

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian bab ini menggambarkan mengenai hasil dan pembahasan dari informasi responden yang telah dikumpulkan untuk menjawab rincian masalah dalam penelitian ini. Informasi yang diperoleh adalah sebanyak 200 responden, dengan penanganan informasi menggunakan *Smart PLS*.

### 4.1 Uji Keterbacaan

Dalam review ini, uji keterbacaan diarahkan pada lima responden. Konsekuensi dari uji keterbacaan adalah sebagai perbaikan yang akan disebarakan ke seluruh responden. berikut tabel dari hasil uji keterbacaan:

*Tabel 4 Uji Keterbacaan*

No	Penguji	Halaman Kuesioner	Revisi
1.	Yekti Wirani, S.T., M.T.I (Dosen STT Nurul Fikri)	Halaman 1 data diri peneliti dan halaman 2 identitas responden.	1. Koreksi penulisan salah ketik dan titik. 2. koreksi daerah tempat tinggal menjadi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, D.I Yogyakarta, Banten, Jawa Timur, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Bali dan sediakan <i>textbox</i> buat nulis. 3. Pemilihan jawaban dibuat dalam bentuk rentang.

2.	Cepi Herdiansyah ( <i>Application Developer</i> Donasi Online Rumah Zakat).	Halaman 1 data diri peneliti.	1. Ditambahkan <i>progress bar</i> untuk melihat seberapa banyak halaman selanjutnya.
3.	Zhihan Fauziah (Mahasiswa Sistem Informasi STT NF 2018).	Halaman 3 Variabel <i>perception usefulness</i> .	1. Beberapa pertanyaan merasa di ulang dalam <i>perception usefulness</i> .
4.	Widi Annisah (Mahasiswa Sistem Informasi STT NF 2018).	Halaman 4 variabel <i>facilitation condition</i> .	1. Ada pertanyaan mirip antara indikator dari <i>facilitation condition</i> dan <i>perception ease of use</i> .
5.	Nurshabrina Amalina (Mahasiswa UPI, Pendidikan Teknologi Agroindustri 2019).	Halaman 9 ucapan terimakasih.	1. Terlalu banyak pertanyaan sebanyak 35 pertanyaan dengan 9 halaman.

