



Digital Charity: Menelusuri Faktor Keputusan Berdonasi Melalui Mobile Banking

Indah Fitri Nasution¹, Darwis Harahap², Hamni Fadlilah Nasution³,
Zulaika Matondang⁴

^{1,2,3,4} UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Indahfitriinst2406@gmail.com¹, darwisharahap@uinsyahada.ac.id²,
hamni@uinsyahada.ac.id³, zulaikamatondang@uinsyahada.ac.id⁴

Abstrak

Masyarakat Kecamatan Padangsidempuan Tenggara telah familiar dengan penggunaan aplikasi mobile banking yang menyediakan fitur donasi. Namun, mayoritas masyarakat masih memilih untuk berdonasi secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan religiusitas terhadap keputusan berdonasi secara online melalui mobile banking, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel insidental dan jumlah responden sebanyak 80 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, serta regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi online, sedangkan religiusitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial. Namun, ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berdonasi online. Temuan ini memberikan implikasi bagi lembaga keuangan, khususnya bank syariah, dalam mengembangkan strategi untuk mendorong perilaku donasi digital di masyarakat.

Kata Kunci: Kemudahan, Kepercayaan, Keputusan, Religiusitas, Donasi

Abstract

The community in Padangsidempuan Tenggara District is familiar with the use of mobile banking applications that offer donation features. However, most people still prefer to donate directly. This study aims to analyze the influence of trust, ease of use, and religiosity on online donation decisions through mobile banking, both partially and simultaneously. A quantitative approach was employed with an incidental sampling technique involving 80 respondents. Data were collected through questionnaires, interviews, and documentation, and analyzed using validity and reliability tests, normality test, classical assumption tests, t-test, F-test, and multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS version 23. The results indicate that trust and ease of use have a significant partial effect on online donation decisions, while religiosity does not show a significant partial effect. However, the three variables collectively have a simultaneous effect on online donation decisions. These findings provide valuable insights for financial institutions, particularly Islamic banks, in developing strategies to encourage digital donation behavior among the public.

Keywords: Convenience, Trust, Religiosity, Donate

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi berkembang pesat. Perkembangan ini berdasarkan pada semakin meratanya pengguna teknologi informasi. Melihat pesatnya perkembangan dan penggunaan teknologi informasi iniditandai dengan adanya alat komunikasi seperti internet, *handphone* dan komputer yang saat ini sudah sangat memasyarakat terlebih pengguna teknologi informasi sudah masuk kesemua bidang dan sektor (Raden A. Purba, 2020).

Perkembangan dunia perbankan semakin pesat dan mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu Negara, baik dari segi produk, kualitas pelayanan, dan teknologi yang dimiliki. Bahkan aktifitas dan keberadaan perbankan sangat menentukan kemajuan suatu Negara dalam bidang ekonomi (Marohombang Rambe, dkk, 2020).

Teknologi informasi banyak dilakukan dalam berbagai hal sebagai suatu fasilitas terutama yang bergerak dalam bidang pelayanan atau jasa tidak terkecuali pada sektor perbankan (Murhada, 2011). Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah (Nofinawati, dkk, 2016).

Bank merupakan lembaga intermediasi bagi nasabah penyimpan dana dan pembiayaan, disamping fungsi-fungsi lain dalam pelayanan jasa keuangan. Dana yang diperoleh menjadi tolak ukur utama bahwa bank menjalankan fungsinya sebagai *funding* dengan baik demikian juga penyaluran pembiayaan ke sektor-sektor produktif sebagai fungsi *financing* (Darwis Harahap, dkk, 2017). Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat (Budi Gautama Siregar, dkk, 2017).

Industri bank syariah semakin gencar melakukan pengembangan teknologi perbankan digital. Pengembangan teknologi tidak lain dilakukan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah, dimana saat ini nasabah menginginkan semua transaksi bisa dilakukan dengan teknologi (Ni Luh Wiwik, 2020).

Aplikasi *Mobile banking* merupakan fasilitas layanan perbankan untuk memberikan pengaksesan dalam memperoleh transaksi financial (non tunai) melalui telepon seluler/*handphone* (Wiji Nurastuti, 2011). Donasi merupakan sumbangan yang diberikan secara suka rela oleh donatur kepada yang membutuhkan tanpa adanya imbalan disaat terjadinya sesuatu hal yang tidak terduga atau mengalami

permasalahan seperti bencana, bantuan terhadap pembangunan dan lain sebagainya (Shonanar Rohman, 2021).

