

**PENGARUH *ATTITUDE TOWARDS DONATION* DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP *INTENTION TO DONATE* MELALUI *DESIRE TO DONATE* PADA GENERASI MILENIAL DI JABODETABEK**

**Alysa Aghna Zita<sup>1)</sup>, Umi Widyastuti<sup>2)</sup>, Nofriska Krissanya<sup>3)</sup>**

Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta

|                            |                       |                        |
|----------------------------|-----------------------|------------------------|
| Correspondence             |                       |                        |
| Email: Alysa8402@gmail.com | No. Telp:             |                        |
| Submitted 9 Juli 2024      | Accepted 14 Juli 2024 | Published 15 Juli 2024 |

**ABSTRACT**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *attitude towards donation* dan *perceived behavioral control* terhadap *intention to donate* melalui *desire to donate* pada generasi milenial di Jabodetabek. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan melibatkan sampel sebanyak 160 responden kepada generasi milenial di Jabodetabek yang sudah memiliki penghasilan dan mengetahui platform *crowdfunding* sebagai sarana untuk berdonasi. Penelitian ini menerapkan metode survei dengan mengedarkan kuesioner *online* untuk mengumpulkan data. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan *pendekatan non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *attitude towards donation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *desire to donate*, *perceived behavioral control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *desire to donate*, *attitude towards donation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to donate* melalui *desire to donate*, dan *perceived behavioral control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to donate* melalui *desire to donate*.

**Kata kunci:** *Attitude towards donation*, *perceived behavioral control*, *desire to donate*, *intention to donate*, *crowdfunding*, generasi milenial.

**1. Pendahuluan**

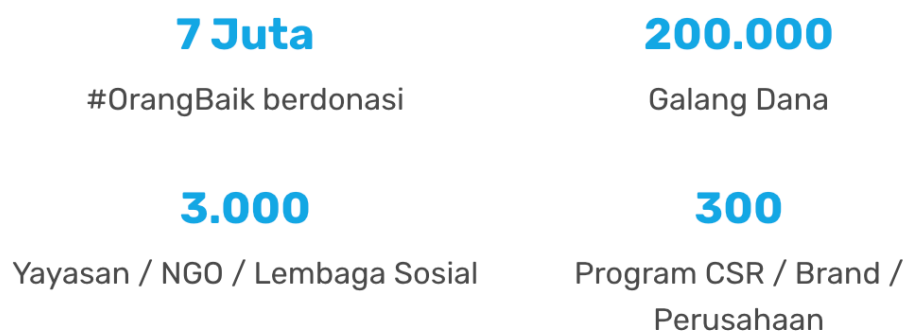
Kemajuan pesat dalam teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan. Dampak dari kemajuan ini memengaruhi berbagai aspek kehidupan sosial, kebangsaan, dan kenegaraan, sehingga setiap orang merasa tertarik untuk menggunakan serta mengoptimalkan setiap kemajuan tersebut (Danuri, 2019). Melalui kehadiran teknologi digital, efisiensi dan efektivitas terbukti di masyarakat melalui penerapan *mobile banking*, *internet banking*, aplikasi transportasi daring, platform media sosial, penerapan sistem *e-commerce*, dan sebagainya. Hal tersebut dapat memudahkan masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-hari tanpa terbatas oleh waktu, serta meningkatkan konektivitas antar individu di seluruh dunia.

Perkembangan teknologi digital telah memainkan peran yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman teknologi di kalangan masyarakat Indonesia, yang terus berevolusi setiap tahunnya. Fakta ini terlihat dari peningkatan signifikan dalam tingkat penetrasi internet di Indonesia, yang mencapai 79,5% pada tahun 2024, naik dari 78,19% pada tahun 2023. Penelitian oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga menunjukkan lonjakan jumlah pengguna internet pada tahun 2024 menjadi 221.563.479, dibandingkan dengan jumlah populasi pengguna internet sebanyak 215.626.156 pada tahun 2022 – 2023 (APJII, 2024). Berdasarkan data tersebut, tampak jelas bahwa setiap tahun semakin banyak masyarakat yang terhubung dengan teknologi dan perkembangan digital. Kenang & Gosal (2021) berpendapat bahwa tren digital sudah mendarah daging dalam penduduk Indonesia. Teknologi digital telah mengubah banyak hal dalam berbagai sektor kehidupan, terutama dalam bidang perekonomian (Rochmahwati, 2023). Hal ini mencerminkan transisi yang signifikan menuju masyarakat yang semakin terhubung secara digital.

Hingga saat ini, masyarakat telah merasakan kegunaan dari ekonomi digital melalui penggunaan pembayaran melalui platform digital (*e-payment*), transaksi jual beli *online* (*e-commerce*), dan layanan bank melalui platform digital (*e-banking*) (Linardi & Nur, 2021). Fenomena ini merupakan perkembangan dari *financial technology* yang terus memperluas aksesibilitas dan efisiensi dinamika sektor ekonomi digital. *Financial technology*, yang sering dikenal sebagai teknologi keuangan, adalah kumpulan teknologi terkini yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengotomatisasi penyediaan layanan keuangan (Nurmara et al., 2023). Abubakar & Handayani (2018) berpendapat *FinTech* di Indonesia sedang tumbuh dan berkembang sebagai pilihan lain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di bidang layanan keuangan. Terlebih lagi, dalam evolusi *FinTech*, terdapat model yang semakin berkembang, yaitu *crowdfunding*, yang menghadirkan peluang baru dalam menggalang dana dan berinvestasi. Menurut Gerber et al., (2012) *crowdfunding* adalah permintaan terbuka secara *online* untuk sumber daya keuangan dalam bentuk sumbangan uang, sering kali ditukar dengan barang, jasa, atau hadiah di masa depan. Melalui perkembangan teknologi internet, *crowdfunding online* telah menjadi metode filantropi yang penting dan telah menarik perhatian luas (Zhai & Shen, 2024).

Kitabisa.com adalah situs *crowdfunding* di Indonesia dengan jumlah transaksi terbanyak dan aktivitas penggalangan dana paling konsisten (Sitanggang, 2018). Dalam era saat ini, hadirnya platform *crowdfunding* Kitabisa.com memainkan peran sentral dalam menghubungkan antara penggalang dana dengan para pembuat kampanye (Sitanggang, 2018). Sejak diluncurkan pada tahun 2013, Kitabisa.com telah berkembang menjadi sebuah wadah untuk kebaikan dan kolaborasi di antara masyarakat Indonesia. Kitabisa.com sukses menjadi platform bagi lebih dari 7 juta individu yang telah menyumbangkan dana, 200.000 kampanye penggalang dana, serta melibatkan 3.000 yayasan, organisasi non-pemerintah, dan lembaga sosial, serta menyelenggarakan 300 program CSR, merek, dan perusahaan (Kitabisa.com, 2024).

Terima kasih kepada semua orang baik, hingga hari ini, Kitabisa telah menjadi wadah kebaikan untuk lebih dari:



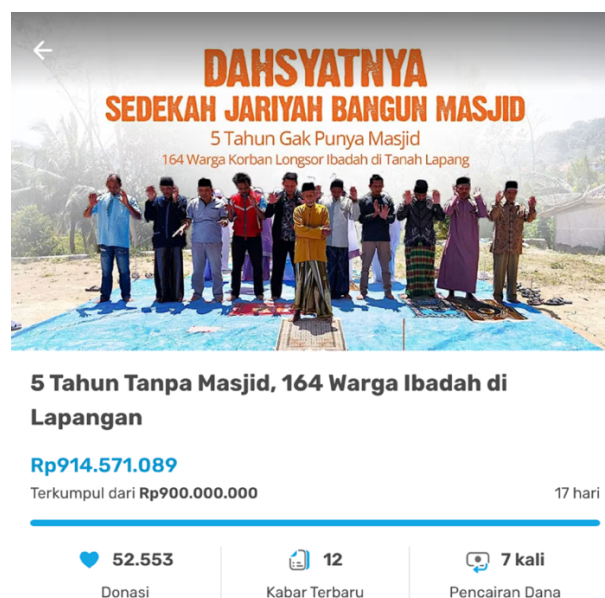
**Gambar 1.1 Data Partisipasi Kitabisa.com**

Sumber: Kitabisa.com (2024)

Selain itu, dalam mengkaji laporan keuangan entitas filantropi digital, Kitabisa.com, yang diakses melalui [kitabisa.com/about-us](http://kitabisa.com/about-us) pada tanggal 10 Maret 2024, terungkap bahwa jumlah dana yang terbatas penggunaannya (dana donasi), menegaskan pertumbuhan yang luar biasa setiap tahunnya. Menyimak data yang disajikan pada tanggal 31 Maret 2017, jumlah dana donasi yang berhasil terhimpun mencapai Rp. 10.778.212.903. Sementara, pada tahun 2021, jumlah dana donasi yang berhasil terkumpul melonjak drastis menjadi sebesar Rp.