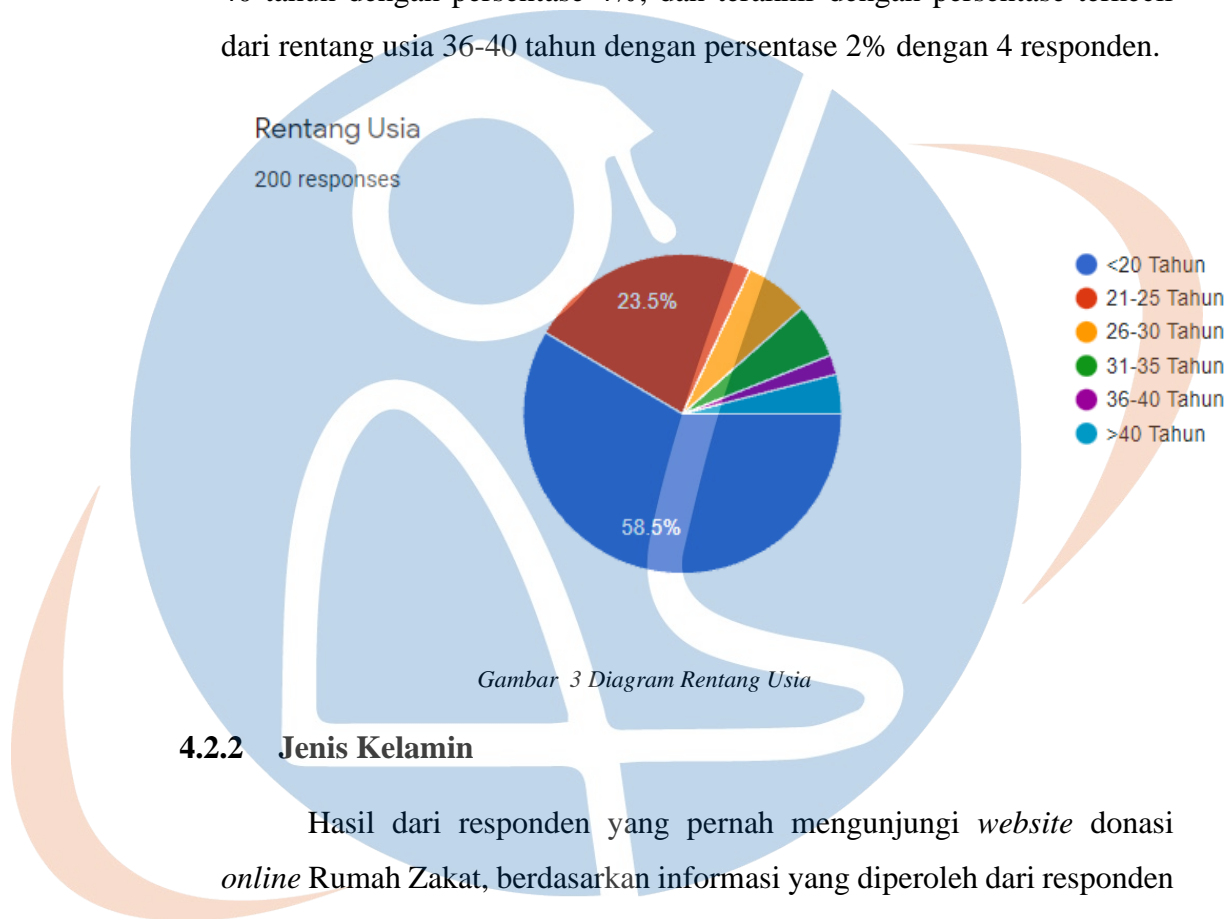
## 4.2 Demografi Responden

Pada tahap demografi responden ini akan menjelaskan hasil dari informasi yang telah dikumpulkan dari 200 responden, yang mencakup informasi mengenai rentang usia, jenis kelamin, daerah tempat tinggal, dan jenjang pendidikan mengenai responden.

### 4.2.1 Rentang Usia

Informasi dari hasil kuesioner yang dari responden menunjukkan bahwa dari 200 responden, 117 orang berusia di bawah 20 tahun yang menjadikan usia responden terbanyak dengan persentase 58,5%, lalu disusul dengan rentang usia 21-25 tahun dengan 47 responden yang

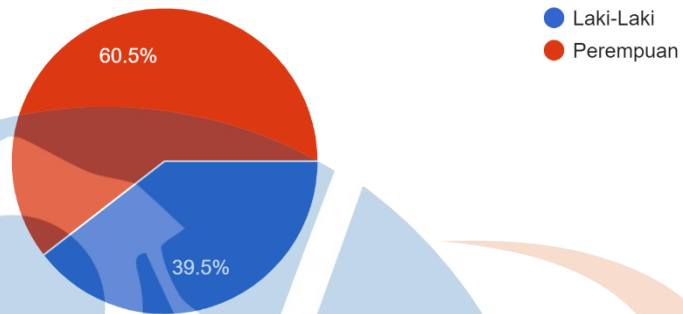
memiliki persentase 23,5%, terdapat 13 responden yang memiliki rentan usia 26-30 tahun dengan jumlah persentase 6,5%, lalu disusul dengan responden dengan rentang usia 31-35 tahun dengan 11 responden yang memiliki persentase 5,5%, dan terdapat 8 responden yang berusia lebih dari 40 tahun dengan persentase 4%, dan terakhir dengan persentase terkecil dari rentang usia 36-40 tahun dengan persentase 2% dengan 4 responden.



#### 4.2.2 Jenis Kelamin

Hasil dari responden yang pernah mengunjungi *website* donasi *online* Rumah Zakat, berdasarkan informasi yang diperoleh dari responden berdasarkan jenis kelamin yaitu 121 responden berjenis kelamin perempuan yang mendominasi dengan persentase 60,5%, sedangkan jumlah responden laki-laki sebanyak 79 responden yang memiliki persentase 39,5%.

