah responden laki-laki memiliki persentase sebesar 27% (59 orang), responden perempuan dengan persentase 73% (159 orang). Subjek terbanyak dengan demikian berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 159 orang (73%).

Sebelum melakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda adalah dengan melakukan uji asumsi klasik, dalam hal ini adalah uji multikolinearitas. Salah satu syarat pengujian dengan analisis regresi berganda adalah korelasi antar variabel bebas tidak boleh tinggi (asumsi multikolinearitas). Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0.642 dengan nilai VIF 1.556, maka asumsi multikolinearitas terpenuhi.

Langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis dengan teknik analisis regresi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan donasi online ( $p < 0.000 < 0.05$ ). Variabel *trust* mempengaruhi keputusan donasi dengan nilai R Square sebesar 0.338. Hal ini berarti 33.8% *trust* mempengaruhi keputusan donasi online.

**Tabel 2. Pengaruh trust terhadap keputusan donasi**

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.581 <sup>a</sup>	.338	.334	4.539	

  

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2266.871	1	2266.871	110.042	.000 <sup>b</sup>
	Residual	4449.607	216	20.600		
	Total	6716.477	217			

a. Dependent Variable: Keputusan donasi

b. Predictors: (Constant), Trust

Persepsi risiko juga terbukti berpengaruh terhadap keputusan donasi ( $p < 0.000 < 0.05$ ) dengan nilai R Square sebesar 0.220. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi risiko mempengaruhi keputusan donasi sebesar 22%.

**Tabel 3. Pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan donasi**

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.469 <sup>a</sup>	.220	.217	4.924	

  

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1479.272	1	1479.272	61.010	.000 <sup>b</sup>
	Residual	5237.206	216	24.246		
	Total	6716.477	217			

a. Dependent Variable: Keputusan donasi :

b. Predictors: (Constant), Persepsi resiko

Variabel *trust* kemudian diuji pengaruhnya secara bersamaan (simultan) dengan persepsi risiko terhadap keputusan donasi *online*. Hasilnya menunjukkan bahwa *trust* dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan donasi online ( $p < 0.000 < 0.05$ ) dengan besaran pengaruh sebesar 36.1% (R Square 0.361).

**Tabel 4. Hasil analisis regresi berganda**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2266.871	1	2266.871	110.042	.000 <sup>b</sup>
	Residual	4449.607	216	20.600		
	Total	6716.477	217			
2	Regression	2422.293	2	1211.147	60.639	.000 <sup>c</sup>
	Residual	4294.184	215	19.973		
	Total	6716.477	217			

- a. Dependent Variable: Keputusan Donasi  
 b. Predictors: (Constant), Trust  
 c. Predictors: (Constant), Trust, Persepsi Risiko

Berdasarkan hasil uji anova, didapatkan nilai F 60.639 dengan  $p < 0.01$ , sehingga dapat dikatakan bahwa *trust* dan persepsi risiko secara bersama-sama dapat menjadi prediktor keputusan donasi online.

Koefisien regresi untuk variabel *trust* terhadap keputusan donasi adalah 0.448. Artinya, setiap satu poin kenaikan *trust*, akan meningkatkan keputusan donasi sebesar 44.8%. Sedangkan koefisien regresi persepsi risiko sebesar -0.234. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu poin persepsi risiko, maka akan menurunkan keputusan donasi sebesar 23.4%.

**Tabel 5. Koefisien regresi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Tolerance	VIF	
(Constant)	3.880	1.811		2.143	.033					
Trust	.557	.053	.581	10.490	.000	.581	.581	.581	1.000	1.000
(Constant)	13.129	3.764		3.488	.001					
Trust	.448	.065	.467	6.871	.000	.581	.424	.375	.642	1.556
Persepsi Risiko	-.234	.084	-.190	-2.790	.006	-.469	-.187	.152	.642	1.556

- a. Dependent Variable: Keputusan Donasi

Berdasarkan hasil uji analisis regresi berganda dapat dijelaskan bahwa *trust* dan persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan donasi online. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Amalina (2021) yang menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk berdonasi secara digital. Penelitian Nafidzah (2020)

juga menyebutkan bahwa kepercayaan dan ikatan emosional memberikan secara signifikan terhadap keputusan donasi. Sama halnya dengan penelitian Nurjanah (2018) yang mempertegas hal tersebut. Dalam penelitiannya, disebutkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap intensi atau niat untuk melakukan donasi secara *online*.