426.380.157.861. Keberhasilan Kitabisa.com dalam mengantarkan banyak kampanye menuju pencapaian tujuan yang bermanfaat bagi sesama membuatnya menjadi platform galang dana terpercaya di Indonesia. Banyak kampanye sosial melalui Kitabisa.com yang berhasil mengumpulkan dana untuk memberikan bantuan yang substansial kepada individu, kelompok, atau komunitas yang membutuhkan, serta untuk mendukung beragam inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan keadilan sosial di Indonesia.

Contoh nyata kampanye di Kitabisa.com adalah pembangunan Masjid Taman Surga Pinara di Kampung Pinara, Kuningan, Jawa Barat, yang terdampak longsor pada tahun 2018, membuat warga setempat harus shalat di tanah lapang selama 5 tahun. Dengan partisipasi dari 52.553 donatur, telah terkumpul dana sebesar Rp914.571.089 untuk pembangunan masjid melalui Kitabisa.com. Berkat dukungan besar ini, Masjid Taman Surga Pinara selesai dibangun pada bulan Maret 2024 dan kini dapat digunakan warga setempat untuk beribadah dengan nyaman. Keberhasilan penggalangan dana untuk pembangunan Masjid Taman Surga Pinara menjadi bukti nyata bahwa setiap kontribusi, sekecil apapun, memiliki dampak yang signifikan ketika dikumpulkan bersama.



**Gambar 1.2 Kampanye *Crowdfunding* Pembangunan Masjid**

Sumber : [Kitabisa.com/campaign/masjidkorbanlongsor](https://www.kitabisa.com/campaign/masjidkorbanlongsor) (2024)

Tak hanya Kitabisa.com, terdapat platform *crowdfunding* lainnya di Indonesia yang berhasil memberikan wadah untuk penggalangan dana guna mendukung berbagai inisiatif sosial, salah satunya adalah Solusipeduli.org. Solusipeduli.org adalah sebuah situs yang dioperasikan oleh manajemen Lembaga Kemanusiaan *Human Initiative*. Situs ini menyediakan layanan donasi *online* untuk berbagai program yang diselenggarakan oleh lembaga tersebut, baik program yang dilakukan secara mandiri maupun program hasil kolaborasi dengan mitra lainnya (Solusipeduli.org, 2024). Memiliki komitmen kuat untuk menyalurkan dampak positif demi Indonesia yang lebih maju, Solusipeduli.org telah berhasil mengorganisir lebih dari 1.600 program donasi, mendapatkan dukungan dari lebih dari 93.000 donatur, dan mengumpulkan dana donasi lebih dari 33 miliar rupiah (Solusipeduli.org, 2024). Melalui pencapaian-pencapaian ini, Solusipeduli.org telah membuktikan perannya sebagai platform yang efektif untuk kolaborasi antara individu, perusahaan, dan organisasi *non-profit* dalam mewujudkan perubahan yang signifikan untuk sesama.

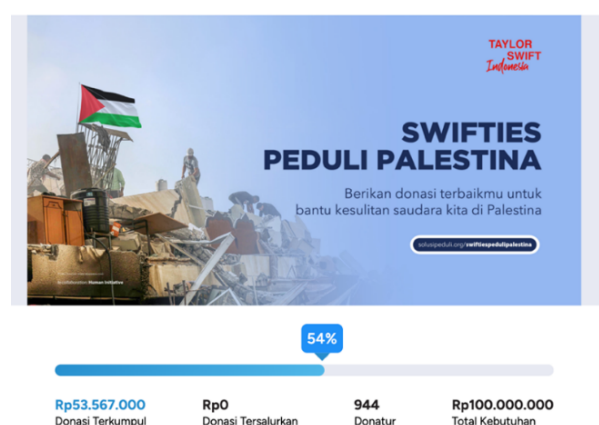


**Gambar 1.3** Situs Web Solusipeduli.org

Sumber : Solusipeduli.org (2024)

Salah satu kampanye yang dijalankan melalui Solusipeduli.org adalah penggalangan dana *online* yang bertujuan untuk membantu warga Palestina oleh para Swifties, penggemar penyanyi Taylor Swift dari Indonesia, melalui [solusipeduli.org/swiftiespedulipalestina](https://solusipeduli.org/swiftiespedulipalestina). Kampanye ini memotivasi para pembuat kampanye *crowdfunding* untuk memperkuat upaya mereka dalam menggalang dana dan menyebarkan informasi mengenai kebutuhan mendesak di Gaza. Melalui kampanye ini, para Swifties dapat dengan mudah memberikan donasi dan mendukung warga Palestina yang memerlukan bantuan. Melalui partisipasi kampanye ini, para Swifties dari Indonesia turut berperan aktif dalam aksi kemanusiaan yang sangat dibutuhkan, menunjukkan bahwa komunitas penggemar dapat memberikan dampak positif yang nyata. Kampanye ini berhasil mengumpulkan donasi sebesar 53.567.000 rupiah dari 944 donatur yang berpartisipasi (Solusipeduli.org, 2024). Pencapaian penggalangan dana ini mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap inisiatif kemanusiaan Solusipeduli.org, serta kontribusi dan kerjasama untuk mengatasi berbagai tantangan dan membantu mereka yang membutuhkan.

### Swifties Peduli Palestina



**Gambar 1.4** Kampanye Dukungan Palestina oleh Swifties

Sumber : Solusipeduli.org/swiftiespedulipalestina (2024)

Meskipun popularitas *crowdfunding* berbasis donasi semakin meningkat, banyak proyek amal gagal mencapai tujuan pendanaannya dalam periode waktu yang ditentukan (Chen et al., 2019). Hal ini menunjukkan adanya tantangan dalam menarik perhatian dan dukungan dari donatur, yang memerlukan pemahaman lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka untuk berdonasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi milenial untuk berdonasi dalam kegiatan *crowdfunding*, guna meningkatkan efektivitas penggalangan dana. Untuk mengetahui faktor-faktor tersebut, peneliti menggunakan Model of Goal-Directed Behaviour (MGB) dan memilih beberapa variabel yang akan diuji, yaitu *attitude towards donation*, *perceived behavioral control*, dan *intention to donate* melalui *desire to donate* sebagai variabel mediasi. Sudah banyak penelitian terdahulu yang sudah melakukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini, menggunakan Model of Goal-Directed Behaviour (MGB).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, Kim & Hall (2021) yang meneliti mengenai *crowdfunder behavior* yang ditujukan untuk pembangunan berkelanjutan (SDGs) menyimpulkan bahwa *perceived behavioral control* memiliki pengaruh terhadap *desire to donate*. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri seorang investor memengaruhi minat mereka untuk berinvestasi dalam *sustainability crowdfunding*. Di samping itu, dinyatakan bahwa *desire to donate* memiliki pengaruh utama pada *behavioral intention*, menandakan bahwa minat untuk menyumbang berpengaruh terhadap niat para donatur untuk berpartisipasi dalam kegiatan *sustainability crowdfunding*. Hal ini menegaskan bahwa minat para penggalang dana untuk berkontribusi terhadap tujuan keberlanjutan sangat memengaruhi niat mereka untuk terlibat dalam aktivitas penggalangan dana yang terkait dengan SDGs (Kim & Hall, 2021a).