Jenis Kelamin  
200 responses

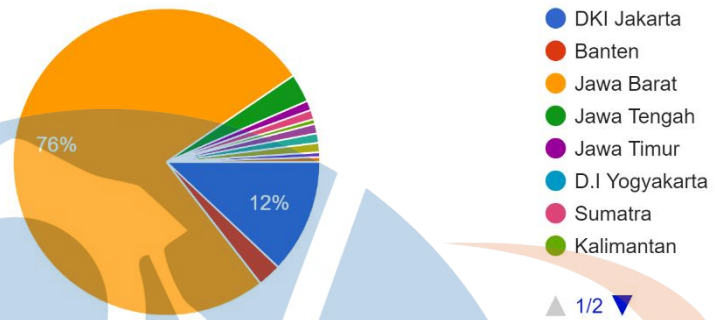


Gambar 4 Diagram Jenis Kelamin

#### 4.2.3 Daerah Tempat Tinggal

Berikutnya adalah informasi tempat tinggal responden yang tersebar diseluruh Indonesia, terdapat 152 responden yang berasal dari provinsi Jawa Barat yang menjadi asal responden terbanyak dengan persentase 76%, lalu di susul dari provinsi DKI Jakarta sebanyak 24 responden yang menyumbang persentase 12%, lalu responden dari provinsi Jawa Tengah dengan total 6 responden yang menyumbang persentase 3%, responden yang berasal dari Banten sebanyak 5 orang dengan persentase 2,5%, serta provinsi Jawa Timur menyumbang 1% dengan 2 responden, dan pulau Sumatra sebanyak 2 responden dengan persentase 1%, serta pulau Kalimantan yang menyumbang 1 responden dengan persentase 0,5%, dan terdapat 4% responden yang memilih lainnya yaitu mengisi daerah tempat tinggal dengan NTB 2 responden, Lampung 2 responden, Depok 3 responden, dan Jabodetabek 1 responden.

Daerah Tempat Tinggal  
200 responses



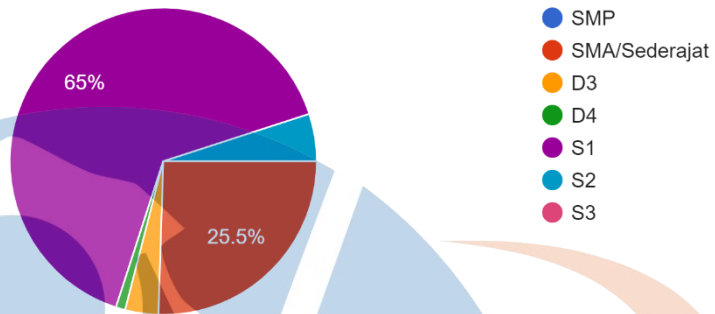
Gambar 5 Diagram Tempat Tinggal

#### 4.2.4 Jenjang Pendidikan

Untuk jenjang pendidikan dari responden, responden dengan jenjang pendidikan terbanyak ialah dari jenjang strata 1 atau S1 dengan 130 responden yang menyumbang 65% persentase dari total keseluruhan, serta responden dari SMA/Sederajat yang menyumbang 51 responden dengan persentase 25,5%, serta 10 responden yang memiliki jenjang pendidikan strata 2 atau S2 yang menyumbang 5%, disusul dengan jenjang pendidikan D3 atau diploma 3 dengan 7 responden yang memiliki persentase 3,5%, dan terakhir jenjang pendidikan diploma 4 atau D4 dengan 2 responden yang memiliki persentase 1%.

STT - NF

Jenjang Pendidikan  
200 responses



Gambar 6 Diagram Jenjang Pendidikan

### 4.3. Evaluasi *Outer Model*

Penilaian model eksternal atau model estimasi digunakan untuk mengevaluasi legitimasi dan ketergantungan model. Ada dua macam legitimasi dalam tinjauan ini, yaitu legitimasi bergabung khusus dan legitimasi instrumen. Berikutnya adalah hasil yang diperoleh oleh model eksternal.

#### 4.3.1 Hasil Uji Validitas Konvergen

Uji *Convergent validity* dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan pengujian individual *item reliability* digunakan *standardized loading factor* yang menggambarkan besarnya korelasi antar setiap indikator dengan *construct*. Nilai *loading factor* di atas 0,70 dinyatakan sebagai ukuran yang ideal atau valid sebagai indikator yang mengukur *construct*. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup memadai (Chin, 1998 dalam Ghazali, 2014,hlm.74).

