

MINAT GEN Z DI YOGYAKARTA DALAM BERINFAK DAN SEDEKAH MELALUI PLATFORM *CROWDFUNDING* KITABISA.COM DENGAN PENDEKATAN UTAUT2

Ellok Regita Negari¹ & Fitri Eka Aliyanti²

¹ Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km. 14,5 Sleman Yogyakarta 55584 Indonesia,

² Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km. 14,5 Sleman Yogyakarta 55584 Indonesia

Info Artikel	DOI : 10.20885/tullab.vol6.iss2.art9
Artike History	E-mail Address
Received: October 29, 2024 Accepted: October 29, 2024 Published: November 04,2024	18423127@students.uii.ac.id 184230101@uui.ac.id
ISSN: 2685-8924	e-ISSN: 2685-8681

Abstrak

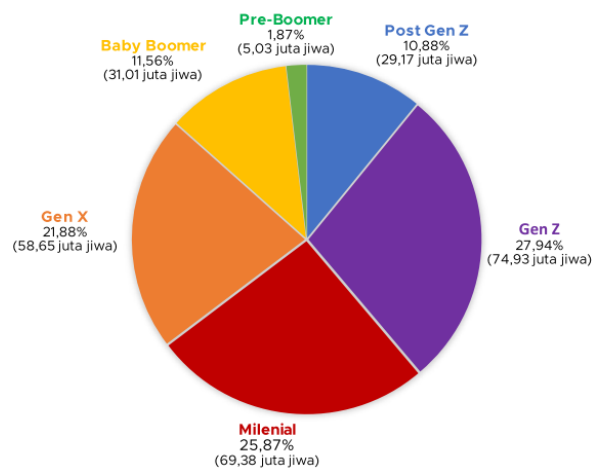
Seiring perkembangan teknologi yang semakin pesat, mendorong munculnya inovasi platform crowdfunding yang memungkinkan penggalangan dana dari banyak kalangan dalam jumlah kecil melalui platform berbasis web. Inovasi platform crowdfunding dapat memberikan kemudahan dalam berinfak dan sedekah. Salah satu platform crowdfunding yang telah berkembang adalah Kitabisa.com. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat Gen Z di Yogyakarta dalam berinfak dan sedekah menggunakan platform crowdfunding Kitabisa.com dengan menerapkan pendekatan model UTAUT2. Populasi dalam penelitian ini adalah Gen Z yang berdomisili di Yogyakarta. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dan metode purposive sampling. Adapun teknik pengumpulan data berupa survei menggunakan kuesioner online yang dibagikan kepada 150 responden. Serta teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), dan Habit (Hb) memiliki pengaruh yang positif terhadap Behavioral Intention (BI) penggunaan platform crowdfunding Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta. Dengan kata lain, faktor kemudahan penggunaan suatu teknologi, pengaruh sosial, serta kebiasaan sangat mempengaruhi keputusan crowdfunder dalam mengadopsi suatu teknologi. Sementara itu, keempat variabel lainnya yaitu variabel Performance Expectancy (PE), Facilitating Conditions (FC), Hedonic Motivation (HM), dan Price Value (PV) tidak memiliki pengaruh positif terhadap Behavioral Intention (BI) penggunaan platform crowdfunding Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta.

Kata kunci: *Infak, Sedekah, Platform Crowdfunding, Kitabisa.com, UTAUT2*

A. PENDAHULUAN

Infak dan sedekah merupakan instrumen dalam keuangan sosial Islam yang memungkinkan terjadinya distribusi kekayaan kepada mereka yang membutuhkan. Di samping memiliki dimensi ibadah, infak dan sedekah juga meliputi dimensi ekonomi (Mashur, 2020; Putri & Anwar, 2021). Dengan populasi Muslim yang terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi dana infak dan sedekah yang sangat besar. Selain itu, Indonesia menduduki peringkat pertama *World Giving Index* tahun 2022 menurut *Charities Aid Foundation* (CAF) dengan masyarakat yang paling banyak berdonasi atau sebagai negara paling dermawan di dunia (Charities Aid Foundation, 2023).