Walaupun sangat banyak penelitian terdahulu yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara variabel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, namun, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa hasilnya tidak signifikan. Penelitian tersebut adalah penelitian Chiu et al., (2018) yang bertujuan untuk menganalisis niat perilaku konsumen dalam membeli barang olahraga secara *online*, menggunakan Model of Goal-Directed Behavior (MGB). Penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived behavioral control* memiliki pengaruh yang insignifikan terhadap *desire* untuk membeli barang olahraga secara *online*. Contoh lainnya adalah penelitian Thomas-Francois et al., (2023) yang bertujuan untuk mengidentifikasi niat konsumen dalam menggunakan platform belanja grosir virtual (VGS) menyatakan bahwa *perceived behavioural control* pada VGS memiliki pengaruh yang insignifikan terhadap *desire*.

Berdasarkan fenomena di atas dan dengan mempertimbangkan hasil yang bervariasi dari penelitian terdahulu yang menghasilkan temuan positif dan negatif, peneliti tertarik untuk mengkaji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *attitude towards donation*, *perceived behavioral control*, terhadap *intention to donate* yang dimediasi oleh *desire to donate* pada Generasi Milenial di Jabodetabek dalam fenomena *crowdfunding* (penggalangan dana). Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Attitude towards Donation & Perceived Behavioral Control* terhadap *Intention to Donate* melalui *Desire to Donate* pada Generasi Milenial di Jabodetabek”.

## 2. TINJAUAN LITERATUR

### *Crowdfunding*

*Crowdfunding* adalah sebuah metode alternatif untuk mendanai proyek, di mana sejumlah besar orang berpartisipasi dengan memberikan sumbangan keuangan yang relatif kecil, sebagai imbalan atas penghargaan fisik, keuangan, atau sosial. *Crowdfunding* biasanya dilakukan melalui platform berbasis internet yang bertindak sebagai jembatan antara pendonor



dan proyek-proyek tersebut (Alegre & Moleskis, 2016). Selain itu, menurut Kaur & Gera (2017), *crowdfunding* adalah proses pengumpulan dana dari sekelompok besar orang melalui kontribusi kecil untuk tujuan yang diusulkan melalui panggilan terbuka di internet.

### ***Model of Goal-Directed Behaviour (MGB)***

Theory of Reasoned Action (TRA), yang pertama kali dikemukakan oleh Fishbein & Ajzen (1980) dan kemudian berkembang menjadi Theory of Planned Behavior (TPB) oleh Ajzen (1991), merupakan pendorong di balik terciptanya Model of Goal-Directed Behavior (MGB) yang dikemukakan oleh (Perugini & Bagozzi, 2001). Pendekatan yang dilakukan Ajzen dengan revisi ini adalah dengan menambahkan variabel independen, yaitu *perceived behavioral control* sebagai prediktor paralel terhadap variabel dependen, beserta prediktor yang telah ditetapkan. Dengan demikian, TPB secara umum diakui sebagai model sosial-psikologis yang memadai untuk memprediksi niat dan perilaku manusia dibandingkan dengan TRA (Hagger et al., 2002). Namun, ternyata TPB masih memiliki keterbatasan yang mendorong penciptaan teori baru. Maka dari itu, Perugini & Bagozzi (2001) menciptakan Model of Goal-Directed Behaviour (MGB) dengan tujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam komponen - komponen baru yang memiliki dampak penting dalam proses pengambilan keputusan individu.

### ***Attitude towards Donation***

*Attitude towards behavior* merujuk pada tingkat di mana seseorang memiliki pandangan baik ataupun buruk pada tindakan tertentu (Ajzen, 1991). Berdasarkan Fishbein & Ajzen (1975), *attitude* didefinisikan sebagai evaluasi positif atau negatif seseorang terhadap suatu tindakan. Sebagai akibatnya, sikap dapat diekspresikan sebagai evaluasi tentang seberapa menyenangkan atau tidak menyenangkan seseorang terhadap perilaku tersebut (Ajzen, 2006). *Attitude* disebabkan karena atribut-atribut yang berkaitan dengan perilaku tersebut telah dinilai baik ataupun tidak baik, individu secara spontan dan serentak mengembangkan sikap terhadap perilaku tersebut (Ajzen, 1991). Di samping itu, *attitude* juga muncul melalui pembelajaran, di mana seseorang memperoleh reaksi terhadap objek atau tindakan dalam jangka waktu tertentu atau melalui kontak yang berulang yang disertai dengan penguatan (Perugini & Bagozzi, 2001).

### ***Perceived Behavioral Control***

*Perceived behavioral control* mendeskripsikan seberapa mudah atau sulit seseorang percaya bahwa mereka dapat melakukan aktivitas tertentu sesuai dengan minatnya. (Ajzen, 1991). Fishbein & Ajzen (2005) mengemukakan bahwa pengendalian perilaku dengan niat mempunyai keterkaitan yang sangat erat dengan proses pengambilan keputusan bagi individu tentang perilaku mereka. Hal tersebut dapat diartikan sebagai ketika menghadapi keputusan, individu dipengaruhi oleh seberapa besar kontrol yang dimilikinya terhadap faktor-faktor tersebut, serta didukung oleh niatnya.

### ***Desire to Donate***

*Desire* didefinisikan sebagai faktor kritis dalam menjelaskan pembentukan keputusan seseorang (Lee et al., 2012). *Desire* (keinginan) merupakan salah satu variabel utama dari Model of Goal-Directed Behaviour (MGB) selain behavioral intention (niat perilaku). Dalam MGB, *desire* bertindak sebagai mediator. Artinya, *desire* memediasi pengaruh faktor-faktor lain terhadap *behavioral intention*.

### ***Intention to Donate***

Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), *behavioral intention* adalah variabel terikat yang dipengaruhi oleh *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Menurut teori ini, motivasi untuk terlibat dalam suatu perilaku dapat berasal dari *attitude* yang positif

dan *subjective norm* yang mendukung, tetapi niat konkret untuk melakukannya hanya dapat muncul ketika seseorang memiliki *behavioral control* yang cukup kuat (Ajzen, 2020). Setiawan et al., (2022) berpendapat *behavioral intention* menggambarkan kecenderungan seseorang untuk terlibat dalam aktivitas tertentu berdasarkan keinginan atau minat mereka untuk melakukannya.

### 3. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metodologi kuantitatif pada penelitian ini. Menurut Priadana & Sunarsi (2021) penelitian kuantitatif memerlukan pemeriksaan metodis terhadap suatu fenomena melalui pengumpulan data yang dapat dikuantifikasikan melalui metode statistik, matematis, atau komputasi. Penelitian ini berlangsung pada bulan Januari hingga bulan Juli 2024. Tempat penelitian ini diselenggarakan di Jabodetabek dengan target responden para generasi milenial yang sudah memiliki penghasilan. Target responden dari penelitian ini dikirim melalui survei *online* melalui situs media sosial (Instagram, Whatsapp, Line, dan TikTok). Lalu, penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, sehingga kuesioner pada penelitian ini dikembangkan oleh skala Likert 5 poin. Menurut Sugiyono (2019) skala likert adalah alat untuk mengukur sikap, keyakinan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau kejadian sosial.

**Tabel 2. 1 Skala Likert Lima Poin**

| Skor dalam Skala Likert | Pernyataan Positif  |
|-------------------------|---------------------|
| 1                       | Sangat Tidak Setuju |
| 2                       | Tidak Setuju        |
| 3                       | Netral              |
| 4                       | Setuju              |
| 5                       | Sangat Setuju       |

Sumber : Data diolah Peneliti (2024)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *software* PLS-SEM untuk melakukan pengolahan dan analisis data. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) adalah *software* untuk menganalisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Langkah-langkah yang dilakukan peneliti untuk meneliti data adalah sebagai berikut:

#### *Outer Model*

##### - Uji Validitas Data

Uji validitas adalah prosedur yang digunakan untuk mengukur tingkat kebenaran data yang telah dikumpulkan oleh peneliti; hasil dari uji tersebut menunjukkan apakah data tersebut valid atau tidak (Sugiyono, 2018).

Uji validitas penelitian ini diperoleh dari pernyataan Hair et al., (2017), yaitu :

##### a. *Convergent Validity*

Kriteria dari *convergent validity* menurut Hair et al., (2017) adalah semua indikator harus memiliki *outer loading* yang tinggi dan signifikan, dengan nilai terkecil 0.7. *Average Variance Extracted* (AVE) harus minimal 0.50 untuk menunjukkan bahwa varians yang diekstrak dari konstruk lebih besar daripada varians kesalahan pengukuran.