Dari hasil pengolahan data dengan aplikasi *Smart PLS* dapat dilihat bahwa indikator terkuat dari *Average Variance Extracted* (AVE) adalah indikator *Social Influence* (SI) dengan nilai 0.775, namun ada beberapa indikator yang lemah dan harus dihapus dikarenakan akan mempengaruhi indikator yang lain.

Tabel 5 Hasil AVE Sebelum Hapus Variabel.

	FC	ID	PEOU	PU	SI	ST
FC1	0.824					
FC2	0.804					
FC3	0.816					
FC4	0.857					
FC5	0.849					
FC6	0.678					
FC7	0.797					
FC8	0.788					
ID1		0.834				
ID2		0.908				
ID3		0.897				
ID4		0.811				
ID5		0.885				
PEOU1			0.740			
PEOU2			0.856			
PEOU3			0.867			
PEOU4			0.820			
PEOU5			0.892			
PU1				0.845		
PU2				0.908		
PU3				0.915		
PU4				0.827		
PU5				0.880		
SI1					0.896	
SI2					0.896	
SI3					0.947	
SI4					0.934	
SI5					0.901	
SI6					0.680	
ST1						0.890
ST2						0.869
ST3						0.567
ST4						0.896
ST5						0.885
ST6						0.872



Dari beberapa indikator yang lemah tersebut diantaranya adalah FC6, SI6, dan ST3 karena nilai dari indikator tidak memenuhi *standard* karena nilai yang didapat kurang dari 0,70 maka indikator yang memiliki nilai di bawahnya akan dihapus karena akan mempengaruhi nilai kepada indikator yang lainnya. Maka setelah dilakukan perhitungan ulang dengan *calculate* PLS maka hasilnya akan berubah seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 6 Hasil AVE Sesudah Hapus Variabel

	FC1	ID1	PEOU1	PU1	SI1	ST1
FC1	0.828					
FC2	0.816					
FC3	0.818					
FC4	0.868					
FC5	0.863					
FC7	0.780					
FC8	0.784					
ID1		0.834				
ID2		0.908				
ID3		0.897				
ID4		0.811				
ID5		0.885				
PEOU1			0.740			
PEOU2			0.856			
PEOU3			0.867			
PEOU4			0.820			
PEOU5			0.892			
PU1				0.845		
PU2				0.908		
PU3				0.915		
PU4				0.827		
PU5				0.880		
SI1					0.907	
SI2					0.905	
SI3					0.951	
SI4					0.937	
SI5					0.899	
ST1						0.899
ST2						0.878
ST4						0.889
ST5						0.896
ST6						0.878



Berdasarkan perhitungan ulang yang diuji terdapat peningkatan nilai *average variance extracted* (AVE) pada beberapa indikator yang dihapus, dan peningkatan nilai di tunjukan oleh variabel *facilitation condition* (FC), *social influence* (SI), dan *sense of trust* (ST).

Tabel 7 perbandingan nilai AVE.

	Average Variance Extracted (AVE)		Average Variance Extracted (AVE)
FC	0.645	FC	0.677
ID	0.753	ID	0.753
PEOU	0.700	PEOU	0.700
PU	0.767	PU	0.767
SI	0.775	SI	0.847
ST	0.703	ST	0.788

#### 4.3.2 Hasil Uji Validitas *Discriminant*

Uji validitas *discriminant* dilihat dari *cross stack esteem* pada informasi aplikasi *Smart PLS* yang ditangani. Yang merupakan tempat di mana nilai penanda dari variabel pembentuk harus lebih tinggi daripada variabel yang berbeda. Ini sepenuhnya bertujuan untuk menguji penanda variabel untuk menunjukkan bahwa tidak ada pertanyaan dalam survei atau kuesioner yang harus ditempatkan pada faktor lainnya.

