



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

MODERASI ALTRUISME PADA PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI FOLLOWERS INSTAGRAM RUMAH ZAKAT UNTUK BENCANA BANJIR SUMATRA 2025



Disusun Oleh:
Auliya Syahada Pramono/2204411014

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN**

**JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

MODERASI ALTRUISME PADA PENGARUH *SOCIAL MEDIA* *MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI *FOLLOWERS* INSTAGRAM RUMAH ZAKAT UNTUK BENCANA BANJIR SUMATRA 2025

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan dari
Politeknik Negeri Jakarta

Disusun Oleh:
Auliya Syahada Pramono/2204411014

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2026



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Auliya Syahada Pramono
NIM : 2204411014
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa yang dituliskan di dalam skripsi ini adalah hasil karya sendiri bukan jiplakan (plagiasi) karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Skripsi telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Depok, 25 Juni 2026



Auliya Syahada Pramono

NIM. 220441014



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Auliya Syahada Pramono
NIM : 2204411014
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul skripsi : Moderasi *Altruisme* pada Pengaruh *Social Media Marketing* dan Brand Image Terhadap Keputusan Berdonasi Followers Instagram Rumah Zakat untuk Bencana Banjir Sumatra 2025

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Dr. Dede Abdul Fatah, S.HI., M.Si. ()

Anggota Penguji : Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 25 Juni 2026



Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., SAS., M.Si.
NIP. 197009131999031002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Auliya Syahada Pramono
NIM : 2204411014
Jurusan/ Program : Akuntansi / Keuangan dan Perbankan Syariah
Studi :
Judul skripsi : Moderasi Altruisme pada Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Berdonasi Followers Instagram Rumah Zakat untuk Bencana Banjir Sumatra 2025

Disetujui oleh Pembimbing

Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M.
NIP. 196404151990032002

Diketahui oleh
Kepala Program studi

Ach. Bakhrul Muchtasib, S.E.I., M.Si.
NIP. 197902232014041001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Moderasi *Altruisme* pada Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Berdonasi *Followers* Instagram Rumah Zakat untuk Bencana Banjir Sumatra 2025” ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. Selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., SAS., M.Si. Selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
3. Bapak Ach. Bakhrul Muchtasib, S.E.I., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah.
4. Ibu Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan dalam setiap tahap penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Jurusan Akuntansi, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sudarmono dan Ibu Yuliana. Skripsi ini saya persembahkan sebagai bentuk rasa hormat, terima kasih, dan penghargaan atas segala doa, kasih sayang, pengorbanan, serta dukungan yang telah diberikan selama ini.
7. Kepada kakak tercinta, Harry dan Huda, yang selalu hadir memberikan dukungan, semangat, dan doa dalam setiap langkah perjuangan penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Laznas Rumah Zakat, yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di lembaga tersebut.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9. Kepada teman dekat penulis, Devi, Malikha dan Sarah serta teman teman BS Angkatan 2022 yang selalu memberikan dukungan, semangat, doa, serta menjadi tempat berbagi cerita dan pengalaman selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan, perhatian, dan motivasi yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Kepada Atif Ferdian, terima kasih telah menjadi Support System yang selalu hadir memberikan semangat, dukungan, dan motivasi kepada penulis. Terima kasih atas waktu, perhatian, serta dorongan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
11. Serta pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif dari berbagai pihak guna perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta pihak-pihak yang berkepentingan.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 25 Juni 2026

Auliya Syahada Pramono

NIM. 2204411014



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Auliya Syahada Pramono
NIM : 2204411014
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non- exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Moderasi Altruisme pada Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Berdonasi Followers Instagram Rumah Zakat untuk Bencana Banjir Sumatra 2025”

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Depok

Pada Tanggal : 25 Juni 2026

Yang menyatakan

(Auliya Syahada Pramono)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Auliya Syahada Pramono

Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah

Moderasi Altruisme pada Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Berdonasi *Followers* Instagram Rumah Zakat untuk Bencana Banjir Sumatra 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* terhadap keputusan berdonasi serta menguji peran moderasi *altruisme* pada pengaruh variable tersebut dari followers Instagram Rumah Zakat. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 150 followers Instagram Rumah Zakat yang pernah atau sedang melakukan donasi dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 4.1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* dan *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi. Selain itu, *Altruisme* secara parsial memoderasi pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* terhadap keputusan berdonasi secara positif dan signifikan. Namun, secara simultan *altruisme* tidak mampu memoderasi pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* terhadap keputusan berdonasi, sehingga hipotesis yang diajukan dinyatakan ditolak. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi lembaga filantropi, khususnya Rumah Zakat, untuk terus mengoptimalkan strategi pemasaran digital dan membangun citra lembaga yang positif guna meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan donasi. Selain itu, pemahaman mengenai karakteristik *altruisme* donor dapat menjadi pertimbangan dalam penyusunan strategi komunikasi dan kampanye sosial yang lebih efektif.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, *Brand Image*, *Altruisme*, Keputusan Berdonasi, Rumah Zakat



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Auliya Syahada Pramono

Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah

The Role of Altruism in Moderating the Influence of Social Media Marketing and Brand Image on Donation Decisions for the 2025 Sumatra Flood Disaster

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of social media marketing and brand image and moderating role of altruism on donation decisions of Rumah Zakat Instagram followers. Primary data was obtained by distributing questionnaires to 150 Rumah Zakat Instagram followers who had or were currently donating with purposive sampling technique. Partial Least Squares (PLS)-based Structural Equation Modeling (SEM) with the assistance of the SmartPLS version 4.1 application was employed in data analysis. The results show that social media marketing and brand image have a positive and significant influence on donation decisions. Furthermore, altruism partially moderates the influence of social media marketing and brand image on donation decisions in a positive and significant manner. However, altruism does not simultaneously moderate the influence of social media marketing and brand image on donation decisions. This research provides practical implications for philanthropic institutions, particularly Rumah Zakat, to continue optimizing their digital marketing strategies and building a positive institutional image to increase public participation in donation activities. Furthermore, understanding the characteristics of donor altruism can be used as a consideration in developing more effective communication strategies and social campaigns.

Keywords: Social Media Marketing, Brand Image, Altruism, Donation Decisions, Rumah Zakat



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. <i>Altruisme</i>	10
2.1.2. <i>Social Media Marketing</i>	12
2.1.3. <i>Brand Image</i>	14
2.1.4. Keputusan Berdonasi	16
2.1.5. Bencana Banjir Sumatra	17
2.1.6. <i>Followers</i>	19
2.1.7. Instagram	20
2.1.8. Rumah Zakat	21
2.2. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Kerangka Pemikiran	25
2.4. Hipotesis	25
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
3.1. Jenis Penelitian	29
3.2. Objek Penelitian	29
3.3. Populasi dan Pengambilan Sampel	30
3.3.1. Populasi	30
3.3.2. Pengambilan Sampel	30
3.4. Jenis dan Sumber Data	31
3.5. Metode Pengumpulan Data	32
3.6. Definisi Operasional Variabel	33
3.7. Operasionalisasi Variabel	35

3.8.1. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	37
3.8.2. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	39
3.8.3. Pengujian Hipotesis	41
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Hasil Penelitian	42
4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas (<i>Pre-Test</i>)	42
4.1.2. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	44
4.1.3. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	48
4.1.4. Uji Hipotesis.....	51
4.2 Pembahasan.....	53
4.2.1. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Berdonasi	54
4.2.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan berdonasi.....	55
4.2.3. Moderasi <i>Altruisme</i> pada pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Berdonasi	56
4.2.4. Moderasi <i>Altruisme</i> pada pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Berdonasi.....	57
4.2.5. Moderasi <i>Altruisme</i> secara simultan pada pengaruh <i>Social Media Marketing</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Berdonasi.....	58
BAB V.....	60
PENUTUP	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	69