Saat ini, Indonesia tengah berada pada masa bonus demografi, yang mana populasi penduduk Indonesia didominasi oleh penduduk pada usia produktif. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) terhadap hasil Sensus Penduduk tahun 2020, sebanyak 70,72 persen dari total penduduk Indonesia saat ini berada pada usia produktif, yakni berusia 15-64 tahun. Menariknya, Generasi Z atau Gen Z menjadi generasi yang mendominasi komposisi penduduk Indonesia saat ini, yaitu mencapai angka 27,94 persen dari populasi Indonesia (BPS, 2020).



Sumber: BPS (2020)

Gambar 1 Komposisi Penduduk Indonesia Menurut Generasi

Gen Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997-2012, mempunyai ciri khas sangat lekat dengan teknologi, serta mampu untuk memanfaatkan setiap perkembangan teknologi dalam berbagai aspek kehidupannya dibandingkan dengan generasi sebelumnya (PSKP Kemdikbud, 2021).

Indonesia menjadi negara dengan perkembangan digitalisasi yang pesat dari waktu ke waktu dengan pemanfaatan teknologi seperti *smartphone* dan internet (Masrizal et al., 2023). Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2022, menunjukkan bahwa pengguna internet Indonesia sangatlah besar yakni mencapai angka 77 persen dari total jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 210 juta jiwa dan diprediksi akan terus meningkat tiap tahunnya (APJII, 2022). Dengan penggunaan internet yang terus meningkat tiap tahunnya, menjadikan peluang yang besar bagi pengembangan infak dan sedekah di Indonesia dalam hal penggalangan dana infak dan sedekah secara *online* dengan memanfaatkan teknologi.

Seiring perkembangan teknologi yang semakin pesat, mendorong munculnya inovasi platform *crowdfunding*. Hapsari et al. (2022) menyatakan bahwa model *crowdfunding* sendiri tidak hanya dapat berupa proyek bisnis, tetapi juga dapat berupa suatu proyek sosial. Sejalan dengan hal tersebut, Thaker et al. (2018) mendefinisikan *crowdfunding* sebagai penggalangan dana dari banyak orang dalam jumlah kecil melalui platform berbasis web untuk suatu proyek tertentu baik untuk tujuan bisnis maupun sosial. *Crowdfunding* dianggap menjadi platform yang menarik bagi banyak kalangan untuk dapat berkontribusi di dalamnya karena menawarkan kualitas dan juga efisiensi (Azganin et al., 2021). Sebagaimana yang dikemukakan oleh Shaikh (2021) bahwa suatu *financial technology* (fintech) yang mengintegrasikan teknologi di dalamnya dapat membantu memperluas jangkauan dan mencapai efisiensi biaya.

Terdapat beberapa layanan platform *crowdfunding* yang telah berkembang di Indonesia dan memberikan kemudahan dalam berinfak dan sedekah, salah satunya adalah platform Kitabisa.com. Kitabisa.com merupakan platform *crowdfunding* yang menawarkan kemudahan bagi masyarakat dengan memfasilitasi baik untuk kegiatan donasi maupun penggalangan dana. Penggalangan dana tersebut dapat berasal dari yayasan, lembaga pemerintah, swasta, maupun perseorangan (Amalia et al., 2020; Azhaar & Mas'ud, 2022; Kitabisa.com, 2023; Maharani & Widiastuti, 2023). Berdiri sejak tahun 2013, platform (situs dan aplikasi) Kitabisa.com telah memfasilitasi lebih dari 200.000 galang dana, 7 juta donatur yang melakukan transaksi donasi, 3000 yayasan/lembaga sosial/non *governmental organization* (NGO), dan 300 program *corporate social responsibility* (CSR)/brand/perusahaan.