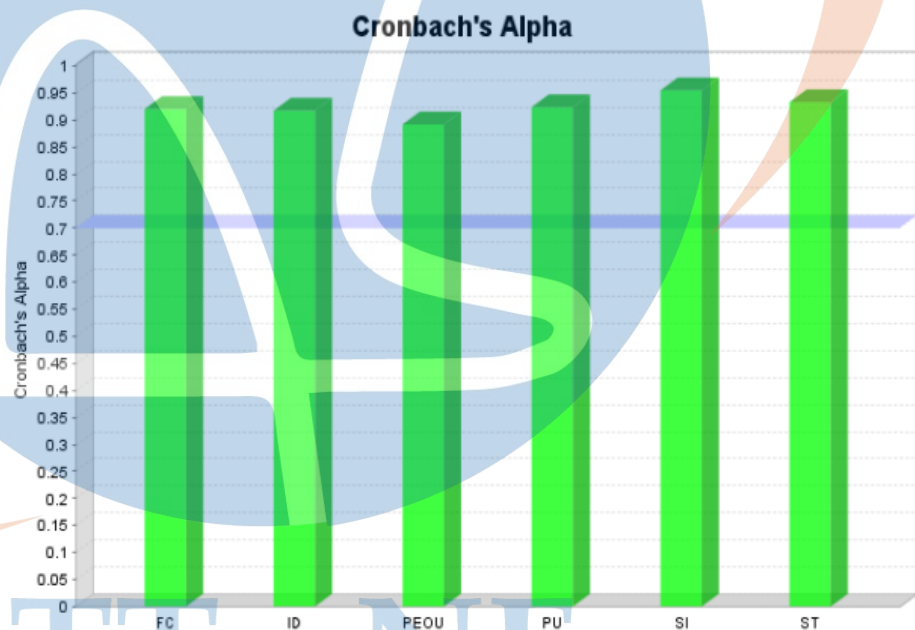
Tabel 8 Hasil Uji Validitas Diskriminan

	FC	ID	PEOU	PU	SI	ST
FC	0.823					
ID	0.695	0.868				
PEOU	0.736	0.736	0.837			
PU	0.664	0.502	0.742	0.876		
SI	0.597	0.681	0.704	0.558	0.920	
ST	0.819	0.728	0.725	0.593	0.577	0.888

### 4.3.3 Hasil Uji Reliabilitas

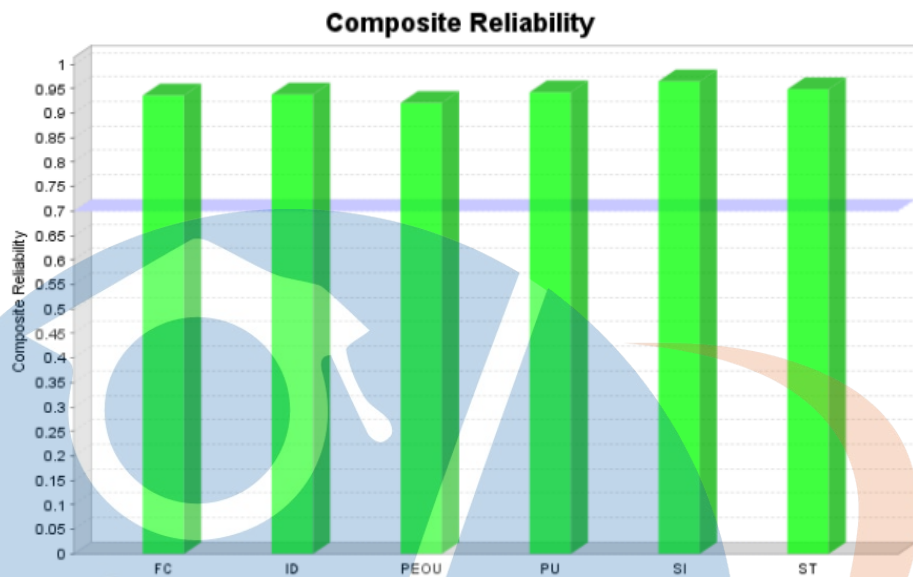
Uji kualitas yang tak tergoyahkan di aplikasi *Smart PLS* dapat menggunakan dua teknik, khususnya ketergantungan *Cronbach's Alpha*, dan *Composite*. Nilai *alpha* pedoman yang dapat diandalkan atau kualitas tak tergoyahkan komposit harus lebih penting daripada 0,7 meskipun nilainya 0,6 masih memuaskan (Hair et al. 2006).

Berdasarkan pada pengujian tersebut nilai dari *Cronbach's Alpha* sehingga tidak ada pengaruh kepada hipotesis, dan kehandalan dari model, sehingga model dapat diterima.