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	33
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel.....	35
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Pre Test.....	42
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reabilitas Pre test	43
Tabel 4. 3 Nilai Outer Loading	45
Tabel 4. 4 Hasil Uji AVE	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Diskrimin.....	47
Tabel 4. 6 Hasil Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	47
Tabel 4. 7 Hasil Uji R-Square.....	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji F-Square	48
Tabel 4. 9 Hasil Uji Q-Square melalui PLSpredict.....	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas (VIF).....	50
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis Penelitian Melalui Bootstrapping.....	52
Tabel 4. 12 Pembahasan Uji Hipotesis.....	54



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Bencana Alam di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Rumah Zakat Mendapat 5 Apresiasi Zakat - Wakaf Award	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4. 2 Bootstrapping	52





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden
Lampiran 3 Hasil Uji Outer Model
Lampiran 4 Inner Model dan Hipotesis





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

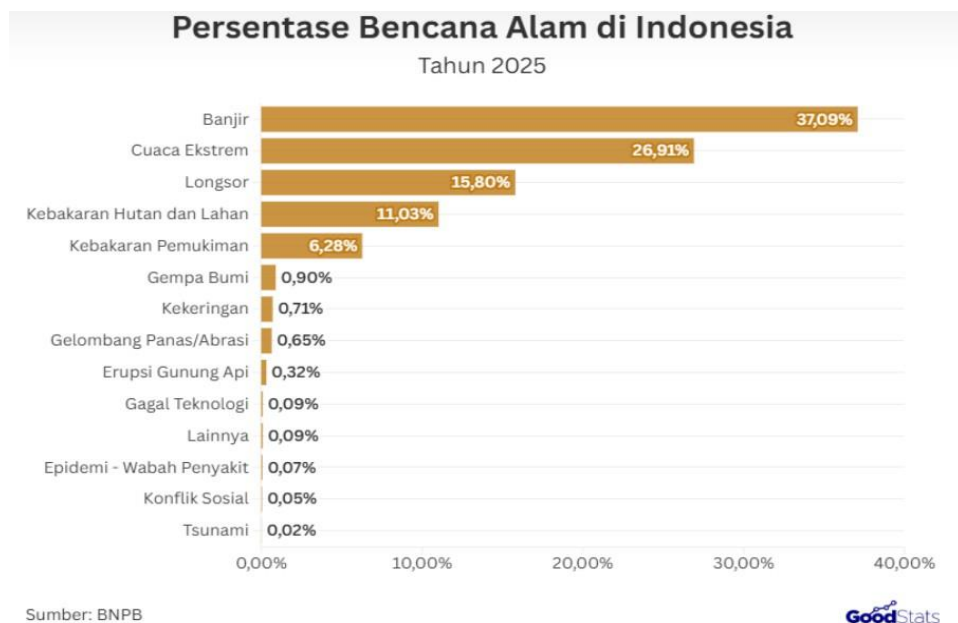
1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dan berdonasi, terutama melalui platform digital yang memungkinkan penggalangan dana lebih efisien dan jangkauan yang lebih luas. Perkembangan ini semakin mempermudah lembaga filantropi dalam mengumpulkan dana dan memungkinkan lebih banyak orang berkontribusi dalam kegiatan sosial beberapa tahun terakhir (Saumi & Makhrus, 2025). Semakin banyak donasi yang dilakukan secara langsung, sekarang beralih ke platform digital. Fenomena transformasi praktik filantropi ke ranah digital ini disebut sebagai *e-philanthropy* (Altarteer & Bamoallem, 2025). Selain itu, *crowdfunding* digital semakin berkembang pesat dan saat ini menjadi salah satu metode utama untuk mengumpulkan dana sosial (Zaborek et al., 2025). Kondisi ini memberi lembaga filantropi kesempatan untuk menjangkau masyarakat dalam jumlah yang lebih besar dan dalam waktu yang lebih singkat.