Kepercayaan dapat mempengaruhi keputusan individu untuk melakukan suatu transaksi. Kepercayaan atau *trust* merupakan kesediaan satu pihak untuk mempercayai pihak lain dan didasarkan pada harapan untuk mendapatkan Tindakan tertentu yang penting bagi pihak pemberi kepercayaan (Mayer et al., 1995). Kepercayaan dalam hal ini meliputi kemampuan (*ability*), kebajikan/kemurahan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*) dari pihak yang diberi kepercayaan. Jika suatu lembaga dianggap memiliki kemampuan, kebajikan/ ketulusan hati, serta integritas, maka disitulah individu dikatakan memiliki kepercayaan terhadap lembaga pengelola donasi. Semakin tinggi kepercayaan individu maka akan semakin tinggi pula frekuensi donasi yang dilakukan oleh individu. Begitupun sebaliknya.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa secara parsial, variabel *trust* berpengaruh terhadap keputusan donasi sebesar 33.8% sedangkan jika digabungkan dengan persepsi risiko maka akan mempengaruhi keputusan donasi sebesar 36.1%, artinya, terdapat penambahan sebesar 2.3%. Persepsi yang dimiliki individu terhadap suatu hal, akan mengarahkan sikap dan perilakunya untuk mendekati atau menjauhi suatu stimulus. Dalam hal ini, persepsi risiko individu akan menentukan pilihannya untuk berdonasi atau sebaliknya. Persepsi risiko merupakan suatu bentuk ketidakpastian yang dialami individu ketika tidak dapat memprediksi konsekuensi di masa yang akan datang atas suatu keputusan atau perilaku (Schiffman & Kanuk, 2000). Persepsi risiko sendiri meliputi enam aspek, yaitu risiko secara fisik, fungsional, finansial, psikologis, sosial, dan waktu (Fajarratri, 2011; Schiffman & Kanuk, 2000).

Secara umum, keputusan dapat diartikan sebagai suatu tindakan untuk menentukan pilihan dan berperilaku sesuai pilihan tersebut. Dalam proses pengambilan keputusan, tentu individu juga dihadapkan oleh berbagai konsekuensi dan risiko. Menurut teori prospek/ *prospect theory* (Kahneman & Tversky, 1979), keputusan berisiko artinya individu dihadapkan oleh pilihan antara prospek dan pertaruhan. Prospek dalam hal ini adalah konsekuensi yang diharapkan dari suatu tindakan,

sedangkan pertaruhan berarti ketidakpastian antara konsekuensi positif dan konsekuensi negatif yang mungkin saja terjadi. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahmadi dan Malik (2018) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan individu untuk melakukan transaksi secara elektronik, dan menyarankan untuk meningkatkan kepuasan pengguna dengan cara meminimalisir risiko yang mungkin dimunculkan akibat dari sebuah transaksi elektronik.

Dalam penelitian ini, persepsi risiko hanya memberikan pengaruh sebesar 22% terhadap keputusan donasi *online*. Artinya, 78% dapat dipengaruhi oleh variabel psikologis lain yang lebih kuat dalam mempengaruhi keputusan donasi, seperti religiusitas, altruisme, atau empati. Ketika persepsi risiko diletakkan bersamaan dengan kepercayaan, pengaruhnya meningkat menjadi 36.1%. Hal ini berarti jika persepsi risiko digabungkan dengan kepercayaan, maka akan lebih kuat dalam mempengaruhi keputusan donasi. Ketika individu memiliki persepsi risiko yang rendah dan kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga pengelola donasi, maka semakin besar keputusan individu untuk melakukan donasi secara digital.

Kepercayaan dan persepsi risiko merupakan dua faktor internal yang dapat mempengaruhi keputusan donasi. Di sisi lain, faktor eksternal seperti pengaruh budaya dan lingkungan juga bisa menjadi prediktor dalam mempengaruhi keputusan donasi secara digital. Indonesia dikenal dengan budaya kolektivisme yang erat dengan kohesivitas dan kerjasama. Budaya gotong-royong menjadi ciri dari masyarakat Indonesia yang kolektif. Dalam hal perilaku donasi secara digital, gotong-royong dapat diwujudkan dengan adanya kepercayaan terhadap lembaga pengelola donasi dan persepsi risiko donasi (seperti penyelewengan dana) yang rendah.

## **PENUTUP**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *trust* dan persepsi risiko dapat mempengaruhi keputusan donasi *online*. Oleh karena itu, transparansi laporan keuangan dan penyaluran dana dari lembaga pengelola donasi sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kepercayaan publik dan menurunkan persepsi risiko dari penyelewengan dana, sehingga lebih banyak masyarakat yang sukarela mendonasikan dana secara digital.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amalina, R. A. (2021). *Pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan media sosial terhadap minat masyarakat berdonasi via platform crowdfunding Kitabisa.com (Studi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas Brawijaya)[Skripsi]*. Universitas Brawijaya.
- Bappenas. (2023). *Sekilas SDGs*. Kementerian PPN/Bappenas. <https://sdgs.bappenas.go.id/sekilas-sdgs/>
- BBC News Indonesia. (2023, January 24). Ahyudin pendiri ACT divonis 3,5 tahun penjara, gelapkan dana bantuan korban Lion Air JT-610. *BBC News Indonesia*. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-62046881>
- Charities Aid Foundation. (2022). *World Giving Index 2022: The global view of giving trends*. [www.cafonline.org](http://www.cafonline.org)
- Charities Aid Foundation. (2023). *Five reasons to give to charity*. Charities Aid Foundation. <https://www.cafonline.org/my-personal-giving/long-term-giving/resource-centre/five-reasons-to-give-to-charity>
- Dewi, N. N. S. R. T., Adnantara, K. F., & Asana, G. H. S. (2018). Modal investasi awal dan persepsi risiko dalam keputusan berinvestasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2), 173–190. <https://doi.org/10.23887/jia.v2i2.15636>
- Fajarratri, D. A. (2011). Studi mengenai persepsi resiko (perceived risk) terhadap minat beli online shopping (Kasus pada toko online [www. Kaskus. com](http://www.kaskus.com)). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 10(3), 270–282.
- Halimatusadiah, H., Nawawi, K., & Gustiawati, S. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki untuk membayar zakat selama pandemi Covid-19 melalui platform media online: Studi kasus: LAZ Al-Bunya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 774–782. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.2067>
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian online di Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(2), 198–209. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i2.2155>
- Health Essentials. (2022, December 7). Why giving is good for your health? Helping others can boost your heart and mind. *Cleveland Clinic*. <https://health.clevelandclinic.org/why-giving-is-good-for-your-health/>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.
- Kitabisa.com. (2021). *Kini, asisten kebaikan telah hadir di Kitabisa*. Kitabisa.Com.