Masyarakat Kecamatan Padangsidempuan Tenggara mungkin sudah tidak asing lagi dengan aplikasi *mobile banking*, yang dimana aplikasi ini memiliki fitur untuk berdonasi. Tetapi berdasarkan survei oleh 100 orang warga masyarakat Kecamatan Padangsidempuan Tenggara, mayoritasnya masih banyak yang memutuskan untuk berdonasi secara langsung dibandingkan berdonasi secara *online*.

Masyarakat Kecamatan Padangsidempuan Tenggara sudah mendengar tentang berdonasi *online* namun masih banyak yang memutuskan untuk berdonasi secara langsung dikarenakan beberapa masyarakat masih kurang percaya untuk memutuskan berdonasi secara *online* melalui *mobile banking*. Salah satunya berdasarkan hasil wawancara dengan Nurindah Nasution salah satu masyarakat yang beralamat di Palopat beliau mengatakan bahwa lebih mempercayai berdonasi secara langsung karena beliau takut jika sumbangan yang donasikan tidak sampai kepada yang dituju (Wawancara Nur Indah Nasution).

Pada masa Covid-19 ini *mobile banking* memberikan kemudahan pada masyarakat untuk melakukan donasi karena lebih praktis tanpa harus berpergian keluar rumah. Seperti ibu Malan sari hutasuhut merupakan masyarakat Kota Padangsidempuan Tenggara yang beralamat di Sihitang beliau mengatakan bahwa lebih mudah berdonasi secara langsung dari pada memutuskan melalui *mobile banking* karena beliau merasa *mobile banking* sangat rumit (Wawancara Malan Sari Hutasuhut).

Calon donatur tidak sembarangan ingin memberikan sumbangannya, memerlukan keputusan yang bulat untuk memutuskan kemana sumbangan tersebut dia berikan sebagai donatur. Keputusan merupakan suatu pemecah masalah yang dilakukan melalui pemilihan suatu alternatif dari beberapa alternatif dengan kata lain seseorang harus memutuskan antara dua pilihan atau lebih sebagai pilihan akhir (Ahmad Syaekhu, 2021).

Religiusitas dinilai mampu menjadi dorongan kuat seseorang dalam mengambil keputusan, maka dari itu religiusitas juga termasuk faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk berdonasi, religiusitas merupakan tingkat

pemahaman atau pengetahuan yang menyeluruh terhadap agama (Bamabng Suryadi, 2021).

Dalam hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi *online* salah satunya. Hasil penelitian terdahulu oleh peneliti Dhimas Muhammad Zulfian menunjukkan bahwa faktor kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan berdonasi *online*. Selain itu penelitian lainnya menunjukkan bahwa faktor religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berdonasi secara *online*.

KAJIAN TEORITIS

Keputusan

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latarbelakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan (Dhiraj Kelly, 2021).

Proses pengambilan keputusan dalam Islam berkaitan dengan sifat kehati-hatian dalam menerima informasi yang didapatkan. Dalam Al-Qur'an surah Al-Hujarat ayat 6, menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan agar benar-benar meneliti berita yang dibawa oleh orang-orang fasik dalam rangka mewaspadainya, sehingga tidak ada seorangpun yang memberikan keputusan berdasarkan perkataan orang fasik tersebut, dimana pada saat itu orang fasik tersebut berpredikat sebagai seorang pendusta dan membuat kekeliruan (Departemen Agama, 2012). Berdasarkan makna ayat tersebut, poin penting yang didapat bahwa umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima informasi, ketika tidak mengetahui secara jelas informasinya hendaknya mencari tau dahulu informasi yang didapat agar lebih akurat (Abdullah Amrin, 2013).

Pengertian Berdonasi

Donasi merupakan benda secara fisik yang mana disumbangkan kepada manusia, sekelompok manusia atau organisasi yang mengalami suatu permasalahan selain itu juga donasi dapat dijadikan suatu bentuk bantuan terhadap pembangunan sehingga donasi dapat mengikat tali persaudaraan antar manusia (Errie Tisnawati, 2015). Adapun indikator dari keputusan berdonasi yakni kemantapan pada donasi,

kebiasaan dalam berdonasi, memberikan rekomendasi ke orang lain, melakukan donasi ulang (Nyoman Wara, 2019).

Tahap Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan meliputi beberapa tahap dan melalui beberapa proses, yaitu *Intelligence, Design, Choice, Implementation* (Febrina Sari, 2018).

