

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *E-Trust* terhadap Keputusan Berdonasi Digital Generasi Z pada Aplikasi Kitabisa

Kamal Taufiqurohman¹, Arif Fadilla²

^{1,2} Universitas Singaperbangsa Karawang

Kamal.taufiqurohman18052@student.unsika.ac.id, ariffadila@fe.unsika.ac.id

ABSTRACT

This study itself aims to understand whether the practice of perceived ease of use and e-trust built by the Kitabisa application has a significant influence on the realization of digital donation decisions in Generation Z in Indonesia. This study uses quantitative research methods in the process focusing on empirical data collected with a research approach because it uses descriptive and verification methods. The sampling technique used in this study is a purposive sampling technique using a google form in the process of collecting the required data. The data analysis technique used is path analysis technique with the help of Microsoft Excel and SPSS. The results of the hypothesis both from the simultaneous test or test that the perception of use and e-trust have a positive and significant effect on the decision to donate digital with a simultaneous effect of 64.5% and 35.5% are influenced by things that are not examined.

Keywords: Digital Donations, Perceived Ease Of Use, E-Trust, Kitabisa

ABSTRAK

Penelitian ini sendiri memiliki tujuan untuk memahami apakah pada praktiknya persepsi kemudahan penggunaan dan *e-trust* yang dibangun aplikasi Kitabisa memberikan pengaruh yang signifikan terhadap terjadinya keputusan berdonasi digital pada generasi Z di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena pada prosesnya berfokus kepada data empirik yang terkumpul dengan pendekatan penelitian menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian kali ini ada Teknik sampling purposive sampling dengan menggunakan google formulir dalam proses pengumpulan data yang diperlukan. Teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik analisis jalur dengan bantuan Microsoft Excel dan SPSS. Hasil uji hipotesis baik dari uji parsial atau uji simultan memperlihatkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi digital dengan nilai pengaruh simultan sebesar 64,5% dan 35,5% nya dipengaruhi oleh hal yang tidak diteliti.

Kata kunci: Donasi digital, Persepsi Kemudahan Penggunaan, E-Trust, Kitabisa

PENDAHULUAN

Perubahan pola bisnis yang semakin memanfaatkan perkembangan teknologi menyebabkan perusahaan perlu menyesuaikan diri dengan keadaan tersebut. Inovasi yang ingin diciptakan perlu menyesuaikan dengan teknologi yang berkembang untuk menciptakan perubahan baik yang bersifat efektif dan efisien. Perubahan yang berlandaskan inovasi yang melibatkan penggunaan teknologi memiliki istilah yang sering digunakan yakni disrupsi teknologi atau *technology disruption*.

Disrupsi teknologi di sektor jasa keuangan memiliki istilah yakni teknologi finansial atau *financial technology (fintech)*. Finansial teknologi pada awal abad 21 ini juga telah menerapkan internet. Internet mengubah proses pelayanan lembaga keuangan seperti perbankan menjadi berbasis digital seperti penggunaan aplikasi dan *website*. Aktivitas finansial teknologi terbagi ke dalam beberapa jenis, diantaranya ada finansial teknologi berbasis pembayaran (*payment*), pembiayaan (*funding*), investasi (*investment*), manajemen risiko (*risk management*), dan dukungan pasar (*market support*).

Salah satu jenis yang berkembang signifikan adalah teknologi finansial berbasis pembiayaan dengan aktivitas yang berkembang pesat adalah urun dana (*crowdfunding*) yang beroperasi secara digital. Berdasarkan situs OJK, *crowdfunding* itu sendiri memiliki arti yakni teknik penggalangan dana atau pengumpulan dana yang melibatkan masyarakat luas. (Sikapuangmu.ojk.go.id, 2019 | Diakses pada Maret 2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Gopay Indonesia dalam *Gopay Digital Donation Outlook (2020)* menjelaskan bahwa kegiatan berdonasi secara digital sudah berkembang secara signifikan dalam 6 tahun terakhir dan media yang paling sering digunakan adalah aplikasi. Penelitian tersebut juga menjelaskan jika kelompok usia di bawah 24 tahun atau generasi Z menjadi kelompok usia yang paling sering melakukan donasi digital. (Gopay Indonesia, 2020)

