

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUTUSAN BERDONASI SECARA DARING GEN Z DAN
GEN MILENIAL KOTA BANJARMASIN MELALUI
PLATFORM *CROWDFUNDING* KITABISA.COM**

SKRIPSI

Oleh

SITI ZAHRAH



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2026 M/ 1447 H

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUTUSAN BERDONASI SECARA DARING GEN Z DAN
GEN MILENIAL KOTA BANJARMASIN MELALUI
PLATFORM *CROWDFUNDING* KITABISA.COM**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi Syariah**

Oleh:

SITI ZAHRAH

220105010138

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2026 M/ 1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Zahrah

NIM : 220105010138

Tempat/Tanggal Lahir : Banjarmasin, 25 Februari 2004

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 16 Juni 2026

Yang membuat pernyataan

Tanda tangan



Siti Zahrah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 6777 955, e-mail:
febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com, website: febi.uin-antasari.ac.id

PENETAPAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : B - 381/Un. 14/III.5/ES.S1/PP.00.9/06/2026

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim
Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat
memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi skripsi atas nama Saudara (i):

Nama	: Siti Zahrah
NIM	: 220105010138
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERDONASI SECARA DARING GEN Z DAN GEN MILENIAL KOTA BANJARMASIN PADA PLATFORM CROWDFUNDING KITABISA.COM

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan:

BEBAS PLAGIASI
Dengan Persentase Indikasi Plagiat: 23%

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan
semestinya.

Banjarmasin, 17 Juni 2026
Ketua Jurusan



Muhammad Qamaruddin

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Berdonasi Gen Z dan Gen Milenial Kota Banjarmasin Pada Platform Kitabisa.com
Ditulis oleh : Siti Zahrah
NIM : 220105010138
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2025/2026
Tempat dan tanggal lahir : Banjarmasin, 25 Februari 2004
Alamat : Jl. Intan Sari Gg. Melati, RT/RW 019/002, Kelurahan Basirih Kecamatan Banjarmasin Barat, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 10 Juni 2026

Pembimbing I



Rohana Faridah, S.E., M.M.
NIP. 1978042720090112010

Pembimbing II



Muhammad Saleh, S.IP., S.H., M.A.
NIP. 1960312196021001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin,



Muhammad Oanjaruddin, M.E.
NIP. 198903122019031012

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Berdonasi Secara Daring Gen Z dan Gen Milenial Kota Banjarmasin melalui Platform Crowdfunding Kitabisa.com", ditulis oleh Siti Zahrah, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 30 Juni 2026

Dinyatakan LULUS dengan predikat : A (85,2), Bobot (3,75)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Zaki Mubarak, S.E., M.Sc., M.Fin.

NIP. 19770312002121002

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	
1	Prof. Dr. H. Sukarni, M. Ag	1.	
2	Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M.		2.
3	Muhammad Saleh, S. IP., S.H., M.A.	3.	
4	Novita Alfinuri, B.Sc., M.A.		4.

ABSTRAK

Siti Zahrah, 2026. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi Secara Daring Gen Z dan Gen Milenial Kota Banjarmasin pada *Platform Crowdfunding* Kitabisa.com. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing I: Rohana Faridah, S.E., M.M., Pembimbing II: Muhammad Saleh, S.IP., S.H., M.A.

Kata Kunci: *Influencer marketing*, *brand awareness*, kepercayaan, keputusan berdonasi

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi keuangan yang mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam kegiatan filantropi Islam, khususnya donasi secara daring melalui *platform crowdfunding*. Kitabisa.com merupakan salah satu platform donasi daring yang mempertemukan pihak yang membutuhkan bantuan dengan pihak yang memiliki kelebihan dana, sehingga dapat mendorong pemerataan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *influencer marketing*, *brand awareness*, dan kepercayaan terhadap keputusan berdonasi secara daring pada Gen Z dan Gen Milenial Kota Banjarmasin, baik secara simultan maupun parsial

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*, sehingga sampel yang diambil dapat mewakili populasi sesuai dengan kriteria penelitian. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang pernah berdonasi melalui platform Kitabisa.com. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, dan teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji determinasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, *influencer marketing*, *brand awareness*, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi secara daring pada platform Kitabisa.com. Secara parsial, *brand awareness* dan kepercayaan masing-masing berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi secara daring, sedangkan *influencer marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi. Dengan demikian, untuk meningkatkan keputusan masyarakat dalam berdonasi secara daring, Kitabisa.com perlu meningkatkan *brand awareness* dan menjaga serta meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap platform secara berkelanjutan.