Sistem Informasi Perbankan Syariah

Perbankan syariah dalam melakukan kegiatannya bekerja sama dengan bidang teknologi informasi untuk membangun sistem informasi perbankan syariah dengan membuat aplikasi khusus yang dapat mempermudah semua proses-proses transaksi yang ada di perbankan syariah. Dalam bidang pemasarannya, semua lembaga perbankan syariah membangun e-bite khusus untuk melakukan proses *e-banking* untuk memberikan kemudahan kepada nasabahnya dalam bertransaksi dan memperoleh informasi tentang perbankan syariah maupun produk-produknya (Ismail, 2021).

Mobile Banking

Arti istilah *Mobile banking* atau biasa disingkat dengan *M-Banking* merupakan fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone* untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan, misalnya cek saldo, mutasi rekening dan sebagainya (Widia Permana, 2012). *Mobile banking* adalah suatu gambaran pelaksanaan kegiatan perbankan melalui perangkat seluler yang mayoritas dilakukan melalui SMS atau melalui *website* seluler. *Mobile banking* merupakan fasilitas layanan perbankan yang memudahkan penggunaannya untuk bertransaksi langsung melalui *smarthphone* dengan mudah dan cepat (Enni Soerjati, 2021). Manfaat dari mobile banking meliputi transfer dana antar rekening atau ke bank lain, informasi saldo dan mutasi rekening, pembayaran tagihan angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon, TV kabel, zakat dan lain-lain, dan pembelian tiket transportasi, token listrik, pulsa HP, kuota data, dan lain-lain (Unggul Basoeky, 2021).

Kepercayaan

Kepercayaan berasal dari kata percaya yang berarti mengakui atau meyakini akan kebenaran. Kepercayaan adalah keyakinan terhadap integritas, kemampuan, karakter seseorang atau sesuatu atas beberapa kualitas atribut sesuatu atau seseorang berdasarkan kebenaran suatu pernyataan (Damsat, 2016). Kepercayaan merupakan pondasi dari bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi

apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan (Rudy Haryanto, 2020). Menurut Iendy Zelviean Adhari terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kepercayaan terhadap merek. Ketiga faktor ini berhubungan dengan tiga entitas yang tercakup dalam hubungan antara merek dan konsumen. Adapun ketiga faktor tersebut yaitu karakteristik merek, karakteristik perusahaan, karakteristik konsumen-merek (Lendy Zelviena, 2021).

Kemudahan

At-taisir menurut bahasa merupakan bentuk infinitif dari kata *yusr*, yang diambil dari kata *yasara* yang berarti kemudahan. *At-taisir* menurut istilah adalah aktifitas yang memperlihatkan kelunakan, kemudahan, dan ketundukan atau menghapuskan kesulitan dan beban dalam suatu perkara sehingga tidak memberatkan jiwa dan tidak pula merusak fisik (Iyad Kamil, 2017). Kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha berat dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Sehingga kemudahan dapat diartikan bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit penggunaannya. Oleh karena itu, seseorang yang menggunakan suatu sistem tertentu akan bekerja lebih mudah jika dibandingkan dengan seseorang yang bekerja secara manual (Sabaruddin Chaniago, 2022).

Religiusitas

Kata religiusitas berasal dari bahasa inggris, yaitu *religiosity*. Dalam bahasa Indonesia istilah tersebut diartikan dalam dua kata, yaitu keberagamaan dan religiusitas. Menurut etimologi kuno religi berasal dari bahasa latin yaitu “*religio*” yang berarti mengikat kembali (Jurnal Ahmad, 2020). Dalam bahasa Arab, seperti dapat dilihat dalam Kamus Al-Maurid karya Ba’albaki, religiusitas memiliki tiga makna, yaitu *takwa*, *ara’*, dan *tadayyun*. Ketiga kata tersebut memberikan makna bahwa religiusitas itu identik dengan sikap taat melaksanakan perintah Allah dan menjauhi segala larangan-Nya. Sikap inilah yang disebut dengan kesalehan hidup. Jadi orang yang religious artinya orang yang saleh dalam hidupnya (Bambang Sugeng , 2020). Dasar pengukuran religiusitas muslim adalah manifestasi dari islam, iman, dan ihsan. Maka dalam mengukur religiusitas muslim harus terdiri dari item-item

yang menggambarkan persepsi sikap dan amalan seseorang terhadap tiga dasar agama tersebut, yaitu Islam, Iman, dan Ihsan (Abdullah Amrin, 2012).