Salah satu platform donasi digital di Indonesia yang mempunyai aplikasi sendiri adalah Kitabisa. Bersumber pada Money Kompas pada tahun 2020 saat pandemi Covid-19, Kitabisa mencatat perkembangan donasi digital yang sangat pesat dengan jumlah inisiatif galang dana terkait Covid-19 mencapai lebih dari 5000 inisiatif galang dana. Serta pada tahun 2021 platform Kitabisa mencatat lebih dari 3 juta pengguna atau donatur melakukan donasi digital dengan lebih dari 3600 inisiatif galang dana. Hal tersebut membuktikan perkembangan yang sangat baik untuk donasi digital di Indonesia. (Money.kompas.com, 2021 | Diakses pada Maret 2022)

Fenomena atas hadir dan berkembangnya kegiatan donasi digital dan aplikasi donasi digital seperti Kitabisa mendorong para donatur untuk melakukan keputusan berdonasi secara digital. Pada kegiatan berdonasi digital ada faktor atau variabel yang mendorong pada donatur untuk melakukan donasi digital. Berdasarkan riset pendahuluan dua faktor utama yaitu kemudahan menggunakan aplikasi donasi digital serta kepercayaan donatur terhadap aplikasi penyalur donasi digital itu sendiri.

Dengan semua pertimbangan dan analisis yang sudah dilaksanakan, maka peneliti memutuskan untuk melaksanakan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan *E-Trust* Terhadap Keputusan Berdonasi Digital Generasi Z Pada Aplikasi Kitabisa"

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif verifikatif. Echdar (2020) menjelaskan bahwa metode deskriptif merupakan metode untuk memberi

gambaran secara sistematis tentang situasi, permasalahan, serta fenomena yang diteliti. Penelitian deskriptif juga mencakup pengembangan konsep, penghimpunan fakta, namun tidak menguji hipotesis. Sementara metode verifikatif sendiri menurut Sugiyono (2019) menerangkan bahwa metode verifikatif merupakan metode penelitian yang akan menguji hipotesis terhadap sampel menggunakan perhitungan statistik.

Populasi pada penelitian ini adalah pengikut media sosial Instagram dari aplikasi Kitabisa. Berdasarkan pada laman media sosial aplikasi Kitabisa, jumlah pengikut hingga bulan Maret tahun 2022 berjumlah 871 ribu pengikut. Cara menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Issac dan Michael dengan jumlah sampel berjumlah 384 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah teknik sampling *purposive sampling* dengan menggunakan bantuan alat yakni google formulir dalam proses pengumpulan data yang diperlukan.

Penelitian ini sendiri dilaksanakan di provinsi Bawa Barat dan berjalan selama 6 bulan yang dimulai pada tahu 2022. Teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik analisis jalur dengan bantuan perangkat lunak Microsoft Excel dan alat statisika SPSS.

Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat keyakinan seorang pengguna bahwa sebuah teknologi mudah untuk digunakan dan dipercaya dapat memudahkan pekerjaannya. Persepsi kemudahan penggunaan akan membantu konsumen dalam pengambilan keputusan dalam pekerjaannya terutama yang berkaitan dengan penggunaan sebuah sistem teknologi. (Isma et al., 2021)

E-Trust

E-Trust merupakan sebuah kepercayaan yang dimiliki konsumen untuk membeli melalui internet. Transaksi *online* yang dimaksud adalah suatu kegiatan dimana proses pencarian informasi transfer informasi, dan pembelian produk terjadi secara *online*. (Pasa et al., 2020)

Keputusan Berdonasi Digital

Keputusan berdonasi digital pada penelitian ini diekuivalenkan atau disamakan dengan teori mengenai keputusan pembelian. Keputusan pembelian sendiri merupakan tahap proses keputusan di mana konsumen secara aktual dan langsung melakukan pembelian produk. (Rhandy, 2018)

Jadi keputusan berdonasi digital merupakan suatu situasi di mana seorang donatur mengambil keputusan untuk memberikan sebuah donasi kepada seseorang atau kelompok yang membutuhkan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dibentuk hipotesis penelitian sebagai berikut.