Penelitian ini berfokus untuk menganalisis minat Gen Z di Yogyakarta dalam berinfak dan sedekah menggunakan platform *crowdfunding* Kitabisa.com dengan menerapkan pendekatan model UTAUT2. Kompleksitas variabel pada model UTAUT2 diharapkan dapat memberikan prediksi yang lebih akurat serta komprehensif dalam menganalisis minat Gen Z dalam penggunaan platform *crowdfunding*.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif untuk menganalisis tingkat penerimaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat Gen Z dalam berinfak dan sedekah melalui platform *crowdfunding* Kitabisa.com. Penelitian ini dilaksanakan di Daerah Istimewa Yogyakarta (D.I.Yogyakarta) pada bulan Maret hingga April 2024. Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari jawaban kuesioner *online* responden, sementara data sekunder diperoleh dari jurnal atau artikel ilmiah serta *website* atau internet.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Gen Z yang berdomisili di Yogyakarta. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dan metode *purposive sampling* yang dilakukan secara representatif terhadap populasi dengan kriteria pemilihan sampel berikut:

1. Berdomisili di Yogyakarta
2. Beragama Islam
3. Berusia 18-27 tahun
4. Mengetahui tentang infak, sedekah, dan platform Kitabisa.com
5. Berminat berinfak dan sedekah melalui platform Kitabisa.com

Teknik Pengumpulan Data

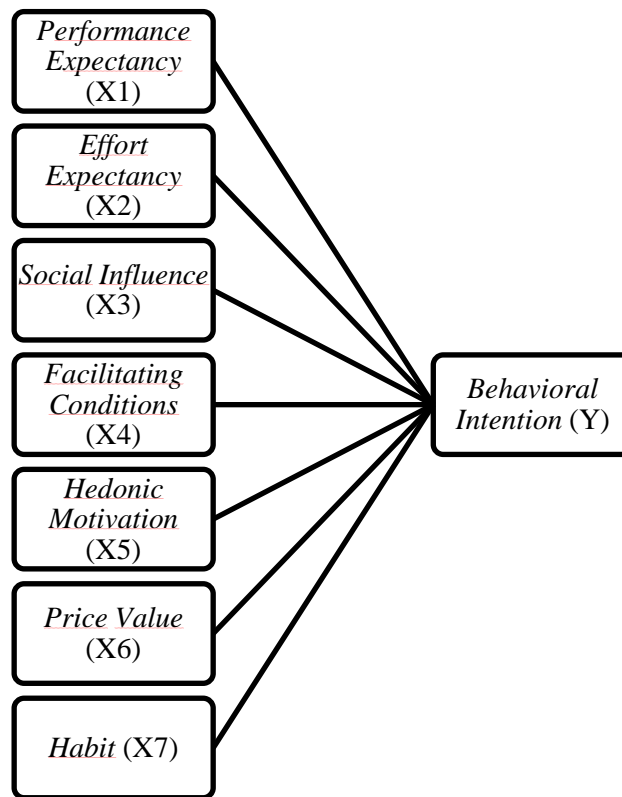
Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa survei menggunakan kuesioner *online* yang dibagikan kepada 150 responden yang merupakan Gen Z dengan kriteria tertentu di Yogyakarta.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model – Partial Least Square* (SEM-PLS). SEM merupakan teknik analisis multivariasi (*multivariate analysis*) yang memadukan analisis faktor dengan analisis regresi (korelasi) untuk menguji

hubungan antar variabel, baik hubungan antar konstruk maupun hubungan antar indikator terhadap konstruksya yang pada umumnya sulit diukur bersamaan (Hair et al., 2021).

Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian



Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : *Performance Expectancy* (PE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta.

H2 : *Effort Expectancy* (EE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta.

H3 : *Social Influence* (SI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta.

H4 : *Facilitating Conditions* (FC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta.

H5 : *Hedonic Motivation* (HM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta.

H6 : *Price Value* (PV) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta.

H7 : *Habit* (Hb) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Demografi responden pada penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, wilayah domisili, dan pendapatan per bulan responden.

Tabel 1 Demografi Responden

Deskripsi		Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	96	64
	Laki-laki	54	36
Usia	18-23	81	54
	24-28	69	46
Pendidikan	SMA/Sederajat	5	3.3
	Diploma	9	6
	Sarjana (S1)	132	88
	Magister (S2)	4	2.7
	Doktoral (S3)	0	0
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	95	63.3
	PNS	3	2
	Karyawan swasta	21	14
	Wirausaha	17	11.3
	Lainnya	14	9.3
Domisili	Kabupaten Sleman	123	82
	Kabupaten Bantul	2	1.3