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara. Waktupenelitian ini dilaksanakan dari bulan Mei 2021 sampai dengan September 2022.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial untuk dapat melakukan pengukuran.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian guna menggambarkan ataupun menguraikan suatu keadaan menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan tentang apa yang diketahui (Irawidya, dkk, 2021).

Populasi dapat diartikan sebagai satu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen merupakan suatu unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan (Muhammad Teguh, 2012). Sampel merupakan bagian dari jumlah keseluruhan dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Nazir, 2014).

Uji normalitas untuk mengetahui apakah data variabel dependen, indenpenden atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik (Darwis Harahap, dkk, 2021). Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Damri Batubara, dkk, 2021).

Uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh secara sendiri-sendiri atau parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan uji ini yaitu bila nilai sig > 0,05 berarti H_a diterima. Sebaliknya, bila nilai sig < 0,05 berarti H_0 ditolak (Elidawati Purba, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

VARIABEL	R Hitung	KETERANGAN
KEPERCAYAAN (X1)	0,672 > 0,1852	VALID
	0,520 > 0,1852	VALID
	0,666 > 0,1852	VALID
	0,555 > 0,1852	VALID
	0,534 > 0,1852	VALID
	0,559 > 0,1852	VALID
KEMUDAHAN (X2)	0,609 > 0,1852	VALID
	0,612 > 0,1852	VALID
	0,748 > 0,1852	VALID
	0,572 > 0,1852	VALID
	0,664 > 0,1852	VALID
	0,556 > 0,1852	VALID
RELIGIUSITAS (X3)	0,649 > 0,1852	VALID
	0,634 > 0,1852	VALID
	0,618 > 0,1852	VALID
	0,715 > 0,1852	VALID
	0,618 > 0,1852	VALID
	0,504 > 0,1852	VALID
KEPUTUSAN BERDONASI (Y)	0,608 > 0,1852	VALID
	0,612 > 0,1852	VALID
	0,642 > 0,1852	VALID
	0,640 > 0,1852	VALID
	0,610 > 0,1852	VALID
	0,618 > 0,1852	VALID
	0,460 > 0,1852	VALID
	0,366 > 0,1852	VALID

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Kepercayaan	0.615
Kemudahan	0.689
Religiusitas	0.677
Keputusan Berdonasi	0.688

Berdasarkan tabel diatas, variabel Kepercayaan, Kemudahan, Religiusitas dan Keputusan Berdonasi nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, sehingga semua item pernyataan pada setiap variabel dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas	Asymp. Sig. (2-tailed)	Sig.	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov Test	0,200	> 0,10	Normal

Berdasarkan tabel diatas, Asymp. Sig. (2-tailed) dari uji Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200 lebih besar dari 0,10, artinya data variabel dalam penelitian ini dinyatakan normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Sig.	Keterangan
Kepercayaan	1,064	< 10	Bebas Multikolinearitas
Kemudahan	1,014	< 10	Bebas Multikolinearitas
Religiusitas	1,059	< 10	Bebas Multikolinearitas

Berdasarkan tabel diatas, nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) dari semua variabel independennya lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel independennya terbebas dari multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	NILAI	Sig.	Keterangan
Kepercayaan	0,155	> 0,10	BEBAS HETEROSKEDASTISITAS
Kemudahan	0,894	> 0,10	BEBAS HETEROSKEDASTISITAS
Religiusitas	0,410	> 0,10	BEBAS HETEROSKEDASTISITAS

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi dari semua variabel independennya lebih besar dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independennya terbebas dari heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji Parsial

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	NILAI	Sig.	Keterangan
Kepercayaan	0,003	< 0,10	BERPENGARUH
Kemudahan	0,027	< 0,10	BERPENGARUH
Religiusitas	0,188	> 0,10	TIDAK BERPENGARUH

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan dari hasil uji t nya yakni :

Hasil signifikansi t-hitung untuk variabel kepercayaan sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,10, artinya ada pengaruh kepercayaan terhadap keputusan berdonasi melalui mobile banking. Dan signifikansi t-hitung untuk variabel kemudahan sebesar 0,027

lebih kecil dari 0,10, artinya ada pengaruh kemudahan terhadap keputusan berdonasi melalui mobile banking. Sedangkan signifikansi t-hitung untuk variabel religiusitas sebesar 0,188 lebih besar dari 0,10, dapat diartikan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berdonasi melalui mobile banking.