H₁: Terdapat korelasi antara Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *E-Trust*

H₂: Terdapat pengaruh Parsial Kemudahan Penggunaan parsial *E-Trust* terhadap keputusan berdonasi digital generasi Z di aplikasi Kitabisa

H₃: Terdapat pengaruh simultan antara *E-Trust* dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan berdonasi digital generasi Z di aplikasi Kitabisa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kriteria Responden

Dari data yang dikumpulkan pada 384 sampel diketahui bahwa pengguna aplikasi donasi digital Kitabisa didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan dan paling banyak digunakan oleh pelajar atau mahasiswa dengan rentang usia 20 – 23 Tahun. Jika melihat dari sudut pandang kondisi keuangan dari para penggunanya, dapat disimpulkan pula bahwa pengguna paling banyak untuk Kitabisa sendiri berasal dari masyarakat dengan jumlah pendapat kurang dari Rp.2.000.000 - Rp.4.000.000 Perbulannya.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis Parsial
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 7.199 | 1.617 | | 4.452 | .000 |
| Persepsi Kemudahan Penggunaan | .611 | .064 | .466 | 9.517 | .000 |
| E-Trust | .534 | .068 | .385 | 7.863 | .000 |

Sumber : Hasil olahan data, 2022

Berdasarkan tabel di atas yang menunjukkan bahwa nilai sig. (0,000) < α (0,05) serta nilai t hitung(9.517) > t tabel (1.966). Berdasarkan perbandingan ini dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berdonasi digital pada donatur generasi Z di aplikasi Kitabisa.

Berdasarkan tabel di atas yang menunjukkan bahwa nilai sig. (0,000) < α (0,05) serta nilai t hitung (7.836) > t tabel (1.966). Berdasarkan perbandingan ini dapat disimpulkan bahwa *e-trust* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berdonasi digital pada donatur generasi Z di aplikasi Kitabisa.

**Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis Simultan
ANOVA^b**

| Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|-----|-------------|---------|-------------------|
| 12083.771 | 2 | 6041.886 | 350.206 | .000 ^a |
| 6573.157 | 381 | 17.252 | | |
| 18656.928 | 383 | | | |

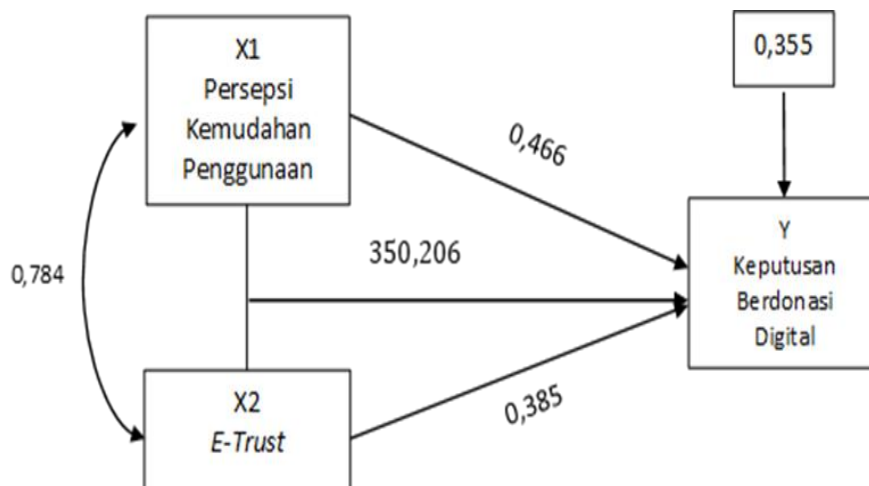
a. Predictors: (Constant), E-Trust, Persepsi Kemudahan Penggunaan

b. Dependent Variable: Keputusan Berdonasi Digital

Sumber: Hasil pengolahan data, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai sebesar 350,206. Atas nilai itu maka dapat diketahui perbandingan nilai Sig. (0.000) < α (0,05) serta nilai F hitung (350,206) > F tabel (3,019). Berdasarkan perbandingan ini dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan *e-trust* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berdonasi digital.