##### b. *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* adalah pengujian yang menentukan seberapa besar perbedaan suatu konstruk dengan konstruk lain secara nyata berdasarkan kriteria empiris. Tabel dengan kolom untuk variabel laten dan batang untuk variabel indikator adalah cara paling efektif untuk menghitung dan menyajikan *cross loading*.

### - Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan salah satu jenis uji yang digunakan untuk mengamati seberapa baik hasil pengukuran yang dihasilkan dengan menggunakan objek yang identik sehingga menghasilkan hasil yang sebanding (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji reliabilitas yang dirumuskan oleh Hair et al., (2017), yaitu :

#### a. Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )

Nilai Cronbach's Alpha dianggap lolos apabila memiliki nilai  $> 0,70$ , artinya dapat diterima dalam penelitian.

#### b. Composite Reliability

Secara teknis, penggunaan *Composite Reliability* lebih tepat karena keterbatasan *Cronbach's Alpha*. Nilai *Composite Reliability* berkisar antara 0 hingga 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat reliabilitas yang lebih tinggi. Apabila hasil *Composite Reliability* lebih dari 0,70, artinya dapat diterima dalam suatu penelitian.

### Inner Model

#### - R Square

Nilai *R square* yang baik, yaitu dari 0 hingga 1, menunjukkan tingkat akurasi prediksi yang lebih baik. *R square* dapat diinterpretasikan dengan kriteria sebagai berikut: nilai yang lebih besar dari 0,75 masuk ke dalam kelompok tinggi, nilai antara 0,5 hingga 0,75 masuk ke dalam kategori sedang, dan nilai antara 0 hingga 0,25 masuk ke dalam kategori rendah (Hair et al., 2017).

#### - Prediction Relevance (Q-square)

*Q square* atau dikenal sebagai *predictive relevance*, digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik variabel independen memprediksi variabel dependen, mengindikasikan relevansi prediktif dari model tersebut. Jika nilai Q-square di atas 0, model menunjukkan relevansi prediksi yang akurat; namun jika kurang dari 0, model tersebut kurang relevan dalam memprediksi keakuratan suatu hasil penelitian (Hair et al., 2017).

#### - Model Fit

Kecocokan model (Model Fit) penting untuk mengevaluasi sejauh mana model sesuai. Kriteria kecocokan model dievaluasi menggunakan SRMR (Standardized Root Mean Square) yang diharapkan  $< 0,10$  atau bahkan 0,08, serta Nilai NFI (Normal Fit Index) yang idealnya mendekati 1, menunjukkan model yang cocok, baik, atau sesuai dengan data (Hair et al., 2017).

#### - Collinearity Assessment

Ukuran yang diterima untuk menilai kolinearitas indikator adalah Variance Inflation Factor (VIF). Derajat kolinearitas meningkat seiring dengan meningkatnya nilai VIF. Hair et al., (2017) mengemukakan tiga kriteria untuk menafsirkan nilai VIF:

a. Nilai VIF  $\geq 5$  menunjukkan adanya masalah antara lintas konstruk.

b. Nilai VIF = 3 - 5 tidak melanggar uji asumsi multikolinearitas dan masih dapat diterima.

c. Nilai VIF  $< 3$  menunjukkan bahwa tidak ada masalah kolinearitas.

### Uji Hipotesis

#### - Structural Model Path Coefficients

Estimasi hubungan model struktural, yang menggambarkan hubungan dugaan antar konstruk, diperoleh setelah algoritma PLS-SEM dijalankan. Estimasi *Path Coefficients* yang hampir mencapai +1 mewakili kolerasi positif dan kuat secara statistik. Dalam uji hipotesis *path coefficient* SmartPLS, sebuah hipotesis dianggap diterima apabila memiliki nilai P value  $< 0,05$ , dan T Statistik  $> 1,96$  (Hair et al., 2017).



#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, peneliti menargetkan sampel minimum sebanyak 120 responden, sedangkan responden yang diperoleh oleh peneliti sebanyak 160 responden setelah disebarluaskannya kuesioner yang berbentuk *Google Form* melalui media sosial peneliti.

##### *Outer Model*

##### - *Convergent Validity*

Tabel 4.1 Hasil *Convergent Validity*

| Variabel | Indikator | Outer Loading | AVE   | Keterangan |
|----------|-----------|---------------|-------|------------|
| ATT      | ATT1      | 0.826         | 0,625 | Valid      |
|          | ATT2      | 0.729         |       | Valid      |
|          | ATT3      | 0.825         |       | Valid      |
|          | ATT4      | 0.789         |       | Valid      |
|          | ATT5      | 0.707         |       | Valid      |
|          | ATT6      | 0.847         |       | Valid      |
|          | ATT7      | 0.803         |       | Valid      |
| PBC      | PBC1      | 0.780         | 0,580 | Valid      |
|          | PBC2      | 0.779         |       | Valid      |
|          | PBC3      | 0.742         |       | Valid      |
|          | PBC4      | 0.763         |       | Valid      |
|          | PBC5      | 0.800         |       | Valid      |
|          | PBC6      | 0.788         |       | Valid      |
|          | PBC7      | 0.775         |       | Valid      |
|          | PBC8      | 0.715         |       | Valid      |
|          | PBC9      | 0.705         |       | Valid      |
| DTD      | DTD1      | 0.831         | 0,676 | Valid      |
|          | DTD2      | 0.774         |       | Valid      |
|          | DTD3      | 0.837         |       | Valid      |
|          | DTD4      | 0.854         |       | Valid      |
|          | DTD5      | 0.841         |       | Valid      |
|          | DTD6      | 0.834         |       | Valid      |
|          | DTD7      | 0.781         |       | Valid      |
| ITD      | ITD1      | 0.784         | 0,621 | Valid      |
|          | ITD2      | 0.719         |       | Valid      |
|          | ITD3      | 0.774         |       | Valid      |
|          | ITD4      | 0.789         |       | Valid      |
|          | ITD5      | 0.730         |       | Valid      |
|          | ITD6      | 0.830         |       | Valid      |
|          | ITD7      | 0.803         |       | Valid      |
|          | ITD8      | 0.855         |       | Valid      |
|          | ITD9      | 0.809         |       | Valid      |
|          | ITD10     | 0.823         |       | Valid      |
|          | ITD11     | 0.709         |       | Valid      |
|          | ITD12     | 0.814         |       | Valid      |

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, hasil *outer loading* seluruh indikator dari variabel *attitude towards donation* (X1), *perceived behavioral control* (X2), *desire to donate* (Z), dan *intention to donate* (Y) menghasilkan nilai lebih dari 0,7. Dan nilai AVE seluruh variabel memiliki nilai > 0,5. Hal ini menunjukkan keempat variabel dari penelitian ini memenuhi syarat validitas konvergen. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini valid karena memenuhi semua standar validitas konvergen.