Uji Simultan

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji	NILAI	Sig.	Keterangan
Uji F	0,000	< 0,10	BERPENGARUH

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi f-hitung sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,10, artinya ada pengaruh kepercayaan, kemudahan dan religiusitas terhadap keputusan berdonasi melalui mobile banking.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji	NILAI	Keterangan
Adjust R-Square	0,187	x 100 %% 18,7 persen besaran pengaruh

Berdasarkan tabel diatas, nilai adjust R-squarenya sebesar 0,187, artinya pengaruh kepercayaan, kemudahan dan religiusitas terhadap keputusan berdonasi melalui mobile banking sebesar 18,7 persen, sedangkan sisanya sebesar 81,3 persen dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian ini.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	KOEFSISIEN
Konstanta	10,970
Kepercayaan	0,460
Kemudahan	0,313
Religiusitas	0,178

Berdasarkan tabel diatas, dari koefisien masing-masing variabel dapat dijelaskan bahwa persamaan regresi yang terbentuk adalah

$$KBO = 10,970 + 0,460KP + 0,313KM + 0,178RL$$

PEMBAHASAN

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Berdonasi Melalui *Mobile Banking*

Hasil penelitian ini sejalan teori yang dikemukakan oleh M,Syadli berupa kepercayaan adalah keyakinan seseorang. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih ia percayai daripada yang kurang ia percayai. Kesimpulannya, variabel kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan berdonasi *online* melalui *mobile banking*. Kepercayaan nasabah terhadap suatu teknologi keuangan yaitu *mobile banking* perlu diperhatikan agar nasabah merasa nyaman tanpa khawatir dalam bertransaksi seperti berdonasi *online* sehingga nasabah yakin dan ingin selalu menggunakan *mobile banking*.

Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Berdonasi *Online* Melalui *Mobile Banking*

Kesimpulannya, variabel kemudahan berpengaruh terhadap keputusan berdonasi *online* melalui *mobile banking*. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bahwa kemudahan masyarakat dalam mengaplikasikan suatu aplikasi perlu diperhatikan para pihak bank agar nasabah merasakan manfaat fasilitas teknologi perbankan yang berbasis religi karena semakin mudah aplikasi *mobile banking* digunakan ketika berdonasi *online* maka semakin tinggi pula tingkat keputusan nasabah untuk berdonasi *online* menggunakan *mobile banking*.

Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Berdonasi *Online* Melalui *Mobile Banking*

Religiusitas adalah hubungan antara diri sendiri dengan Allah SWT atau sikap taat dengan menjalankan kewajiban-kewajiban dan menjauhi larangan-Nya. Kesimpulannya, variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berdonasi *online* melalui *mobile banking*. Artinya religiusitas tidak selamanya berdampak positif terhadap keputusan berdonasi *online*, yaitu karena religiusitas setiap orang berbeda-beda dan cara untuk beramalpun berbeda-beda sesuai tingkat religiusitas masing-masing individu.

Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Berdonasi *Online* Melalui *Mobile Banking*

Kesimpulannya, kepercayaan, kemudahan dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan berdonasi *online* melalui *mobile banking*. pada tiga variabel tersebut perlu diperhatikan pihak bank terhadap fasilitas yang berbasis teknologi sehingga akan menjaga kepercayaan, kemudahan sistem dan religiusitas yang ada pada diri masyarakat karena kegiatan ini adalah kegiatan positif dan berefek positif pula untuk kedepannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan dan kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk berdonasi secara online melalui mobile banking. Kepercayaan nasabah terhadap keamanan dan kenyamanan teknologi digital menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan berdonasi. Demikian pula, kemudahan dalam penggunaan aplikasi mobile banking berkontribusi positif terhadap minat dan keputusan berdonasi secara online. Sebaliknya, variabel religiusitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan berdonasi online. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas individu tidak selalu berbanding lurus dengan keputusannya untuk berdonasi secara digital, mengingat adanya perbedaan cara beramal dan tingkat religiusitas masing-masing individu. Namun secara simultan, ketiga variabel—kepercayaan, kemudahan, dan religiusitas—memiliki pengaruh terhadap keputusan berdonasi online melalui mobile banking. Oleh karena itu, pihak perbankan, khususnya bank syariah, disarankan untuk terus meningkatkan aspek kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan pendekatan berbasis nilai-nilai religius dalam pengembangan layanan digital guna mendorong partisipasi masyarakat dalam berdonasi secara online.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Amrin. (2013). *Meraih Berkah Melalui Asuransi Syariah*. Jakarta: IKAP.
- Abdullah Amrin. (2012). *Meraih Berkah Melalui Asuransi Syariah Edisi 1*. Jakarta: IKAP.
- Ahmad Syaekhu. (2021). *Teori Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Bamabng Suryadi. (2021). *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi Di Indonesia*. Jakarta: Blibio Karya Indonesia.
- Bambang Sugeng . (2020). *Fundamental Metodologi*. Yogyakarta: Deepublish.