Berikut adalah visualisasi atau penggambaran atas pengujian hipotesis di dalam penelitian ini beserta besaran pengaruh yang diberikan masing-masing variabel independen kepada variabel dependen baik itu secara parsial ataupun simultan.



Gambar1 . Visualisasi Analisis Jalur

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Pengaruh Parsial Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) Terhadap Keputusan Berdonasi Digital (Y)

Pengaruh parsial antara persepsi kemudahan penggunaan dengan keputusan berdonasi digital memiliki nilai sebesar 0,357 atau 35,7%. Hal tersebut berarti

terdapat pengaruh positif dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan berdonasi digital pada aplikasi Kitabisa. Pengaruh tersebut juga didukung oleh pengujian hipotesis variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) terhadap keputusan berdonasi digital (Y) dengan nilai sig. (0,000) < α (0,05) serta nilai (9,517) > (1,966). Berdasarkan hal tersebut jika seorang donatur memiliki persepsi kemudahan penggunaan terhadap aplikasi Kitabisa maka akan semakin mempengaruhi keputusannya dalam berdonasi digital. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Davis dalam Isma dkk (2021).

Pengaruh Parsial *E-Trust* (X2) Terhadap Keputusan Berdonasi Digital (Y)

Pengaruh parsial antara *e-trust* dengan keputusan berdonasi digital memiliki nilai sebesar 0,288 atau 28,8%. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh positif dari *e-trust* terhadap keputusan berdonasi digital pada aplikasi Kitabisa. Pengaruh tersebut juga didukung oleh pengujian hipotesis variabel *e-trust* (X2) terhadap keputusan berdonasi digital (Y) dengan nilai sig. (0,000) < α (0,05) serta nilai (7,839) > (1,966). Berdasarkan hal tersebut jika seorang donatur memiliki kepercayaan terhadap aplikasi Kitabisa dan kepercayaannya itu meningkat maka akan semakin mempengaruhi keputusannya dalam berdonasi digital. Penjelasan di atas sejalan dengan pendapat Giovanis & Athanasopoulou dalam Fitriana (2021).

Pengaruh Simultan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) Dan *E-Trust* (X2) Terhadap Keputusan Berdonasi Digital (Y)

Variabel persepsi kemudahan penggunaan dan *e-trust* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berdonasi digital pada aplikasi Kitabisa. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai pengaruh langsung sebesar 0,645 atau 64,5% dan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,355 atau 35,5%. Pengaruh ini juga dibuktikan dengan pengujian hipotesis pengaruh simultan persepsi kemudahan penggunaan (X1) dan *e-trust* (X2) terhadap keputusan berdonasi digital (Y) dengan nilai Sig. (0,000) < α (0,05) serta nilai (350,206) > (3,019). Berdasarkan penjelasan tersebut maka ketika donatur memiliki persepsi bahwa aplikasi Kitabisa mudah digunakan serta memiliki kepercayaan kepada aplikasi Kitabisa maka donatur akan melakukan keputusan untuk berdonasi secara digital pada aplikasi Kitabisa. Pejelasan di atas sejalan dengan penelitian yang mendukung yakni penelitian oleh Yogananda dan Dirgantara (2019).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan pada penelitian kali ini adalah persepsi kemudahan penggunaan dan *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi digital yang dimana kedua variabel ini secara bersama dapat meningkatkan frekuensi keputusan berdonasi digital generasi Z di aplikasi Kitabisa.