	Kabupaten Kulon Progo	1	0.7
	Kabupaten Gunung Kidul	3	2
	Kota Yogyakarta	21	14
Pendapatan	< Rp 1.000.000	82	54.7
	Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000	31	20.7
	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000	23	15.3
	> Rp 5.000.000	14	9.3

Berdasarkan tabel demografi responden di atas menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan memiliki jumlah paling banyak yaitu sejumlah 96 orang atau sebanyak 64%. Sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 54 orang atau 36% dari total jumlah responden yang mengisi kuesioner. Adapun dari kelompok usia, responden dengan rentang usia 18-23 tahun memiliki jumlah sebanyak 81 orang atau 54%, lebih banyak dari jumlah responden dengan rentang usia 24-28 tahun yaitu 69 orang atau 46%.

Berdasarkan tingkat pendidikan, responden dengan pendidikan S1 mendominasi yakni berjumlah 132 orang atau 88%. Lalu, disusul responden dengan pendidikan diploma (9 orang atau 6%), SMA/ sederajat (5 orang atau 3.3%), dan S2 (4 orang 2.7%). Kemudian, berdasarkan pekerjaan atau profesi, responden dengan profesi sebagai pelajar/mahasiswa mendominasi yaitu sebanyak 95 orang atau 63.3%. Disusul responden yang berprofesi sebagai karyawan swasta sebanyak 21 orang atau 14%, wirausaha (17 orang 11.3%), lainnya (14 orang atau 9.3%), dan PNS (3 orang atau 2%).

Adapun berdasarkan domisili, mayoritas responden dalam penelitian ini berdomisili di Kabupaten Sleman dengan jumlah 123 orang atau 82%. Sementara itu, terdapat 21 orang atau 14% responden berdomisili di Kota Yogyakarta, 3 orang atau 2% di Kabupaten Gunung Kidul, 2 orang atau 1.3% di Kabupaten Bantul, serta 1 orang atau 0.7% responden berdomisili di Kabupaten Kulon Progo. Selanjutnya, berdasarkan pendapatan, mayoritas responden memiliki pendapatan < Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 82 orang atau 54.7%, kemudian disusul responden dengan pendapatan Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000 sebanyak 31 orang atau 20.7%, pendapatan Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 23 orang 15.3%, serta responden dengan pendapatan > Rp 5.000.000 sebanyak 14 orang atau 9.3%.

Hasil Uji Hipotesis

Berikut merupakan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini.

Tabel 2 Hasil Uji Hipotesis

	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>p-Values</i>
PE -> BI	0,114	0.107	0.099	1.065	0.274
EE -> BI	0.285	0.121	0.078	1.947	0.000
SI -> BI	0.199	0.093	0.077	4.109	0.000
FC -> BI	-0.067	-0.073	0.096	0.638	0.411
HM -> BI	0.123	0.139	0.77	1.445	0.225
PV -> BI	0.133	0.124	0.108	1.387	0.154
HB -> BI	0.425	0.551	0.070	6.339	0.000

Pembahasan

Pengaruh *Performance Expectancy* (PE) terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menghasilkan nilai *original sample* sebesar 0,114 sehingga mendekati +1, *t-statistic* sebesar 1.065, serta nilai *p-value* sebesar 0.274 sehingga > 0.05. Dengan demikian, variabel *Performance Expectancy* (PE) tidak memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta.

Pengaruh *Effort Expectancy* (EE) terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menghasilkan nilai *original sample* sebesar 0.285 sehingga mendekati +1, *t-statistic* sebesar 1.947, serta nilai *p-value* sebesar 0.000 sehingga <0.05. Dengan demikian, variabel *Effort Expectancy* (EE) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maharani & Widiastuti (2023), Diniyah (2021), Musahidah & Sobari (2021), Darmansyah et al. (2020), Sulaeman & Ninglasari (2020), dan Thaker et al. (2022) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor penting bagi seseorang dalam menggunakan suatu teknologi.

Pengaruh *Social Influence* (SI) terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menghasilkan nilai *original sample* sebesar 0.199 sehingga mendekati +1, *t-statistic* sebesar 4.109, serta nilai *p-value* sebesar 0.000 sehingga < 0.05 . Dengan demikian, variabel *Social Influence* (SI) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Darmansyah et al. (2020), Ramdhani et al. (2022), Sulaeman & Ninglasari (2020), dan Musahidah & Sobari (2021) yang menyatakan bahwa persepsi serta keyakinan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi dipengaruhi ketika melihat kerabat atau lingkungan terdekatnya dalam menggunakan suatu teknologi.