Menurut Harahap, (2024), perkembangan teknologi ini juga memengaruhi cara masyarakat merespon kejadian bencana alam yang dilaporkan melalui media sosial, karena platform digital menjadi kanal utama dalam penyebaran informasi dan peningkatan kesiapsiagaan publik. Platform digital kini menjadi saluran utama bagi lembaga filantropi untuk mengajak masyarakat berdonasi, memungkinkan mereka menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih cepat. Namun, meskipun akses yang lebih luas tersedia, tidak semua orang yang melihat berita bencana di media sosial langsung memilih untuk berdonasi. Keputusan untuk berdonasi sering dipengaruhi oleh faktor seperti kepercayaan terhadap lembaga dan tingkat empati yang dirasakan (Shi & Wu, 2023). Berikut ini disajikan data bencana di Indonesia sepanjang tahun 2025 yang membutuhkan donasi pada Gambar 1 di bawah ini.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Banjir Menjadi Bencana Alam Terbesar Sepanjang 2025 di Indonesia | GoodStats

Gambar 1. 1. Persentase Bencana Alam di Indonesia

Sumber: data diolah penulis, laporan *GoodStats*, 2026

Kebutuhan dana kemanusiaan di Indonesia terus meningkat. Peningkatan ini terkait dengan banyaknya bencana alam yang terjadi setiap tahun. Berdasarkan data BNPB (Badan Nasional Penanggulangan Bencana) yang tercatat pada DIBI (Data Informasi Bencana Indonesia) dan dirangkum oleh Yonatan, (2026), Banjir merupakan bencana yang paling sering terjadi dengan proporsi 37,09%, diikuti cuaca ekstrem 26,91%, longsor 15,80%, kebakaran hutan dan lahan 11,03%, serta kebakaran permukiman 6,28%. Sejalan dengan rekap BNPB, sepanjang 2025 tercatat 3.233 kejadian bencana, dan banjir menjadi yang paling dominan dengan 1.652 kejadian. Peristiwa banjir memiliki banyak konsekuensi negatif, mulai dari kerusakan pada fasilitas umum hingga penghentian operasi ekonomi masyarakat. Dalam situasi seperti ini, memberikan bantuan kepada masyarakat melalui donasi menjadi sangat penting untuk membantu proses penanganan dan pemulihan setelah bencana (GoodStats, 2026).

Studi menunjukkan bahwa media sosial dapat menimbulkan reaksi emosional terhadap masalah sosial. Fazio et al., (2023) menemukan bahwa kampanye digital dapat mendorong perilaku prososial, meskipun efeknya tidak selalu bertahan lama. Sementara itu, Menurut Asante et al., (2021) konten media sosial dapat memengaruhi kondisi psikologis pengguna dan meningkatkan niat untuk berdonasi

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dengan menggunakan model *Stimulus-Organism-Response*. Namun, sebagian besar penelitian masih berkonsentrasi pada tahap niat berdonasi daripada keputusan berdonasi sebagai tindakan nyata.

Rumah Zakat sebagai lembaga amil zakat memanfaatkan berbagai media sosial, seperti Instagram, Facebook, X, dan YouTube, Digunakan sebagai media komunikasi digital untuk menyampaikan informasi terkait program publikasi kegiatan, serta edukasi kepada masyarakat. Dalam penelitian ini, Instagram dipilih sebagai fokus kajian karena memiliki karakteristik visual dan interaktif yang lebih kuat dibandingkan platform lainnya, sehingga dinilai efektif dalam membangun citra lembaga dan menjalin kedekatan dengan audiens (Rumah Zakat, 2022). Melalui konten yang terus diperbarui, Instagram Rumah Zakat mampu menjangkau khalayak yang luas serta menarik perhatian masyarakat terhadap berbagai program sosial yang dijalankan (Muhammad & Najib, 2016). Media sosial menjadi saluran yang efektif untuk mempererat hubungan baik dengan publik, Meningkatkan kepercayaan serta memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai dampak dari setiap donasi yang diberikan (Di Lauro et al., 2019).