Kitabisa dapat meningkatkan dan mengembangkan kinerja aplikasi untuk dapat mempertahankan persepsi para donatur bahwa aplikasinya mudah digunakan serta dapat memudahkan kegiatan donasi digital. Di sisi lain aplikasi Kitabisa harus

dapat mempertahankan kepercayaan para donaturnya dengan tetap mempertahankan dan meningkatkan transparansi kinerjanya melalui laporan keuangan serta audit yang berkala. Kedua hal tersebut diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk dapat beralih kepada donasi berbasis digital dengan menjangkau wilayah yang lebih luas serta kelompok umur yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

Pustaka yang berupa Buku:

- Amirullah, S.E., M. M. (2015). *PENGANTAR MANAJEMEN* (Amirullah (Ed.); Edisi Asli). Mitra Wacana Media.
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis* (Y. Sartika (ed.); Cetakan I). Ghalia Indonesia.
- Dr. Nugroho J.Setiadi, S.E., M. M. (n.d.). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (ketiga). PrenadaMedia Group.
- Georgieva, Kristalina. 2020. *Fiscal Monitoring: Policies to Support People During the COVID-19 Pandemic*. Washington DC: IMF. ISBN 978-1-51353-769-6
- Gitosudarmo. (2014). *Manajemen Pemasaran Cetakan Ketiga* (Edisi Kedua). BPFE.
- Hair, J., Anderson, R., Babin, B., & Black, W. (2010). *Multivariate Data Analysis. In Australia : Cengage: Vol. 8 edition*.
- Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah (Edisi Revisi): Vol. VII*. http://library.fis.uny.ac.id/opac/index.php?p=show_detail&id=2068
- Hicman, G.R dan Lee, D.S. 2016. *Mengelola Sumber Daya Manusia di Sektor Publik: Tanggung Jawab Berbagi. Nilai Keempat..* New York: Harcourt Collage Publisher
- Prof.Dr, Sofjan Assauri, M. B. . (2018). *Manajemen Pemasaran*. 2018.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Admojo, T. (2014). *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (F. Tjiptono (ed.); Edisi 1). CV. ANDI OFFSET.
- Yaya Ruyatnasih, SE., M., & Liya Megawati, SE., M. (2018). *Principle Management* (Edisi 2). CV.ABSOLUTE MEDIA.

Pustaka yang berupa jurnal ilmiah:

- Bhat, S. A., & Darzi, M. A. (2020). Online Service Quality Determinants and E-trust in Internet Shopping: A Psychometric Approach. *Vikalpa*, 45(4), 207–222. <https://doi.org/10.1177/02560909211012806>
- Fitriana, N. Della, & Hamdan, H. (2021). Pengaruh E-Product Knowledge, E-Social Influence, Dan E-Trust Terhadap Keputusan Berdonasi Di Aplikasi Kitabisa. Com. ... *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 271–286. <https://ejournals.umn.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2175>

