

***Factors that Influence Online Donation Decisions on Kitabisa.com in Dki  
Jakarta***

***By Ihsan Rizki Mansis***

**Abstract**

*The total donation collection at the kitabisa.com Foundation during the year 2021 amounted to Rp 1.07 Trillion. There is a problem with the digital donation system. One recurring issue in the online donation system is fraudulent activities. For instance, during the earthquake that struck Turkey - Syria, some individuals exploited the situation for personal gain. The objective of this research is to understand the influence of accountability, electronic word of mouth, Brand Image, and Islamic financial planning on online donation decisions on kitabisa.com in DKI Jakarta. The population in this study consists of the Muslim community in DKI Jakarta. Sampling was done using nonprobability sampling with purposive sampling. This research involved 100 respondents who met the criteria of being Muslim, residing in DKI Jakarta, and having previously donated through the kitabisa.com service. Data was collected using a questionnaire. This research used a quantitative approach with the partial least square technique, employing the SmartPls application. The results of the hypothesis test are that accountability has a positive effect on donation decisions, electronic word of mouth has no effect on donation decisions, brand image has a positive effect on donation decisions and sharia financial planning has no effect on donation decisions.*

***Keywords:*** *accountability, brand image, electronic word of mouth, islamic financial planning, online donation*

**Faktor – Faktor yang Memengaruhi Keputusan Donasi Online pada  
Kitabisa.Com di Dki Jakarta**

**Oleh Ihsan Rizki Mansis**

**Abstrak**

Tercatat jumlah total penghimpunan donasi di Yayasan kitabisa.com selama tahun 2021 sebesar Rp 1,07 Triliun. terdapat masalah dalam sistem donasi digital. Hal yang beberapa kali terjadi dalam system donasi online adalah modus penipuan. Seperti yang terjadi saat adanya gempa yang menerjang Turki – Suriah, ada beberapa oknum yang memanfaatkan peristiwa tersebut untuk meraih keuntungan pribadi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh akuntabilitas, *electronic word of mouth*, *Brand Image*, dan perencanaan keuangan syariah terhadap keputusan donasi online pada kitabisa.com di DKI Jakarta. Populasi pada penelitian ini merupakan masyarakat muslim DKI Jakarta. Pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan *pursposive* sampling. Penelitian ini menggunakan 100 responden dengan kriteria penduduk muslim, berdomisili di DKI Jakarta, serta pernah berdonasi melalui layanan kitabisa.com. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *partial least square* menggunakan aplikasi SmartPls. Hasil uji hipotesis yaitu akuntabilitas berpengaruh positif terhadap keputusan donasi, *electronic word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan donasi, *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan donasi dan perencanaan keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan donasi.

**Kata Kunci:** akuntabilitas, *brand image*, donasi online, *electronic word of mouth*, perencanaan keuangan syariah