

## RINGKASAN

Judul dari penelitian ini adalah “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berdonasi Masyarakat melalui *Fintech*”. Maka dari itu penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh: (1) Proyek amal terhadap minat berdonasi masyarakat melalui *fintech*, (2) Organisasi amal terhadap minat berdonasi masyarakat melalui *fintech*, (3) Fitur *fintech* terhadap minat berdonasi masyarakat melalui *fintech*, (4) Sikap umum terhadap minat berdonasi masyarakat melalui *fintech*, (5) Religiusitas terhadap minat berdonasi masyarakat melalui *fintech*.

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh (Ajzen dan Fishbein, 1980). *Theory of Planned Behavior* mengasumsikan manusia dapat mengolah informasi-informasi yang diterimanya sebagai pertimbangan untuk melakukan suatu tindakan atau memutuskan untuk tidak melakukannya. *Theory of Planned Behavior* menjelaskan tiga faktor yang mempengaruhi intensi individu untuk berperilaku yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku.

Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh proyek amal, organisasi amal, fitur *fintech*, sikap umum, dan religiusitas terhadap minat berdonasi masyarakat melalui *fintech*. Penelitian ini menggunakan data primer dengan cara perolehan data menggunakan kuesioner. Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat yang memiliki minat atau pernah berdonasi *online* melalui *fintech*. Teknik pengambilan sample menggunakan metode *convenience sampling*. Penyebaran kuesioner melalui berbagai macam media sosial seperti *whatsapp*, telegram, dan twitter sehingga memperoleh 105 sampel. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu analisis regresi linier berganda dengan bantuan *SPSS statistic 26*.

Hasil penelitian menyatakan bahwa: (1) proyek amal berpengaruh positif terhadap minat berdonasi masyarakat melalui *fintech*; (2) organisasi amal berpengaruh negatif terhadap minat berdonasi masyarakat melalui *fintech*; (3) fitur *fintech* berpengaruh positif terhadap minat berdonasi masyarakat melalui *fintech*; (4) sikap umum berpengaruh positif terhadap minat berdonasi masyarakat melalui *fintech*; (5) religiusitas tidak berpengaruh positif terhadap minat berdonasi masyarakat melalui *fintech*.

Implikasi teoritis pada penelitian ini yaitu mampu memperkuat penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat berdonasi masyarakat melalui *fintech* dan agar dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya. Implikasi praktis pada penelitian ini adalah bagi perusahaan dibidang *fintech* dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) agar meningkatkan fitur *fintech*. Bagi organisasi amal perlu memperhatikan informasi kegiatan proyek amal dan pengelolaan dana. Selanjutnya bagi para donatur untuk meningkatkan literasi terhadap teknologi saat ini agar meningkatkan minat berdonasi melalui *fintech*.

**Kata kunci:** Minat berdonasi, donasi *online*, *fintech*, proyek amal, organisasi amal, fitur *fintech*, sikap umum, religiusitas.

## SUMMARY

*The title of this research is "Factors Influencing Interest in Donating to the Community through Fintech". Therefore, this study aims to determine the effect of: (1) charity projects on the public's interest in donating through fintech, (2) charity organizations on the public's interest in donating through fintech, (3) fintech features on the public's interest in donating through fintech, (4) general attitude towards the public's interest in donating through fintech, (5) religiosity towards the public's interest in donating through fintech.*

*This study uses the Theory of Planned Behavior (TPB) developed by (Ajzen and Fishbein, 1980). Theory of Planned Behavior assumes that humans can process the information they receive as a consideration to take an action or decide not to do it. Theory of Planned Behavior describes three factors that influence individual intentions to behave, namely attitudes toward behavior, subjective norms, and perceptions of behavior control.*

*The method in this study uses a quantitative method which aims to determine the effect of charity projects, charity organizations, fintech features, general attitudes, and religiosity on people's interest in donating through fintech. This study uses primary data by collecting data using a questionnaire. The population in this study is people who have an interest in or have donated online through fintech. The sampling technique uses the convenience sampling method. Distributing questionnaires through various social media such as whatsapp, telegram, and twitter so as to obtain 105 samples. In this study using data analysis techniques, namely multiple linear regression analysis with the help of SPSS statistic 26.*

*The results of the study state that: (1) charity projects have a positive effect on people's interest in donating through fintech; (2) charity organizations have a negative effect on people's interest in donating through fintech; (3) fintech features have a positive effect on people's interest in donating through fintech; (4) general attitudes have a positive effect on people's interest in donating through fintech; (5) religiosity has no positive effect on the public's interest in donating through fintech.*

*The theoretical implication of this research is that it can strengthen previous research related to the factors that influence people's interest in donating through fintech and so that it can be used as a reference for further research. The practical implication of this research is for companies in the field of fintech and the Financial Services Authority (OJK) to improve fintech features. Charity organizations need to pay attention to information on charity project activities and fund management. Furthermore, for donors to increase literacy towards current technology in order to increase interest in donating through fintech.*

**Keywords:** *intention to donate, online donation, fintech, charity projects, charity organizations, fintech features, general attitudes, religiosity.*