<https://blog.kitabisa.com/asisten-kebaikan-kitabisa/>

Kitabisa.com. (2022). *Menjaga amanah donatur: Catatan pengembangan platform & kebijakan Kitabisa*. Kitabisa.Com. [https://blog.kitabisa.com/catatan-pengembangan-platform-kitabisa/#Juni\\_2022\\_-\\_Memastikan\\_semua\\_donasi\\_tersalurkan\\_kami\\_membuat\\_kebijakan\\_donasi\\_pada\\_galang\\_dana\\_yang\\_tidak\\_mempunyai\\_aktivitas\\_selama\\_12\\_bulan\\_berturut-turut\\_akan\\_disalurkan\\_untuk\\_galang\\_dan](https://blog.kitabisa.com/catatan-pengembangan-platform-kitabisa/#Juni_2022_-_Memastikan_semua_donasi_tersalurkan_kami_membuat_kebijakan_donasi_pada_galang_dana_yang_tidak_mempunyai_aktivitas_selama_12_bulan_berturut-turut_akan_disalurkan_untuk_galang_dan)

Kompas.com. (2022, July 26). 4 Tersangka dugaan penyelewengan dana ACT: bergaji Rp 50 Juta-Rp 450 juta, pakai donasi untuk pribadi. *Kompas.Com*. <https://nasional.kompas.com/read/2022/07/26/17150011/4-tersangka-dugaan-penyelewengan-dana-act-bergaji-rp-50-juta-rp-450-juta>

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>

Mustain, A. (2022, July 9). ACT, penyelewengan donasi, dan terorisme. *Media Indonesia*.

Nafidzah, I. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berdonasi secara online di Kitabisa.com [Skripsi]*. Universitas Brawijaya Malang.

Nordiansyah, E. (2023, April 14). Wuih! 69% Masyarakat Indonesia Sering Berdonasi Secara Online. *Medcom.Id*. <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/zNAAyxvN-wuih-69-masyarakat-indonesia-sering-berdonasi-secara-online>

Nurjanah, S. I. M. (2018). *Pengaruh sikap, norma subjektif, perceived behavioral control, kepercayaan dan faktor demografi terhadap intensi berdonasi online [Skripsi]*. UIN Syarif Hidayatullah.

Oktaviani, Y., & Hadian, A. (2021). Pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap minat donatur muslim dalam memberi donasi pada Yayasan Sahabat Yatim Indonesia cabang Medan. *Regress: Journal of Economics & Management*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.57251/reg.v1i1.98>

Rahmadi, H., & Malik, D. (2018). Pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian E-commerce pada Tokopedia.com di Jakarta Pusat. *Reformasi Administrasi*, 3(1), 126–145. <https://doi.org/10.31334/.v3i1.100>

Salsabilla, N. W. (2022). *Determinan keputusan masyarakat menjadi donatur crowdfunding berbasis online [Skripsi]*. Universitas Islam Indonesia.

Sari, A. P. (2019). Pengaruh brand awareness, kualitas proyek dan kepercayaan terhadap keputusan berdonasi secara online pada platform crowdfunding Kitabisa.com. In *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer behaviour* (7th ed.). Prentice-Hall.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif* (1st ed.). Bandung: Penerbit Alfabeta.

Taufiqurohman, K., & Fadilla, A. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan e-trust terhadap keputusan berdonasi digital generasi Z pada aplikasi Kitabisa. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(3), 290–299. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v2i3.2094>

Tyasmadanti, F. (2021). *Faktor-faktor pengaruh keputusan masyarakat menyalurkan donasi melalui platform financial technology crowdfunding berbasis online [Skripsi]* [Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/31367>

Widyastuti, P. R. (2022, July 7). Update kasus ACT: Diduga salurkan dana untuk Al-Qaeda hingga perputaran uang capai Rp1 T per tahun. *Tribunnews.Com*.