<https://ejournals.umn.ac.id/index.php/manajemen/article/download/2175/1187>

- Garvey, K. et al. (2017). *The 2nd Asia Pacific Region Alternative Finance Industry Report-Cultivating Growth (September)*. September.
- Ginting, D. B., & Marlina, M. R. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas layanan, Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Pengguna Fasilitas E-Filing. *Media Informatika*, 16(1), 20–31.
- Gunarto, M. (2018). Transformasi Data Ordinal Ke Interval Dengan Method Of Successive Interval (MSI). *Eprints.Binadarma.Ac.Id*, 10, 1–8.
- Hossain, M., & Oparaocha, G. O. (2017). Crowdfunding: Motives, Definitions, Typology and Ethical Challenges. *Entrepreneurship Research Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.1515/erj-2015-0045>
- Irmadhani, & Nugroho, M. A. (2012). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan. *Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, 1–20.
- Isma, R. A., Hudayah, S., & Indriastuti, H. (2021). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Risk on Purchase Interest and Use Behavior Through Bukalapak Application in Samarinda. *Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal*, 5(3), 1247–1258. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBA>
- Joan, L., & Sitingjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Junaedi, D.: & Salistia, F.. 2020. Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Pasar Modal di Indonesia: Studi Kasus Indeks Saham Komposit (IHSG). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 2 (2) 2020, 1-21
- Kopernik. (2020). *Digital Donation Outlook 2020*. 6.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Liani, A. M. (2021). *Pengaruh e-trust terhadap e-loyalty dimediasi oleh e-satisfaction pada pengguna dompet digital Gopay*. Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Murillo, G. G., Novoa-Hernández, P., & Rodríguez, R. S. (2021). *Technology Acceptance Model and Moodle: A systematic mapping study*. *Information Development*, 37(4), 617–632. <https://doi.org/10.1177/0266666920959367>
- Mustaqim, A. (2017). Teori Hudûd Muhammad Syahrur dan Kontribusinya dalam Penafsiran Al-Qur'an. *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran dan Hadis*, 1 (1), 01-26. doi: <http://dx.doi.org/10.29240/alquds.v1i1.163>.
- Nizar, M. A. (2020). Financial Technology (Fintech): It's Concept and Implementation in Indonesia. *Munich Personal RePEc Archive*, 5(98486), 4–10.

- Nurul, H., & Irwansyah. (2019). Pemanfaatan Aplikasi Mobile Kitabisa Dalam Rowfunding Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, XIII(02), 183–194. <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/5357>
- Pasa, E. G., Wulandari, J., & Adistya, D. (2020). Analisis *E-Trust*, E-Wom Dan E-Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 63–75. <https://doi.org/10.23960/jpb.v3i2.19>
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>
- Sari, A. P., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh E-Word Of Mouth Dan *E-Trust* Terhadap E-Purchase Decision Mahasiswa Universitas Negeri Padang Pada Marketplace Lazada. *Jurnal Ecogen*, 2(4), 666. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i4.7844>
- Suariedewi, I. G. A. A. M., & Suprapti, N. W. S. (2020). Effect of mobile service quality to *E-Trust* to develop e-satisfaction and e-loyalty mobile banking services. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 185–196. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.836>
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Volume 6(1), 440–456.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–7.

Sumber Artikel Internet

- 7 Situs Donasi Pilihan Milenial | Databoks. (n.d.). Retrieved February 9, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/23/7-situs-donasi-pilihan-milenial>
- Filantropi Indonesia. (2021). *Potret Perilaku Berdonasi Masyarakat Indonesia Saat Pandemi*. Filantropi Indonesia. <https://filantropi.or.id/potret-perilaku-berdonasi-masyarakat-indonesia-saat-pandemi/>
- Glints.com, & Adieb, M. (2021). *Disruption: Pengertian, Pengaruh dan Penjelasan Disruptive Technology*. <https://glints.com/id/lowongan/disruptionadalah/#.YpWbA6hBzIU>
- Investopedia, & Smith, T. (2020). *Disruptive Technology Definition*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/d/disruptive-technology.asp>
- Kumpanan. (2019). *Tips Jaga Kepercayaan Donatur Crowdfunding Ala Kitabisa.com*. Kumpanan Bisnis.

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

Volume 2 Nomor 3 (2022) 290-299 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X

DOI: 10.47476/dawatuna.v2i3.2094

<https://kumparan.com/kumparanbisnis/tips-jaga-kepercayaan-donatur-crowdfunding-ala-kitabisa-com-1550538747233886180/full>

Money.kompas.com. (2021). *Perilaku Unik Warga Indonesia Berdonasi "Online" Sepanjang 2021 Halaman all - Kompas.com.* Kompas.Com.

<https://money.kompas.com/read/2021/12/22/073000326/perilaku-unik-warga-indonesia-berdonasi-online-sepanjang-2021?page=all>

Sikapiuangmu.ojk.go.id. (2019). *Crowdfunding Jadi Alternatif Permodalan.* Sikapiuangmu.Ojk.Go.Id.

<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20569>