ABSTRACT

Siti Zahrah, 2026. *Analysis of Factors Influencing Online Donation Decisions of Gen Z and Millennials in Banjarmasin City on the Kitabisa.com Crowdfunding Platform. Thesis, Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business. Supervisor I: Rohana Faridah, S.E., M.M., Supervisor II: Muhammad Saleh, S.IP., S.H., M.A.*

Keywords: *Influencer marketing, brand awareness, trust, donation decisions*

This research is motivated by the development of financial technology that is driving changes in people's behavior in Islamic philanthropic activities, particularly online donations through crowdfunding platforms. Kitabisa.com is an online donation platform that connects those in need with those with excess funds, thereby promoting equitable distribution of social welfare. This study aims to determine the influence of influencer marketing, brand awareness, and trust on online donation decisions among Gen Z and Millennials in Banjarmasin City, both simultaneously and partially.

The research method used a quantitative approach with purposive sampling technique, ensuring that the sample is representative of the population according to the research criteria. Data were collected by distributing questionnaires to 100 respondents who had donated through the Kitabisa.com platform. Data collection was carried out through questionnaires, and data analysis techniques used validity tests, reliability tests, classical assumptions, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and tests of determination.

The results show that simultaneously, influencer marketing, brand awareness, and trust significantly influence online donation decisions on the Kitabisa.com platform. Partially, brand awareness and trust each significantly influence online donation decisions, while influencer marketing does not significantly influence donation decisions. Therefore, to increase people's online donation decisions, Kitabisa.com needs to increase brand awareness and maintain and strengthen user trust in the platform on an ongoing basis.

MOTTO

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Q.S Ar- Rum: 60)

“Sabar itu seperti kita berpuasa, kita yakin bahwa magrib akan datang. Begitu pula dengan ujian, akan selalu ada akhir yang indah.”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, kesehatan, kemudahan, dan kekuatan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan penuh rasa syukur, karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

Keluarga besar

Terutama untuk ayah Johansyah dan ibu Nurhasanah tercinta terimakasih banyak senantiasa memberikan doa, kasih, masukan yang tak pernah putus dalam perjalanan hidup juga pendidikan, teruntuk kakak-kakak saya terimakasih banyak karena selalu perhatian juga memberi dukungan kepada adik bungsu nya ini tentang bagaimana menghadapi suka duka nya bangku perkuliahan, tidak lupa juga pada keponakan saya yang berjumlah delapan orang yang menjadi sumber keceriaan dan kebahagiaan nya mampu membuat saya bersemangat di tengah proses skripsi ini.

Suami Arfan Maulana, S.M.

Saya sangat berterimakasih kepada suami atas semua usaha, doa, perhatian, dukungan dan pemahaman selama mendampingi hingga sekarang. Selalu menjadi tempat bertukar pikiran juga berbagi cerita, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan keberkahan dan kebahagiaan dalam setiap langkah hidup kita sekarang hingga nanti.

Ibu Rohana Faridah, S.E., M.M., dan Bapak Muhammad Saleh, S.IP., S.H., M.A.

Saya sangat berterimakasih banyak kepada dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.