Gambar 7 Cronbach's Alpha

Dan nilai dari *Composite Reliability* memiliki nilai diatas minimum sehingga tidak ada variabel yang perlu dihapus.



Gambar 8 Composite Reliability

#### 4.4. Evaluasi *Inner Model/ Structural Model*

Model utama dalam aplikasi *Smart PLS* dinilai dengan menggunakan  $R^2$  atau  $r$  kuadrat untuk variabel terikat, dan cara koefisien harga atau  $t$ -nilai untuk setiap *path*.

##### 4.4.1 *Path Koefisien*

Pada teknik uji hipotesis atau *path koefisien* yang di hipotesis kan maka nilai dalam masing-masing pilihan baik *one tailed* harus lebih dari 1,96, dan untuk pilihan *two tailed* adalah 1,64, dan pada penelitian ini menggunakan *two tailed* karena dalam penelitian ini masih mencari pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lainnya apakah berpengaruh secara positif atau negatif, berbeda dengan *one tailed* yang variabel nya sudah pasti mengarah ke pengaruh positif. Serta dalam penelitian ini memiliki *probability value* atau *error* kurang dari 0,05 atau sama dengan 5% serta haru memiliki *p-values* lebih kecil dari 0,001.

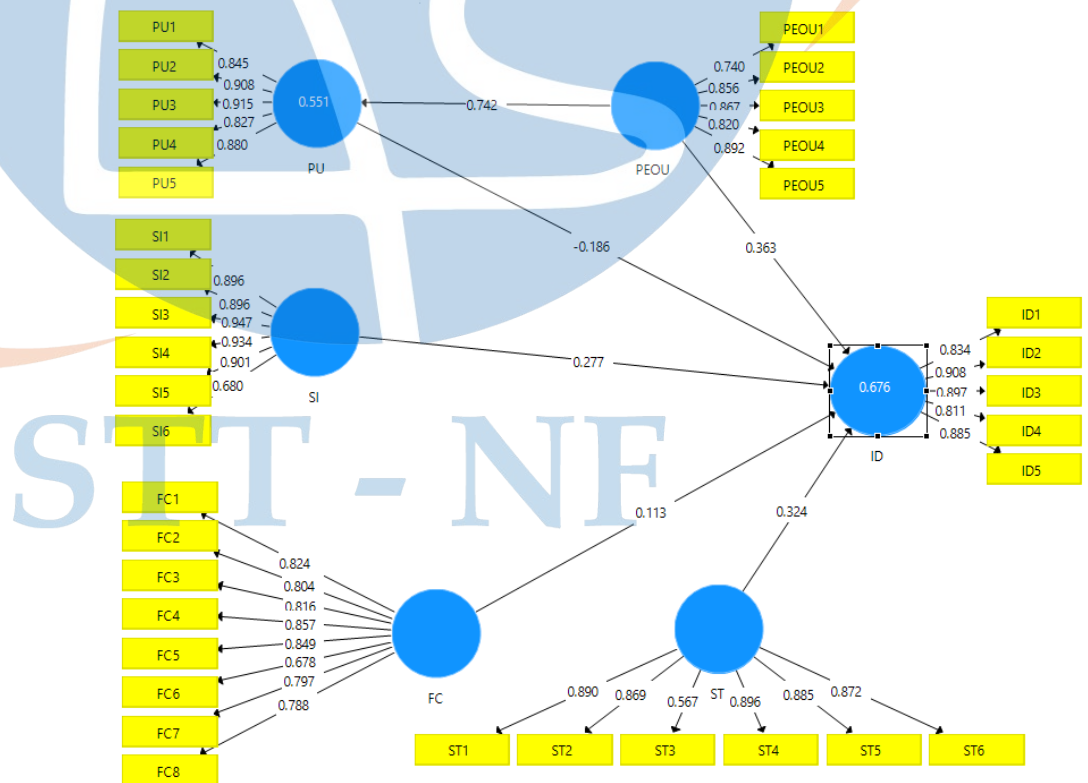
Tabel 9 *Path Koefisien*.

