



**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, TRANSPARANSI, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT
MENYALURKAN ZIS DI *CROWDFUNDING* KITABISA.COM**

SKRIPSI

NUR AZIZAH 1710116055

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**



**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, TRANSPARANSI, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT
MENYALURKAN ZIS DI *CROWDFUNDING* KITABISA.COM**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

NUR AZIZAH 1710116055

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Nur Azizah

NIM : 1710116055

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 3 Juli 2021

Yang Menyatakan,



(Nur Azizah)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas Akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Azizah
NIM : 1710116055
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah Program Sarjana
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh *Brand Awareness*, Transparansi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Masyarakat Menyalurkan ZIS Di *Crowdfunding* Kitabisa.com

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 3 Juli 2021

Yang Menyatakan,



(Nur Azizah)

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, TRANSPARANSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENYALURKAN ZIS DI *CROWDFUNDING* KITABISA.COM

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nur Azizah 1710116055

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Pada Tanggal : 6 Juli 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Mira Rahmi, S.E, MBA.

Ketua Penguji



Ade Nur Rohim, S.HI., M.EI.

Penguji I



Sahlan Hasbi, M.Si.

Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS.

Dekan



M. Anwar Fathoni, Lc, MA.

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 6 Juli 2021

***The Influence of Brand Awareness, Transparency, and Trust in
Community Decisions to Distribute ZIS in Crowdfunding Kitabisa.com***

By Nur Azizah

ABSTRACT

Financial Technology is evidence of innovation in the financial services sector that makes it very easy for the public. Fintech is not only used for buying and selling transactions only. But it can be used as a crowdfunding platform conducted online. One of the most popular crowdfunding platforms operating in Indonesia in terms of ZIS fundraising is crowdfunding Kitabisa.com. This study aims to explain the effect that occurs on brand awareness (X1), transparency (X2), and trust (X3) on people's decisions to distribute ZIS through crowdfunding Kitabisa.com (Y). The method used is quantitative methods. The samples used in the study were users of the Kitabisa.com platform, with a total sample of 121 people in the Jabodetabek area. The data used is primary. This study uses a questionnaire instrument and a Likert scale. This study uses multiple linear regression analysis methods and using SPSS Statistics version 23. The results of this study indicate that the variables of brand awareness, transparency, and trust have a significant partial and simultaneous effect on the public's decision to distribute ZIS through crowdfunding Kitabisa.com.

Keywords: *brand awareness, trust, transparency, ZIS*

Pengaruh *Brand Awareness*, Transparansi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Masyarakat Menyalurkan ZIS di *Crowdfunding* Kitabisa.com

Oleh Nur Azizah

ABSTRAK

Financial Technology adalah bukti inovasi dalam bidang jasa keuangan yang sangat memudahkan masyarakat. *Fintech* bukan hanya digunakan untuk transaksi jual beli saja. Namun dapat digunakan sebagai wadah penggalangan dana yang dilakukan secara *online*. Salah satu *platform crowdfunding* yang paling populer beroperasi di Indonesia dalam hal pengumpulan dana ZIS adalah *crowdfunding* Kitabisa.com. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan pengaruh yang terjadi pada *brand awareness* (X1), transparansi (X2), serta kepercayaan (X3) terhadap keputusan masyarakat menyalurkan ZIS melalui *crowdfunding* Kitabisa.com (Y). Metode yang digunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ialah pengguna *platform* Kitabisa.com, dengan jumlah sampel sebanyak 121 orang di wilayah Jabodetabek. Data yang digunakan adalah data primer. Pada penelitian ini menggunakan instrumen angket dan skala likert. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan menggunakan *SPSS Statistics* versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand awareness*, transparansi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan masyarakat menyalurkan ZIS melalui *crowdfunding* Kitabisa.com.

Kata kunci: *brand awareness*, kepercayaan, transparansi, ZIS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021

Telah dilaksanakan Sidang Skripsi dihadapan Tim Penguji pada hari Selasa, tanggal 6 Juli tahun 2021:

Nama : Nur Azizah




NIM : 1710116055

Program : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness*, Transparansi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Masyarakat Menyalurkan ZIS di *Crowdfunding* Kitabisa.com

Dengan hasil LULUS/~~TIDAK LULUS~~*.

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Mira Rahmi, S.E, MBA	Ketua Penguji	1. 
2	Ade Nur Rohim, S.HI., M.EI	Penguji I	2. 
3	Sahlan Hasbi, M.Si	Penguji II **	3. 