Pengaruh *Facilitating Conditions* (FC) terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menghasilkan nilai *original sample* sebesar -0.067 sehingga mendekati -1, *t-statistic* sebesar 0.638, serta nilai *p-value* sebesar 0.411 sehingga > 0.05 . Dengan demikian, variabel *Facilitating Conditions* (FC) tidak memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta.

Pengaruh *Hedonic Motivation* (HM) terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menghasilkan nilai *original sample* sebesar 0.123 sehingga mendekati +1, *t-statistic* sebesar 1.445, serta nilai *p-value* sebesar 0.225 sehingga > 0.05 . Dengan demikian, *Hedonic Motivation* (HM) tidak memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta.

Pengaruh *Price Value* (PV) terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menghasilkan nilai *original sample* sebesar 0.133 sehingga mendekati +1, *t-statistic* sebesar 1.387, serta nilai *p-value* sebesar 0.154 sehingga > 0.05 . Dengan demikian, *Price Value* (PV) tidak memiliki

pengaruh yang positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta.

Pengaruh *Habit* (Hb) terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menghasilkan nilai *original sample* sebesar 0.425 sehingga mendekati +1, *t-statistic* sebesar 6.339, serta nilai *p-value* sebesar 0.000 sehingga < 0.05 . Dengan demikian, variabel *Habit* (Hb) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maharani & Widiastuti (2023), Bawono et al. (2023), Ramdhani et al. (2022), Darmansyah et al. (2020), Thaker et al. (2022), dan Raza et al. (2019) yang menyatakan bahwa kebiasaan berperan penting dan berpengaruh positif terhadap intensi seseorang dalam menggunakan dan mengadopsi suatu teknologi.

D. KESIMPULAN

Seiring perkembangan teknologi yang semakin pesat, mendorong munculnya inovasi platform *crowdfunding* yang memungkinkan penggalangan dana dari banyak kalangan dalam jumlah kecil melalui platform berbasis web. Inovasi platform *crowdfunding* dapat memberikan kemudahan dalam berinfak dan sedekah. Salah satu platform *crowdfunding* yang telah berkembang adalah Kitabisa.com. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat Gen Z di Yogyakarta dalam berinfak dan sedekah menggunakan platform *crowdfunding* Kitabisa.com dengan menerapkan pendekatan model UTAUT2.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), dan *Habit* (Hb) memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta. Dengan kata lain, faktor kemudahan penggunaan suatu teknologi, pengaruh sosial, serta kebiasaan sangat mempengaruhi keputusan *crowdfunder* dalam mengadopsi suatu teknologi. Sementara itu, keempat variabel lainnya yaitu variabel *Performance Expectancy* (PE), *Facilitating Conditions* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), dan *Price Value* (PV) tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan platform *crowdfunding* Kitabisa.com pada Gen Z di Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2014). Some Simple Economics of Crowdfunding. *Innovation Policy and the Economy*, 14(1), 63–97. <https://doi.org/10.1086/674021>
- Amalia, N., Lubis, D., & Muthohharoh, M. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Milenial Berdonasi Online Melalui Crowdfunding Platform: Studi pada Kitabisa.com. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 08(02), 181–194.
- APJII. (2022). *Bulletin APJII Edisi Desember 2022*. 1–20.
- Azganin, H., Kassim, S., & Sa'ad, A. A. (2021). Proposed waqf crowdfunding models for small farmers and the required parameters for their application. *Islamic Economic Studies*, 29(1), 2–17.
- Azhaar, A., & Mas'ud, F. (2022). Determining Factors Cash Waqf Online on Kitabisa.com Crowdfunding Platform. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 19(1), 24–35.
- Bawono, A., Saputra, Y., & Indrawan, I. W. (2023). Intention to use Crowdfunding- Waqf Model (CWM) among Muslim Gen-Z in Indonesia: Role of Religious Orientation using Extended UTAUT2. *Journal of Economic Cooperation and Development*, 44(1), 1–19.
- BPS. (2020). *Potret Sensus Penduduk 2020 Menuju Satu Data Kependudukan Indonesia*.
- Charities Aid Foundation. (2023). *World Giving Index 2022*. https://www-cafonline-org.translate.goog/about-us/publications/2022-publications/caf-world-giving-index-2022?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Darmansyah, Fianto, B. A., Hendratmi, A., & Aziz, P. F. (2020). Factors determining behavioral intentions to use Islamic financial technology: Three competing models. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 794–812. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0252>
- Diniyah, F. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform Crowdfunding Waqf: Teori UTAUT Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 544–552. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.1841>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *An Introduction to Structural Equation Modeling. In: Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. Classroom Companion: Business*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_1
- Hapsari, M. I., Thaker, M. A. B. M. T., Mohammed, M. O., & Duasa, J. (2022). The likelihood of using crowdfunding-Waqf model in Malaysia. *International Journal of Ethics and Systems*, 38(4), 682–701. <https://doi.org/10.1108/IJOES-07-2021-0150>
- Kitabisa.com. (2023, November 23). *Tentang Kitabisa*. <https://kitabisa.com/about-us>
- Maharani, A. A., & Widiastuti, T. (2023). Determinants of Crowdfunder Intention on Using The Crowdfunding-Waqf Model: A Case Study of Kitabisa.Com Applications. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(3), 290–304.