- *Discriminant Validity*

**Tabel 4.2 Hasil *Discriminant Validity Cross Loadings***

|       | <b>ATT<br/>(X1)</b> | <b>PBC<br/>(X2)</b> | <b>DTD<br/>(Z)</b> | <b>ITD<br/>(Y)</b> |
|-------|---------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
| ATT1  | 0.826               | 0.535               | 0.571              | 0.580              |
| ATT2  | 0.729               | 0.437               | 0.416              | 0.444              |
| ATT3  | 0.825               | 0.586               | 0.571              | 0.620              |
| ATT4  | 0.789               | 0.469               | 0.449              | 0.452              |
| ATT5  | 0.707               | 0.469               | 0.494              | 0.578              |
| ATT6  | 0.847               | 0.492               | 0.564              | 0.602              |
| ATT7  | 0.803               | 0.499               | 0.520              | 0.518              |
| PBC1  | 0.549               | 0.780               | 0.445              | 0.433              |
| PBC2  | 0.520               | 0.779               | 0.532              | 0.509              |
| PBC3  | 0.535               | 0.742               | 0.467              | 0.498              |
| PBC4  | 0.476               | 0.763               | 0.471              | 0.538              |
| PBC5  | 0.475               | 0.800               | 0.569              | 0.568              |
| PBC6  | 0.439               | 0.788               | 0.478              | 0.491              |
| PBC7  | 0.488               | 0.775               | 0.439              | 0.493              |
| PBC8  | 0.422               | 0.715               | 0.450              | 0.416              |
| PBC9  | 0.439               | 0.705               | 0.434              | 0.485              |
| DTD1  | 0.615               | 0.604               | 0.831              | 0.641              |
| DTD2  | 0.576               | 0.523               | 0.774              | 0.563              |
| DTD3  | 0.614               | 0.562               | 0.837              | 0.618              |
| DTD4  | 0.489               | 0.473               | 0.854              | 0.696              |
| DTD5  | 0.524               | 0.522               | 0.841              | 0.667              |
| DTD6  | 0.509               | 0.482               | 0.834              | 0.641              |
| DTD7  | 0.422               | 0.437               | 0.781              | 0.584              |
| ITD1  | 0.587               | 0.615               | 0.725              | 0.784              |
| ITD2  | 0.464               | 0.484               | 0.528              | 0.730              |
| ITD3  | 0.529               | 0.478               | 0.635              | 0.830              |
| ITD4  | 0.522               | 0.425               | 0.586              | 0.803              |
| ITD5  | 0.542               | 0.503               | 0.629              | 0.855              |
| ITD6  | 0.583               | 0.543               | 0.632              | 0.809              |
| ITD7  | 0.643               | 0.600               | 0.691              | 0.823              |
| ITD8  | 0.444               | 0.422               | 0.491              | 0.709              |
| ITD9  | 0.625               | 0.584               | 0.641              | 0.814              |
| ITD10 | 0.519               | 0.456               | 0.531              | 0.719              |
| ITD11 | 0.526               | 0.542               | 0.588              | 0.774              |
| ITD12 | 0.520               | 0.437               | 0.508              | 0.789              |

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2024)

Secara umum, tabel 4.2 menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang lebih besar antara indikator dan variabel laten dibandingkan dengan variabel laten lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa persyaratan penelitian untuk validitas diskriminan telah terpenuhi. Berikutnya, peneliti menghasilkan nilai Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT) melalui tabel berikut:

**Tabel 4.1 Hasil *Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)***

|     | <b>ATT</b> | <b>DTD</b> | <b>ITD</b> | <b>PBC</b> |
|-----|------------|------------|------------|------------|
| ATT |            |            |            |            |
| DTD | 0.710      |            |            |            |
| ITD | 0.739      | 0.815      |            |            |
| PBC | 0.689      | 0.681      | 0.692      |            |

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2024)



Hair et al., (2017) menyebutkan jika nilai HTMT untuk setiap pasangan variabel  $< 0,9$ , maka validitas diskriminan dengan HTMT sudah tercapai. Berdasarkan tabel 4.14, terlihat bahwa nilai HTMT untuk semua variabel berada di bawah 0,9 seperti yang disarankan. Hasilnya, setiap variabel dalam penelitian ini telah terpenuhi dan valid dalam uji HTMT.

#### - Reliability Validity

**Tabel 4.2 Hasil Construct Reliability and Validity**

| Variabel                                 | Cronbach's Alpha | Composite Reliability |
|------------------------------------------|------------------|-----------------------|
| <i>Attitude towards behavior (X1)</i>    | 0.900            | 0.921                 |
| <i>Perceived behavioral control (X2)</i> | 0.909            | 0.925                 |
| <i>Desire to donate (Z)</i>              | 0.920            | 0.936                 |
| <i>Intention to donate (Y)</i>           | 0.944            | 0.951                 |

*Composite reliability* juga digunakan untuk mengukur keandalan internal instrumen pengukuran. Nilai *composite reliability* yang lebih besar dari 0,7 dianggap memadai dalam analisis SEM PLS.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *attitude towards donation (X1)*, *perceived behavioral control (X2)*, *intention to donate (Y)*, dan *desire to donate (Z)* menghasilkan nilai *composite reliability*  $> 0,7$ . Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa setiap variabel memenuhi kriteria reliabilitas.

#### Inner Model

##### - R-Square

**Tabel 4.3 Hasil Perhitungan R-Square**

| Variabel                       | R Square | R Square Adjusted |
|--------------------------------|----------|-------------------|
| <i>Desire to Donate (Z)</i>    | 0.670    | 0.663             |
| <i>Intention to Donate (Y)</i> | 0.505    | 0.499             |

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2024)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa *R square* tertinggi pada variabel *intention to donate (Y)* adalah 0,505, yang termasuk dalam kategori moderat (0,5). Hal ini menunjukkan bahwa *attitude towards donation (X1)* dan *perceived behavioral control (X2)* mempengaruhi *intention to donate (Y)* melalui *desire to donate (Z)* sebesar 50,5%, sedangkan 49,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya, nilai *R square* pada variabel *desire to donate (Z)* adalah 0,670, yang juga termasuk dalam kategori moderat. Hal ini menunjukkan bahwa *attitude towards donation (X1)* dan *perceived behavioral control (X2)* mempengaruhi *desire to donate (Z)* sebesar 67%, sementara 33% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

##### - Q-Square (Prediction Relevance)

**Tabel 4.4 Hasil Uji Q-Square (Prediction Relevance)**

| Variabel                                 | Q-Square |
|------------------------------------------|----------|
| <i>Attitude towards Donation (X1)</i>    | 0.497    |
| <i>Perceived Behavioral Control (X2)</i> | 0.563    |
| <i>Desire to Donate (Z)</i>              | 0.469    |
| <i>Intention to Donate (Y)</i>           | 0.548    |

Berdasarkan tabel 4.14, hasil uji *Q-Square (prediction relevance)* menunjukkan nilai di atas 0 untuk seluruh variabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel yang diteliti menunjukkan relevansi prediksi yang akurat.

#### - Model Fit

**Tabel 4.7 Hasil Model Fit**

|      | <i>Saturated Model</i> | <i>Estimated Model</i> |
|------|------------------------|------------------------|
| SRMR | 0.064                  | 0.064                  |
| NFI  | 0.769                  | 0.769                  |

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 4.7, hasil uji *model fit* menunjukkan nilai SRMR (*Standardized Root Mean Square*) kurang dari 0,10, yang memenuhi kriteria kecocokan model. Selain itu, nilai NFI yang mendekati 1 menunjukkan kesesuaian model, dengan nilai NFI sebesar 0,769 pada tabel tersebut. Dengan demikian, dapat dikatakan model layak dan ideal berdasarkan hasil uji kesesuaian model.

#### - Variance Inflation Factor (VIF)

**Tabel 4.5 Hasil Uji VIF**

| X1   | VIF   | X2   | VIF   | Z  | VIF   | Y   | VIF   |
|------|-------|------|-------|----|-------|-----|-------|
| X1.1 | 2.317 | X2.1 | 2.534 | Z1 | 2.457 | Y1  | 2.521 |
| X1.2 | 1.870 | X2.2 | 2.179 | Z2 | 2.020 | Y2  | 2.172 |
| X1.3 | 2.274 | X2.3 | 2.214 | Z3 | 2.663 | Y3  | 3.178 |
| X1.4 | 2.184 | X2.4 | 2.159 | Z4 | 2.819 | Y4  | 2.912 |
| X1.5 | 1.668 | X2.5 | 2.598 | Z5 | 2.917 | Y5  | 3.831 |
| X1.6 | 2.525 | X2.6 | 3.000 | Z6 | 2.672 | Y6  | 2.735 |
| X1.7 | 2.205 | X2.7 | 2.228 | Z7 | 2.190 | Y7  | 2.719 |
|      |       | X2.8 | 1.781 |    |       | Y8  | 2.038 |
|      |       | X2.9 | 1.924 |    |       | Y9  | 2.688 |
|      |       |      |       |    |       | Y10 | 2.152 |
|      |       |      |       |    |       | Y11 | 2.576 |
|      |       |      |       |    |       | Y12 | 2.808 |

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji VIF di atas, menunjukkan bahwa nilai uji dari setiap indikator yaitu *attitude towards donation (X1)*, *perceived behavioral control (X2)*, *desire to donate (Z)*, dan *intention to donate (Y)* berada di bawah 10.00. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