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 19 Juli 2021

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kaprodi. Ek. Syariah S1



Muhammad Anwar Fathoni, Lc., MA

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul “***Pengaruh Brand Awareness, Transparansi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Masyarakat Menyalurkan ZIS di Crowdfunding Kitabisa.com***”. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Sahlan Hasbi, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dra. Fitri Yetty, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang bermanfaat, serta kepada seluruh tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberikan bimbingan dan bantuan akademik selama masa perkuliahan.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada orang tua tercinta Alm. Bapak Hasan Abu Bakar dan Ibu Siti Nurhasanah beserta kakak tercinta Umar Yusup, keluarga besar hindun serta sepupu tercinta Sri Warni dan Dwi Santika yang telah memberikan kekuatan, doa dan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dimas sebagai *support system* dalam penyelesaian penelitian ini dan kepada teman-teman tercinta Reska, Alliza, Riska, Fani, Silmi, Fajria dan Sisil sebagai teman seperjuangan selama proses perkuliahan dari awal hingga akhir, lalu untuk teman-teman terkasih Riskia Daiana, Fitria Nova Sari dan Kiki Audilah yang selalu memberikan dukungan dan doa dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini. Serta teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 6 Juli 2021

Nur Azizah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 <i>Financial Technology</i>	7
2.1.2 <i>Crowdfunding</i>	8
2.1.3 Pengambilan Keputusan.....	9
2.1.4 <i>Brand Awareness</i>	11
2.1.5 Transparansi	12
2.1.6 Kepercayaan.....	14
2.1.7 <i>Brand Awareness, Transparansi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Masyarakat Menyalurkan ZIS</i>	17
2.1.8 <i>ZIS (Zakat, Infak, Sedekah)</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Model Penelitian	29
2.4 Hipotesis	29

BAB III	METODE PENELITIAN	31
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.1.1	Definisi Operasional	31
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	32
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.2.1	Populasi.....	33
3.2.2	Sampel.....	34
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1	Jenis Data	35
3.3.2	Sumber Data.....	35
3.3.3	Pengumpulan Data	35
3.4	Teknik Analisis Data.....	36
3.4.1	Uji Kualitas Data.....	36
3.4.1.1	Uji Validitas	36
3.4.1.2	Uji Reliabilitas	37
3.4.1.3	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.4.1.4	Statistik Deskriptif	40
3.4.2	Uji Hipotesis	40
3.4.2.1	Uji F (Simultan) dan Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.4.2.2	Uji t-statistik (Parsial)	41
3.4.2.3	Uji Model Regresi Linear Berganda	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4. 1	Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	49
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis.....	56
4. 3. 1	Uji Kualitas Data.....	56
4.3.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	56
4.3.1.2	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.3.1.3	Analisis Statistik Deskriptif	63
4.3.2	Uji Hipotesis	65
4.3.2.1	Uji F (Simultan) dan Uji Koefisien Determinasi	65
4.3.2.2	Uji t-statistik (parsial)	66
4.3.3.3	Model Regresi Linier Berganda	68

4.4	Pembahasan.....	69
4.4.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , Transparansi, Kepercayaan terhadap keputusan masyarakat menyalurkan ZIS di Kitabisa.com secara simultan.....	69
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , Transparansi, Kepercayaan terhadap keputusan masyarakat menyalurkan ZIS di Kitabisa.com secara parsial.....	70
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1	Simpulan	73
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	73
5.3	Saran	74
	DAFTAR PUSTAKA.....	75
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Donasi Kitabisa.com Periode 2015-2019	2
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 4. Pilihan Jawaban Skala Likert.....	36
Tabel 5. Nilai Koefisien Reliabilitas.....	37
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	53
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menyalurkan ZIS.....	56
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Awareness.....	57
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel Transparansi	57
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	58
Tabel 13. Reliabilitas Keputusan Menyalurkan ZIS	58
Tabel 14. Reliabilitas <i>Brand Awareness</i>	59
Tabel 15. Reliabilitas Transparansi.....	59
Tabel 16. Reliabilitas Kepercayaan	60
Tabel 17. Uji Normalitas.....	61
Tabel 18. Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 19. Hasil Uji Glejser	63
Tabel 20. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	64
Tabel 21. Hasil Uji F (simultan)	65
Tabel 22. Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 23. Hasil Uji t (parsial).....	67
Tabel 24. Hasil Uji Regresi linier Berganda.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	29
Gambar 2. Tampilan Utama Kitabisa.com.....	44
Gambar 3. Tampilan Menu Kitabisa.com.....	44
Gambar 4. Menu Pendaftaran Sebagai Pengguna.....	45
Gambar 5. Verifikasi Akun Kitabisa.com Melalui Email.....	45
Gambar 6. Tampilan Utama Menu Zakat	46
Gambar 7. Tampilan Utama Menu Infak dan Sedekah.....	47
Gambar 8. Formulir Pembayaran.....	48
Gambar 9. Metode Pembayaran di Kitabisa.com.....	49
Gambar 10. Presentase Jenis Kelamin Responden	50
Gambar 11. Presentase Usia Responden.....	51
Gambar 12. Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Gambar 13. Presentase Status Responden Pada Kitabisa.com	54
Gambar 14. Campaign Pilihan Responden	55
Gambar 15. Uji Normal P-Plot	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5. Hasil Uji Deskriptif Statistik
- Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 7. Hasil Uji t-statistik (Parsial)
- Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Berganda
- Lampiran 9. Catatan Revisi Sidang Skripsi
- Lampiran 10. Lembar Perbaikan Revisi Sidang Skripsi
- Lampiran 11. Hasil Turnitin