	T-Statistik	P-Values	Hipotesis
FC → ID	1.561	0.119	Ditolak
PEOU → ID	3.978	0.000	Diterima
PEOU → PU	17.427	0.000	Diterima
PU → ID	2.508	0.012	Diterima
SI → ID	4.685	0.000	Diterima
ST → ID	3.520	0.000	Diterima

Sehingga hipotesis yang ditolak adalah FC atau *facilitation condition* yang tidak memenuhi syarat minimal dari nilai T-statistik, dan melebihi nilai dari *p-values*.

#### 4.4.2 R<sup>2</sup>

Nilai R<sup>2</sup> digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan faktor bebas ke variabel terikat, dan untuk menunjukkan seberapa baik model yang digunakan dalam penelitian.



Gambar 9 Nilai R-Square

Dengan diambil kesimpulan bahwa nilai R-square sebesar 0,677 atau sama dengan 67% yang didapatkan dari nilai variabel yang disusun dari variabel *intention to donate* (ID) sehingga hasil yang didapat mendapatkan nilai lebih dari setengahnya.

## 4.5. Pembahasan

### 4.5.1 Hipotesis Yang Diterima

Penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui variabel yang mempengaruhi niat donatur donasi *online* di Rumah Zakat. Maka variabel yang dinilai dalam penelitian ini adalah *perception ease of use* (PEOU), *perception usefulness* (PU), *social influence* (SI), *facilitation condition* (FC), dan *sense of trust* (ST). Terdapat empat variabel mempengaruhi donatur donasi *online* di Rumah Zakat. *Perception ease of use* (PEOU) mempengaruhi donatur donasi dengan persepsi bahwa sistem donasi *online* mudah untuk digunakan oleh donatur. *Perception usefulness* (PU) mempengaruhi donatur dikarenakan donatur memiliki persepsi bahwa sistem donasi *online* Rumah Zakat memberikan manfaat kepada donatur. *Social influence* (SI) membuktikan bahwa pengaruh orang-orang terdekat dan seseorang yang dianggap penting dalam status sosial dapat mendorong donatur untuk melakukan donasi *online* di Rumah Zakat. Dan terakhir *sense of trust* (ST) memberikan bukti bahwa kepercayaan donatur terhadap platform donasi *online* Rumah Zakat yang akan memberikan kepastian bahwa dana donasi aman mempengaruhi donatur untuk donasi secara *online* di Rumah Zakat.

### 4.5.2 Hipotesis Yang Ditolak

Dalam lima variabel yang mempengaruhi donatur donasi *online* di Rumah Zakat, hanya satu variabel yang tidak diterima hipotesis nya ialah *facilitation condition* (FC) dimana kondisi seperti

bantuan ketika donatur mengalami masalah saat donasi, variasi sistem pembayaran dan ketersediaan program informasi donasi yang lengkap bahwa tidak menjadi alasan donatur terbesar untuk donasi secara *online* di Rumah Zakat.

#### 4.5.3 Hasil Nilai R2

Dengan diperolehnya nilai R2 yang menunjukkan seberapa baik model dalam penelitian, dengan nilai yang diperoleh sebesar 67% yang melebihi dari setengah faktor yang digunakan dalam model penelitian ini, maka model penelitian memiliki predikat sangat baik.

#### 4.6. Rekomendasi

Pihak Rumah Zakat disarankan, meningkatkan layanan dalam kemudahan akses *website* donasi. Agar masyarakat lebih fleksibel saat mengakses *website* tersebut. Hal tersebut berdasarkan persentase hasil kuesioner. Sebanyak 105 responden dengan persentase sebesar 52,8%, sangat setuju dengan saran tersebut. Oleh karena itu, penulis memberikan saran kepada pihak Rumah Zakat untuk meningkatkan kecepatan waktu tunggu *browser* menjadi kurang dari tiga detik.

Peneliti merekomendasikan agar Rumah Zakat meningkatkan kepercayaan donatur, melalui transparansi laporan keuangan tahunan di *website*. Dengan menggunakan predikat wajar tanpa pengecualian (WTP) selama 15 kali berturut-turut. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 43,2%, yaitu sebanyak 86 responden menjawab sangat setuju. Donatur melakukan donasi *online* di Rumah Zakat karena percaya dengan *platform* donasi tersebut. Maka penulis menyarankan pihak Rumah Zakat mampu memastikan *website* donasi *online* Rumah Zakat telah tersertifikasi



dengan *digital certificate* dari Kementerian Komunikasi dan Informatika atau Kominfo.