#### Uji Hipotesis

##### - Path Coefficients

**Tabel 4.6 Hasil Path Coefficients**

|                | Hypothesis | <i>Original Sample (O)</i> | <i>Sample Mean (M)</i> | <i>Standard Deviation (STDEV)</i> | T Statistics | P Values |
|----------------|------------|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|--------------|----------|
| H <sub>1</sub> | X1 -> Z    | 0.428                      | 0.430                  | 0.089                             | 4.818        | 0.000    |
| H <sub>2</sub> | X2 -> Z    | 0.358                      | 0.356                  | 0.083                             | 4.334        | 0.000    |
| H <sub>5</sub> | Z -> Y     | 0.481                      | 0.497                  | 0.132                             | 3.649        | 0.000    |

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2024)

Perhitungan pada tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis penelitian ini ditunjukkan dengan melihat nilai *t-statistics (>1,96)* dan nilai *p-values (<0,05)* sebagai berikut:

- a. Pada variabel *attitude towards donation* (X1) dengan *desire to donate* (Z) memiliki *p-values* sebesar 0.000 dan *t-statistics* sebesar 4.818, artinya hipotesis pertama **diterima**.
- b. Pada variabel *perceived behavioral control* (X2) dengan *desire to donate* (Z) memiliki *p-values* sebesar 0.000 dan *t-statistics* sebesar 4.334, artinya hipotesis kedua **diterima**.
- c. Pada variabel *desire to donate* (Z) dengan *intention to donate* (Y) mempunyai *p-values* sebesar 0.000 dan *t-statistics* sebesar 3.649, artinya hipotesis kelima **diterima**.

#### - Analisis Pengaruh Tidak Langsung (Uji Mediasi)

Tabel 4.7 Hasil *Indirect Effect*

|                | Hypothesis   | Original<br>Sample<br>(O) | Sample<br>Mean<br>(M) | Standard<br>Deviation<br>(STDEV) | T<br>Statistics | P<br>Values |
|----------------|--------------|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------|-------------|
| H <sub>3</sub> | X1 -> Z -> Y | 0.264                     | 0.247                 | 0.099                            | 2.658           | 0.008       |
| H <sub>4</sub> | X2 -> Z -> Y | 0.181                     | 0.174                 | 0.073                            | 2.477           | 0.014       |

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2024)

Tabel di atas menunjukkan hasil uji pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini dengan memperhatikan nilai *t-statistics* (>1,96) dan nilai signifikansi (<0,05) sebagai berikut:

- a. Hipotesis yang menyatakan bahwa *attitude towards donation* (X1) berpengaruh terhadap *intention to donate* (Y) melalui *desire to donate* (Z) sebagai variabel mediasi **diterima** dikarenakan nilai *t-statistics* sebesar 2.658 dan *p-values* sebesar 0.008.
- b. Hipotesis yang menyatakan bahwa *perceived behavioral control* (X1) berpengaruh terhadap *intention to donate* (Y) melalui *desire to donate* (Z) sebagai variabel mediasi **diterima** dikarenakan nilai *t-statistics* sebesar 2.477 dan *p-values* sebesar 0.014.

## 5. KESIMPULAN

Peneliti menganalisis 160 responden generasi milenial (usia 28 hingga 43 tahun) yang berdomisili di Jabodetabek, memiliki pendapatan, dan mengetahui situs *crowdfunding online*. Model Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) yang difasilitasi oleh software SmartPLS 3.0 digunakan dalam penelitian ini untuk mengolah data penelitian. Setelah tahapan analisis dan sejumlah pengujian untuk menilai hubungan antara konstruk model dan hipotesis terkait pengujian, temuan berikut dapat diperoleh dari penelitian ini:

1. Dinyatakan bahwa hasil penelitian pertama, yaitu *attitude towards donation* terhadap *desire to donate* pada generasi milenial di Jabodetabek dapat **diterima**. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dalam hasil penelitian ini.
2. Dinyatakan bahwa hasil penelitian kedua, yaitu *perceived behavioral control* terhadap *desire to donate* pada generasi milenial di Jabodetabek dapat **diterima**. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dalam hasil penelitian ini.
3. Dinyatakan bahwa hasil penelitian ketiga, yaitu *attitude towards donation* terhadap *intention to donate* melalui *desire to donate* pada generasi milenial di Jabodetabek dapat **diterima**. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dalam hasil penelitian ini.
4. Dinyatakan bahwa hasil penelitian keempat, yaitu *perceived behavioral control* terhadap *intention to donate* melalui *desire to donate* pada generasi milenial di Jabodetabek dapat **diterima**. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dalam hasil penelitian ini.



5. Dinyatakan bahwa hasil penelitian kelima, yaitu *desire to donate* terhadap *intention to donate* pada generasi milenial di Jabodetabek dapat **diterima**. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dalam hasil penelitian ini.

## REFERENSI

- Abubakar, L., & Handayani, T. (2018). Financial Technology: Legal Challenges for Indonesia Financial Sector. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 175(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/175/1/012204>.
- Afifah, A. N. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intention to Donate melalui Platform Crowdfunding. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(3), 279–302. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i2.1275>.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>.
- Ajzen, I. (2006). Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Contingent value measurement: On the nature and meaning of willingness to pay. *Journal of Consumer Psychology*, 1(4), 297–316. [https://doi.org/10.1016/S1057-7408\(08\)80057-5](https://doi.org/10.1016/S1057-7408(08)80057-5)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888–918. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.84.5.888>
- Alegre, I., & Moleskis, M. (2016). Crowdfunding: a review and research agenda. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2900921> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2900921>
- Alhammad, M. M., Tan, C., Alsarhani, N., & Zolkepli, I. A. (2022). What Impacts Backers' Behavior to Fund Reward-Based Crowdfunding Projects? A Systematic Review Study. *Pacific Asia Journal of the Association for Information Systems*, 14(2), 90–110. <https://doi.org/10.17705/1pais.14207>
- Alharbey, M., & Van Hemmen, S. (2021). Investor Intention in Equity Crowdfunding. Does Trust Matter? *Journal of Risk and Financial Management*, 14(2). <https://doi.org/10.3390/jrfm14020053>
- AlliedCrowds. (2018). Crowdfunding in Asia. Retrieved from <https://www.alliedcrowds.com/crowdfunding>
- Amartha (2024). Tentang Amartha. Retrieved from <https://amartha.com/en/about-us/>
- Anafisati, V. (2020). *Understanding the Donor's Intention to Donate on Crowdfunding* (Disertasi), Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/43990/16312397.pdf?sequence=1>

- APJII. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Retrieved from <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=APJII%20Jumlah%20Pengguna%20Internet%20Indonesia,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023>.
- Bae, J.-S., Chiu, W., & Nam, S.-B. (2024). The Model of Goal-Directed Behavior in Sports Participation: A Meta-Analysis Comparing Pre- and Post-COVID-19 Eras in the Republic of Korea. *Behavioral Sciences*, 14(7), 556. <https://doi.org/10.3390/bs14070556>
- Bagozzi, R. P. (1992). The Self-Regulation of Attitudes, Intentions, and Behavior. *Social psychology quarterly*, 55(2), 178-204. <https://doi.org/10.2307/2786945>
- Bui, N. A., & Kiatkawsin, K. (2020). Examining Vietnamese hard-adventure tourists' visit intention using an extended model of goal-directed behavior. *Sustainability*, 12(5), 1747. <https://doi.org/10.3390/su12051747>
- Chen, Y., Dai, R., Yao, J., & Li, Y. (2019). Donate time or money? The determinants of donation intention in online crowdfunding. *Sustainability*, 11(16), 4269. <https://doi.org/10.3390/su11164269>
- Chervyakov, D., & Rocholl, J. (2019). How to make crowdfunding work in Europe. *Bruegel Policy Contribution*. <https://hdl.handle.net/10419/208041>
- Chiu, W., Kim, T., & Won, D. (2018). Predicting consumers' intention to purchase sporting goods online: An application of the model of goal-directed behavior. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(2), 333–351. <https://doi.org/10.1108/APJML-02-2017-0028>
- Chiu, W., Won, D., & Kim, S. (2019). Extended model of sport spectator goal-directed behavior: The role of event prestige in nonmajor sport events. *Event Management*, 23(1), 119–133. <https://doi.org/10.3727/152599518X15378845225393>
- Choi, Y. J., & Park, J. W. (2020). Investigating factors influencing the behavioral intention of online duty-free shop users. *Sustainability*, 12(17), 7108. <https://doi.org/10.3390/su12177108>
- Crocco, E., Giacosa, E., Yahiaoui, D., & Culasso, F. (2022). Crowd inputs in reward-based and equity-based crowdfunding: a latent Dirichlet allocation approach on their potential for innovation. *European Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1108/EJIM-03-2022-0130>
- Crowdcube. (2024). About Crowdcube. Retrieved from <https://www.crowdcube.com/explore/about-us>
- Crowdfunder. (2024). About Crowdfunder. Retrieved from <https://www.crowdfunder.co.uk/about-crowdfunder-and-crowdfunding>
- Cumming, D. J., Leboeuf, G., & Schwienbacher, A. (2015). Crowdfunding Models: Keep-It-All vs. All-Or-Nothing. *Financial Management*, 49(2), 331-360. <https://doi.org/10.1111/fima.12262>
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal ilmiah infokam*, 15(2). <https://amikjtc.com/jurnal/index.php/jurnal/article/view/178>