- Budi Gautama Siregar, Hamni Fadlilah Nasution, Siti Aisyah. (2017). Pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB) Terhadap Pembiayaan Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) Tahun 2010-2014 (Penerapan Analisis Regresi Data Pooling). *Jurnal Of Sharia Banking* , 5 (2).
- Damri Batubara, Windari, Abdul Nasser, Annida Karima Sovia. (2021). Potential And Oftimization Of Waqf Land Empowermand In South Tapanuli Regerency. *Journal Of Shariah Banking* , 6 (2).
- Damsat. (2016). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Darwis Harahap, Tukma, Ihdi Aini, Ida Royani. (2021). Analysis Of Public Interest In Banking Products. *Journal Of Sharia Banking* , 2.
- Darwis Harahap, Muhammad Yafiz. (2017). Determinan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah di Indonesia: Model Vector Autoregresif. *Jurnal Of Sharia Banking* , 10 (1).
- Departemen Agama. (2012). *Al Quran dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Diponegoro.
- Dhiraj Kelly. (2021). *Keputusan Pembelian Online*. Surabaya: Scopindo.
- Elidawati Purba. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Enni Soerjati. (2021). *Terminologi Ekonomi dan Teknologi Informai Dalam Hukum Ekonomi Pada Era Ekonomi Digital*. Yogyakarta: Bintang Pustaka.
- Errie Tisnawati . (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.
- Febrina Sari. (2018). *Metode dalam Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: CV.Budi Utama.
- Irawidya, Arbanur Rasyid, Muhammad Wadinsyah, M. Fauzan. (2021). Determnation Of Employe Job Satisfaction PT. Bank Syariah Mandiri. *Journal Of Shariah Banking* , 2 (1).
- Ismail. (2021). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Iyad Kamil. (2017). *Fikih Tadarruj Tahap-tahap dalam Membumikan Syariat Islam*. Jakarta: Pustaka At-Kausar.
- Jurnal Ahmad. (2020). *Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan* . Yogyakarta: Deepublish.
- Lendy Zelviena. (2021). *Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan: Qiara Media.

- Marohombang Rambe, Abdul Nasser, Muhammad Wadinsyah, Idris Saleh. (2020). The Effect Of Third Party Funds On Financing In PT. Victoria Sharia Bank. *Jurnal Sharia Of Banking* , 1.
- Muhammad Teguh. (2012). *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Murhada. (2011). *Pengantar Teknologi Informasi* . Jakarta: Mitra Wacana.
- Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ni Luh Wiwik. (2020). *Teknologi Financial: Sistem Financial Berbasis Teknologi di Era Digital*. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Nofinawati, Nurul Izzah Lubis. (2016). Perkembangan Perbankan Syariah Indonesia. *Jurnal Of Syariah Banking* , 14 (2).
- Nyoman Wara. (2019). *Promosi Penjualan Membangun Electronic Word Of Mauth dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian*. Klaten : Lakeish.
- Raden A. Purba. (2020). *Aplikasi Teknologi Informasi Teori Informasi*. Bandung: Yayasan Kita Menulis.
- Rudy Haryanto. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teory dan Praktis)* . Yogyakarta: Duta Media Publishing.
- Sabaruddin Chaniago. (2022). *Keputusan Pembelian Pengguna OVO Ditinjau Dari Kemudahan, Price Discount dan Kepuasan*. Jakarta: CV. Global Aksara Pers.
- Shonanar Rohman. (2021). *Diorama Akal*. Suka Bumi: Haura.
- Unggul Basoeky. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat*. Bandung : Media Sains Indonesia.
- Wawancara Malan Sari Hutasuhut.
- Wawancara Nur Indah Nasution.
- Widia Permana. (2012). *Layanan Perpustakaan Via Mobile Data*. Yogyakarta: Brawijaya Pers.
- Wiji Nurastuti. (2011). *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.