Bestie-besti cantik

Aisyah, ayra, fizah, ifah, lisa, salma, sida, zannah teman-teman seperjuangan yang akan bergelar S.E., tidak terhitung *support* dan *effort* kalian semoga kita sukses pada waktunya masing-masing. Pada akhirnya waktu telah berakhir kita tidak lagi bertemu di bangku perkuliahan yang akan dirindukan.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	D	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zal	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Tha	TH	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مُعَقَّدِينَ	Ditulis	<i>muta`aqqidin</i>
عِدَّة	Ditulis	<i>`iddah</i>

III. Ta'marbutah di akhir kata

a) Bila dimatikan ditulis *h*

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

b) Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al auliyā'</i>
---------------	---------	---------------------------

IV. Vokal Pendek

ـَ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ـِ	fathah	Ditulis	<i>a</i>
ـُ	ḍammah	Ditulis	<i>u</i>

V. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	Ditulis	Ā <i>Jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati يسعى	Ditulis	Ā <i>yas'ā</i>
3	Kasrah + ya' mati كريم	Ditulis	Ī <i>Karīm</i>
4	Dhammah + wawu mati فروض	Ditulis	Ū <i>Furūd</i>

VI. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati يسمى	Ditulis	<i>ai Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati قول	Ditulis	<i>au Qaulun</i>

VII. **Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof**

لَن شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la 'in syakartum</i>
----------------	---------	-------------------------

VIII. **Kata sandang alif + lam**

a) **Bila diikuti huruf *Qomariyyah***

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b) **Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan**

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

IX. **Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

ذوي الفروض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i> atau <i>ẓawil furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i> atau <i>ahlussunnah</i>

KATA PENGANTAR

الرحيم الرحمن بسم الله

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah swt karena atas berkat rahmat serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Berdonasi Secara Daring Gen Z dan Gen Milenial Kota Banjarmasin melalui Platform Crowdfunding Kitabisa.com”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaki Mubarak, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
2. Bapak Muhammad Qamaruddin, M.E., Ketua program studi Ekonomi Syariah dan Bapak Muhammad Syafi'i, S.Ag., M.Ag., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

3. Ibu Rohana Faridah, S.E., M.M. dan Bapak Muhammad Saleh, S.IP., S.H., M.A., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan koreksi dan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Semoga Allah swt membalas segala bentuk kebaikan untuk kita semua. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah swt, semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah ilmu pengetahuan Aamiin Ya Rabbal ‘Alamin.

Banjarmasin, 15 Juni 2026

Penulis



Siti Zahrah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI	iv
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
PENGESAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	xi
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR BAGAN	xxii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Signifikasi Penelitian.....	11
E. Definisi Operasional	12
BAB II	14
INFLUENCER MARKETING, BRAND AWARENESS, <i>KEPERCAYAAN</i>, DAN <i>KEPUTUSAN BERDONASI</i>	14
A. <i>The Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	14
B. Keputusan Berdonasi, <i>Influencer Marketing</i> , <i>Brand awareness</i> , dan Kepercayaan	16
C. Kajian Penelitian Terdahulu.....	30
D. Kerangka Pikir.....	32

E. Hipotesis Penelitian	32
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN	34
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian.....	34
C. Objek dan Subjek Penelitian	35
D. Populasi dan Sampel Penelitian	36
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	37
F. Data dan Sumber Data	38
G. Variabel dan Indikator	39
H. Teknik Pengumpulan Data	40
I. Teknik Analisis Data	41
J. Tahapan Penelitian	45
BAB IV	47
HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	47
1. Gambaran Umum Aplikasi Kitabisa.com	47
2. Penyajian Data	54
3. Penyajian Deskripsi Variabel	58
4. Uji Instrumen Penelitian	64
5. Uji Asumsi Klasik.....	67
6. Uji Regresi Linier Berganda	71
7. Uji Hipotesis	73
8. Uji Determinasi (R^2)	76
B. Pembahasan.....	77
BAB V.....	84
PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	85
Daftar Pustaka.....	87
LAMPIRAN- LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator	37
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Domisili	55
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Influencer Marketing</i> (X1)	57
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand awareness</i> (X2)	58
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X3)	59
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Berdonasi (Y)	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	68
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan)	71
Tabel 4.16 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	72

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	29
Gambar 4.1 Hasil Uji Scatterplot	67

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur Organisasi kitabisa.com	47
--	----