- Davis, W. A. (1984). The Two Senses of Desire. In *The ways of desire*. Routledge.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood cliffs.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2005). Theory-based Behavior Change Interventions: Comments on Hobbis and Sutton. *Journal of Health Psychology*, 10(1), 27–31. <https://doi.org/10.1177/1359105305048552>
- Fundable. (2024). About Fundable. Retrieved from <https://www.fundable.com>
- Gerber, E., Hui, J., & Kuo, P.-Y. (2012). Crowdfunding: Why People are Motivated to Post and Fund Projects on Crowdfunding Platforms. In *Proceedings of the international workshop on design, influence, and social technologies: techniques, impacts and ethics*. 2 (11). <https://www.researchgate.net/publication/261359489>
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoFundMe. (2024). About GoFundMe. Retrieved from <https://www.gofundme.com/c/about-us>
- Grady, E., & Sihombing, S. O. (2022a). Cognitive, Affective, And Desire Factors In Predicting Domestic Tourism Intention: Application Of The Model Of Goal-Directed Behavior. *Journal of Tourism Sustainability*, 2(3), 105–119. <https://doi.org/10.12345/jtos.v2i3.49>
- Hagger, M. S., Chatzisarantis, N. L. D., & Biddle, S. J. H. (2002). A Meta-Analytic Review of the Theories of Reasoned Action and Planned Behavior in Physical Activity: Predictive Validity and The Contribution of Additional Variables. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 24(1), 3–32. <https://doi.org/10.1123/jsep.24.1.3>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Sage publications.
- Hajiheydari, N., & Delgosha, M. S. (2023). Citizens' support in social mission platforms: Unravelling configurations for participating in civic crowdfunding platforms. *Technological Forecasting and Social Change*, 189, 122366. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122366>
- Hiatt, M. S., Swaim, J. A., & Maloni, M. J. (2018). Choosing an undergraduate major in business administration: Student evaluative criteria, behavioral influences, and instructional modalities. *The International Journal of Management Education*, 16(3), 524–540. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2018.10.002>
- Ho, H.-C., Chiu, C. L., Mansumittrchai, S., Yuan, Z., Zhao, N., & Zou, J. (2021). The influence of signals on donation crowdfunding campaign success during covid-19 crisis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(14). <https://doi.org/10.3390/ijerph18147715>
- Hornuf, L., & Schmitt, M. (2016). Success and Failure in Equity Crowdfunding. 14 (2), 16–22. <https://hdl.handle.net/10419/167259>

- Indiegogo, (2024). About Indiegogo. Retrieved from <https://www.indiegogo.com/about/our-story>
- Indonesia Crowdfunding Exchange. (2024). Tentang Indonesia Crowdfunding Exchange. Retrieved from <https://icx.id/about-us>
- Jenik, I., Lyman, T., & Nava, A. (2017). Crowdfunding and Financial Inclusion. *CGAP (Consultative Group to Assist the Poor)* working paper, 41.
- Jin, M. L., Choi, Y., Lee, C. K., & Ahmad, M. S. (2020). Effects of place attachment and image on revisit intention in an ecotourism destination: Using an extended model of goal-directed behavior. *Sustainability*, 12(18). <https://doi.org/10.3390/SU12187831>
- Kaur, H., & Gera, J. (2017). Effect of Social Media Connectivity on Success of Crowdfunding Campaigns. *Procedia Computer Science*, 122, 767–774. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.435>
- Kement, U., Çavuşoğlu, S., Demirağ, B., Durmaz, Y., & Bükey, A. (2022). Effect of perception of COVID-19 and nonpharmaceutical intervention on desire and behavioral intention in touristic travels in Turkey. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(1), 230–249. <https://doi.org/10.1108/JHTI-07-2020-0139>
- Kenang, I. H., & Gosal, G. (2021a). Factors Affecting Online Donation Intention in Donation-based Crowdfunding. *The Winners*, 22(2). <https://doi.org/10.21512/tw.v22i2.7101>
- Kickstarter. (2024). About Kickstarter. Retrieved from <https://www.kickstarter.com/about?ref=global-footer>
- Kim, J. S., Lee, T. J., & Kim, M. J. (2023). The effect of pandemic-related stress on the decision-making process for individual outdoor leisure activities. *Journal of Leisure Research*, 55(1). <https://doi.org/10.1080/00222216.2023.2193195>
- Kim, M. J., & Hall, C. M. (2019). Can Co-Creation and Crowdfunding Types Predict Funder Behavior? An Extended Model of Goal-Directed Behavior. *Sustainability*, 11(24). <https://doi.org/10.3390/su11247061>
- Kim, M. J., & Hall, C. M. (2021a). Do perceived risk and intervention affect crowdfunder behavior for the sustainable development goals? A model of goal-directed behavior. *Journal of Cleaner Production*, 311. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127614>
- Kim, M. J., Lee, C. K., Petrick, J. F., & Kim, Y. S. (2020). The influence of perceived risk and intervention on international tourists' behavior during the Hong Kong protest: Application of an extended model of goal-directed behavior. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 622–632. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.11.003>
- Kitabisa.com. (2024). Tentang Kitabisa.com. Retrieved from <https://kitabisa.com/about-us>
- Kitabisa.com. (2024). Data Partisipasi Kitabisa.com. Retrieved from <https://kitabisa.com/about-us>
- Kopernik. (2024). Tentang Kopernik. Retrieved from <https://kopernik.info/id/tentang-kami/our-work>
- Kotamena, F., Sinaga, P., Sudibjo, N., & Hidayat, D. (2024). Student use behavior in determining majors: Is it determined by self-congruity, social influence, information

- usefulness, through mediating information adoption, and behavioral intention. *Computers in Human Behavior Reports*, 14, 100383. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100383>
- Kusuma, H., & Anafisati, V. (2020). Donor's intention on the crowdfunding among university students: An extension of the theory of planned behaviour. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(4), 710–719. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8470>
- Lee, C. K., Song, H. J., Bendle, L. J., Kim, M. J., & Han, H. (2012). The impact of non-pharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: A model of goal-directed behavior. *Tourism Management*, 33(1), 89–99. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.02.006>
- Lim, H.-R., & An, S. (2021). Intention to purchase wellbeing food among Korean consumers: An application of the Theory of Planned Behavior. *Food Quality and Preference*, 88, 104101. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104101>
- Linardi, C., & Nur, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding. *Inobis: jurnal inovasi bisnis dan manajemen indonesia*, 4(2), 249-267. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i2.181>
- Meng, B., Lee, M. J., Chua, B.-L., & Han, H. (2022). An integrated framework of behavioral reasoning theory, theory of planned behavior, moral norm and emotions for fostering hospitality/tourism employees' sustainable behaviors. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(12), 4516–4538. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2022-0151>
- National Park Service. (2015). Joseph Pulitzer - Statue of Liberty National Monument New York. Retrieved from <https://www.nps.gov/stli/learn/historyculture/joseph-pulitzer.htm>
- Nizar, M. A. (2017). Financial Technology (Fintech): It's Concept and Implementation in Indonesia. *Munich Personal RePEc Archive*. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/98486/>
- Nurmara, M. A. K., Hakim, M. N., Ardy, O. H. C., Jeffrey, R., Setiono, V. A., Kanigoro, B., & Irwansyah, E. (2023). A Review of Security in Financial Technology. *Procedia Computer Science*, 227, 958–965. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.603>
- Perugini, M., & Bagozzi, R. P. (2001). The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 40(1), 79–98. <https://doi.org/10.1348/014466601164704>
- Profitus. (2024). About Profitus. Retrieved from <https://www.profitus.com/about>
- Prosper. (2024). About Prosper. Retrieved from <https://www.prosper.com/about>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Tangerang: Pascal Books.
- Putri, I., & Friantin, S. (2021). Dampak Fintech Syariah Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia. In Bhirawa: *Journal of Marketing And Commerce*. 6(1), 47-54
- Qiao, G., Zhao, X. L., Xin, L., & Kim, S. (2021). Concerns or desires post-pandemic: An extended mgb model for understanding South Korean residents' perceptions and intentions to travel to China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(5), 1–21. <https://doi.org/10.3390/ijerph18052542>