<https://doi.org/10.20473/vol10iss20233pp290-304>

- Mashur, M. (2020). Implementasi Zakat, Infak, dan Sedekah pada Lembaga Amil Zakat. *Jurnal Al Syirkah (Jurnal Ekonomi Islam)*, 1(1), 37–43.
- Masrizal, Sukmana, R., Trianto, B., & Zaimsyah, A. M. (2023). Determinant factor of crowdfunders' behavior in using crowdfunding waqf model in Indonesia: two competing models. *Journal of Islamic Marketing*, 14(7), 1793–1816. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2021-0246>
- Musahidah, U., & Sobari, N. (2021). Determinants of the Intentions of Indonesian Muslim Millennials in Cash Waqf Using E-Payment. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 65–91. <https://doi.org/10.46899/jeps.v9i2.284>
- PSKP Kemdikbud. (2021). *Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita?* <https://pskp.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>
- Putri, P. A., & Anwar, A. Z. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Menyalurkan Zakat, Infak, Sedekah melalui Platform Crowdfunding. *Journal of Management & Business*, 4(2), 182–201.
- Ramdhani, A. F., Mulyana, R., & Afendi, F. M. (2022). Analysis of Factors Influencing The Cash Waqf Receiving through Fintech Waqf (Crowdfunding Waqf Model). *Journal of Islamic Economics, Finance and Accounting Studies*, 1(1), 1–17. <https://pjiefas.tazkia.ac.id/index.php/home/article/view/3%0Ahttps://pjiefas.tazkia.ac.id/index.php/home/article/download/3/1>
- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2019). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 357–376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>
- Shaikh, S. A. (2021). Using Fintech in scaling up Islamic microfinance. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(2), 186–203.
- Sulaeman, S., & Ninglasari, S. Y. (2020). An Empirical Examination of Factors Influencing the Behavioral Intention to Use Zakat-Based Crowdfunding Platform Model for Countering the Adverse Impact of COVID-19 on MSMEs in Indonesia. *International Conference of Zakat (ICONZ)*, 203–218. <https://doi.org/10.37706/iconz.2020.218>
- Thaker, H. M. T., Thaker, M. A. M. T., Khaliq, A., Pitchay, A. A., & Hussain, H. I. (2022). Behavioural intention and adoption of internet banking among clients' of Islamic banks in Malaysia: an analysis using UTAUT2. *Journal of Islamic Marketing*, 13(5), 1171–1197. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0228>
- Thaker, M. A. M. T., Thaker, H. M. T., & Pitchay, A. A. (2018). Modeling crowdfunders' behavioral intention to adopt the crowdfunding-waqf model (CWM) in Malaysia: The theory of the technology acceptance model. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 11(2), 231–249. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-06-2017-0157>