Berdasarkan hasil penelitian, Rumah Zakat diharapkan dapat bekerja sama dengan *public figure*. Agar minat masyarakat meningkat dalam menggunakan *platform* donasi *online*. Pihak manajemen Rumah Zakat dapat menggunakan tokoh sosial sesuai dengan tema tertentu, misalnya untuk memperingati momen-momen tertentu, seperti bulan Ramadhan, hari ibu, atau hari kemerdekaan. Tokoh sosial yang dipilih bisa disesuaikan dengan selera masyarakat dan karakteristik dari Rumah Zakat. Rekomendasi ini selaras dengan persentase 44,7%, yaitu sebanyak 89 responden menjawab setuju, sampai sangat setuju. Jika tokoh idolanya melakukan donasi *online*, maka donatur akan melakukan hal serupa. Dengan hasil penelitian tersebut, maka penulis menyarankan pihak Rumah Zakat menggunakan sosial media tokoh sebagai alat promosi. Memanfaatkan akun tokoh dalam promosi, serta menjadikan tokoh tersebut sebagai *brand ambassador* Rumah Zakat.

Rumah Zakat direkomendasikan meningkatkan kemudahan dalam memberikan informasi *campaign* sebelum donatur melakukan donasi *online*. Untuk memberikan kemudahan saat melakukan pembayaran zakat. Fasilitas layanan kalkulator zakat yang membantu 50,8% responden, atau sebanyak 101 responden menjawab sangat setuju. Kalkulator zakat membantu untuk menghitung kewajiban zakat. Dari hasil penelitian tersebut maka, penulis menyarankan pihak Rumah Zakat memberikan fitur rencana keuangan. Hal tersebut, ditunjukkan untuk mempermudah donatur saat melakukan perhitungan kewajiban zakat, serta memberikan kemudahan dalam tahap konfirmasi pembayaran. Jadi, donatur tidak perlu menekan tombol konfirmasi bayar. *Website* donasi *online*



sudah otomatis melakukan waktu tunggu konfirmasi, seperti beberapa *marketplace*.

Pihak Rumah Zakat perlu meningkatkan keamanan *platform* donasi *online*, serta menjaga kerahasiaan informasi pribadi pihak donatur. Sebab data kuesioner yang didapatkan, sebesar 48,2% dengan 96 responden menjawab sangat setuju. *Platform* Rumah Zakat tidak menuliskan identitas donatur saat melakukan donasi. Data kuesioner juga menunjukkan sebesar 53,3%, yaitu sebanyak 106 responden menjawab sangat setuju. Rumah Zakat telah mengelola dana donasi dengan jujur. Data hasil penelitian menunjukkan, bahwa donatur ingin pihak Rumah Zakat menjamin keamanan. Oleh karena itu, Rumah Zakat disarankan untuk memberikan deskripsi keamanan donasi. Deskripsi yang berupa informasi, bahwa transaksi yang dilakukan aman, mampu menjamin kerahasiaan identitas donatur dan nominal donasi. Selain itu, bukti donasi sudah harus diterima paling lambat 3 menit.

Rekomendasi terakhir yang diberikan peneliti untuk pihak Rumah Zakat, yaitu mampu mempertahankan loyalitas donatur lama. Cara yang dilakukan dengan memastikan agar niat donatur untuk melakukan donasi *online* di Rumah Zakat tetap terjaga. Hasil kuesioner menunjukkan, sebanyak 158 responden sama dengan persentase 79,4% menjawab setuju dan sangat setuju. Donatur masih berkeinginan untuk melakukan donasi *online* di Rumah Zakat. Data hasil penelitian menunjukkan, bahwa donatur masih ingin melakukan donasi di Rumah Zakat. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar Rumah Zakat memberi kiriman *email*, berupa *campaign* baru secara berkala. Selain itu, mengirimkan *email* berisi pengingat untuk melakukan zakat di akhir bulan. melakukan infak

dan wakaf di hari jumat, dan *campaign* tentang bencana alam yang sedang terjadi di Indonesia.



STT - NF