- Ratu Balqis Malzara, V., Widyastuti, U., & Dharmawan Buchdadi, A. (2023). Analysis of Gen Z's Green Investment Intention: The Application of Theory of Planned Behavior. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 63-84. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jdmb>
- Razan, K. F., & Widyastuti, A. (2022). Exploring Success Factors in Indonesian Equity Crowdfunding. *Journal of Digital Innovation Studies*, 1, 21–39. <https://doi.org/10.24198/digits.v1i1.38468>
- Rochmahwati, M. R. (2023). Analisis Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Pulau Jawa. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 7(03), 369-380. <https://doi.org/10.22219/jie.v7i03.27050>
- Sahu, G., Singh, G., Singh, G., & Gaur, L. (2023). Exploring new dimensions in OTT consumption: an empirical study on perceived risks, descriptive norms and goal-directed behaviour. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 36 (7), 1634-1656. <https://doi.org/10.1108/APJML-07-2023-0690>
- Salido-Andres, N., Rey-Garcia, M., Alvarez-Gonzalez, L. I., & Vazquez-Casielles, R. (2020). Mapping the Field of Donation-Based Crowdfunding for Charitable Causes: Systematic Review and Conceptual Framework. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 32, 288-302. <https://doi.org/10.1007/s11266-020-00213-w>
- Sánchez-Prieto, J. C., Olmos-Migueláñez, S., & García-Peñalvo, F. J. (2017). MLearning and pre-service teachers: An assessment of the behavioral intention using an expanded TAM model. *Computers in Human Behavior*, 72, 644–654. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.061>
- Sangwan, V., Harshita, Prakash, P., & Singh, S. (2020). Financial technology: a review of extant literature. *Studies in Economics and Finance*, 37(1), 71-88. <https://doi.org/10.1108/SEF-07-2019-0270>
- Schuster, L., Tossan, V., & Drennan, J. (2017). Consumer Acceptance of mHealth Services: A Comparison of Behavioral Intention Models. *Services Marketing Quarterly*, 38(2), 115-128. <https://doi.org/10.1080/15332969.2017.1289791>
- Setiawan, R., Eliyana, A., Suryani, T., Aristo, E. G., & Anwar, A. (2022). A Study Of Behavioral Intention: The Practices For Mobile Payment Technology Users In Indonesia. *Webology*, 19(2). <http://www.webology.org>
- Shneur, R., & Munim, Z. H. (2019). Reward crowdfunding contribution as planned behaviour: An extended framework. *Journal of Business Research*, 103, 56–70. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.013>
- Sitanggang, M. (2018). Memahami mekanisme crowdfunding dan motivasi berpartisipasi dalam platform Kitabisa. com. *Interaksi Online*, 6(3), 24-34.
- Sniehotta, F. F., Presseau, J., & Araújo-Soares, V. (2014). Time to retire the theory of planned behaviour. *Health Psychology Review* 8(1), 1-7. <https://doi.org/10.1080/17437199.2013.869710>
- Solusipeduli.org (2024). Tentang Solusipeduli.org. Retrieved from <https://solusipeduli.org/tentang-kami/>

- Solusipeduli.org (2024). Swifties Peduli Palestina. Retrieved from <https://solusipeduli.org/swiftiespedulipalestina>
- Song, H., You, G.-J., Reisinger, Y., Lee, C.-K., & Lee, S.-K. (2014). Behavioral intention of visitors to an Oriental medicine festival: An extended model of goal directed behavior. *Tourism Management*, 42, 101–113. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.003>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhud, U., & Willson, G. (2019). Low-Cost Green Car Purchase Intention: Measuring the Role of Brand Image on Perceived Price and Quality. *International Journal of Economics and Business Administration*: Vol. VII (Issue 3). 238-249.
- Sulistiyawan, B. (2020). Generasi Millennial Sumber Ide. Kementerian Keuangan. Retrieved from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13270/Generasi-Millennial-Sumber-Ide.html>
- Charities Aid Foundation (2023). The World’s Leading Study on Global Generosity. Retrieved from <https://www.cafonline.org/insights/research/world-giving-index>
- Thomas-Francois, K., Jo, W. M., Somogyi, S., Li, Q., & Nixon, A. (2023). Virtual grocery shopping intention: an application of the model of goal-directed behaviour. *British Food Journal*, 125(8), 3097-3112. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2022-0510>
- Ulker-Demirel, E., & Ciftci, G. (2020). A systematic literature review of the theory of planned behavior in tourism, leisure and hospitality management research. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 209–219. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.04.003>
- Warapsari, D. (2020). Crowdfunding sebagai Bentuk Budaya Partisipatif pada Era Konvergensi Media: Kampanye #BersamaLawanCorona (Kitabisa.com) *Avant Garde*, 8(1), 1-19. <https://dx.doi.org/10.36080/ag.v8i1.985>
- Widyastuti, U., Suhud, U., & Sumiati, A. (2016). The Impact of Financial Literacy on Student Teachers’ Saving Intention and Saving Behaviour. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 7(6). <https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n6p41>
- Wiratama, P. (2020). KONTRAK DALAM PRAKTIK CROWDFUNDING BERBASIS UTANG PIUTANG DI PT. KREASI ANAK INDONESIA BERDASARKAN PERATURAN OTORITAS JASA KEUANGAN NOMOR 1/POJK.07/2013 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN SEKTOR JASA KEUANGAN (Disertasi), Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Tangerang Selatan. Retrieved from <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/55811/1/PASYA%20WIRATAMA%20-%20FSH.pdf>
- Wisasa, A. D. (2019). FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIATUNTUK MENGGUNAKAN CROWDFUNDING BERBASIS DONASI DI INDONESIA (Disertasi). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/44247/14312074.pdf?sequence=1>
- Won, D., Kim, H. H., & Bae, J. S. (2023). Understanding Social Exercise: Desire and Intention to Participate in Running Crews. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 2371. <https://doi.org/10.3390/ijerph20032371>

- Yi, J., Yuan, G., & Yoo, C. (2020). The effect of the perceived risk on the adoption of the sharing economy in the tourism industry: The case of Airbnb. *Information Processing and Management*, 57(1), 102108. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2019.102108>
- Yim, B. H., & Byon, K. K. (2021). Validation of the Sport Fan Model of Goal-Directed Behavior: Comparison to Theory of Reasoned Action, Theory of Planned Behavior, and Model of Goal-Directed Behavior. *Journal of Global Sport Management*, 6(4), 388–408. <https://doi.org/10.1080/24704067.2020.1765699>
- Yulandreano, E., & Rita, M. R. (2023). Investment Decisions on the Crowdfunding Platform Based on the Theory of Planned Behavior. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(1), 36–52. <https://doi.org/10.18196/mb.v14i1.16494>
- Zhai, Y., & Shen, W. (2024). Signaling theory in charity-based crowdfunding: Investigating the effects of project creator characteristics and text linguistic style on fundraising performance. *Heliyon*, 10(4). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25756>