Pengakuan atas keberhasilan Rumah Zakat semakin terlihat dengan diterimanya penghargaan *Lima Apresiasi Zakat-Wakaf Award 2025* dari Kementerian Agama Republik Indonesia. Penghargaan ini menunjukkan bahwa Rumah Zakat tidak hanya dikenal karena keaktifannya di media sosial, tetapi juga karena dedikasinya dalam mengelola dana zakat dan wakaf yang bermanfaat. Keberhasilan ini Berkontribusi dalam memperkuat citra Rumah Zakat sebagai lembaga yang tidak hanya profesional tetapi juga transparan dan peduli pada sesama (Difa Lavianka, 2026). Penghargaan yang diperoleh Rumah Zakat dapat ditampilkan pada Gambar 2.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 2. Rumah Zakat Mendapat 5 Apresiasi Zakat - Wakaf Award

Sumber: data diolah penulis, laporan <https://www.rumahzakat.org/>

Potensi untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital Rumah Zakat, khususnya dalam mengubah *followers* menjadi donatur aktif, masih sangat besar. Hasil *pra-research* yang dilakukan terhadap 15 pengikut akun Instagram Rumah Zakat menunjukkan bahwa seluruh responden merasakan empati dan keprihatinan saat melihat informasi mengenai banjir di Sumatra. Mayoritas responden menyatakan bahwa rasa kemanusiaan menjadi alasan utama yang mendorong mereka untuk berdonasi. Temuan ini mendukung hasil penelitian Jiao et al., (2021) yang menyatakan bahwa *Altruisme* memiliki peran penting dalam mendorong perilaku donasi digital. Selain itu, Pastor et al., (2024) menekankan bahwa *altruisme* juga merupakan faktor utama dalam perilaku prososial di platform online. Menariknya, hampir seluruh responden mengakui bahwa ajakan donasi melalui media sosial memengaruhi keinginan mereka untuk berdonasi. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran melalui media sosial berpotensi menjadi stimulus awal dalam proses pengambilan keputusan. Di samping itu, responden juga menyatakan bahwa sebelum benar-benar berdonasi, mereka

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mempertimbangkan aspek legalitas, reputasi, kredibilitas, serta transparansi lembaga. Temuan ini sejalan dengan penelitian Huang et al., (2021) yang menekankan pentingnya kepercayaan dalam donasi online.

Pra Research juga memperlihatkan bahwa transparansi dalam proses menyalurkan dana menjadi faktor yang sangat menentukan keyakinan responden dalam berdonasi secara digital. Hal ini menunjukkan bahwa citra lembaga berperan lebih dari sekadar identitas semata, tetapi juga sebagai bentuk jaminan psikologis bagi calon donatur (Hamidah et al., 2024). Dengan kata lain, efektivitas kampanye di media sosial tidak hanya bergantung pada konten menarik, tetapi juga memerlukan citra organisasi yang kuat dan dapat dipercaya.

Meskipun responden menunjukkan empati dan mengakui pengaruh media sosial, hal ini belum tentu secara otomatis menghasilkan keputusan yang konsisten untuk berdonasi. Di sini terjadi perbedaan antara tindakan nyata, dorongan emosi, dan paparan informasi. Studi sebelumnya biasanya memeriksa variabel secara terpisah atau hanya berfokus pada tingkat niat donasi (Gugenishvili, 2023).

Melihat pemaparan tersebut, timbul ketertarikan untuk melaksanakan studi dengan judul: **“Moderasi Altruisme pada Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Berdonasi Followers Instagram Rumah Zakat untuk Bencana Banjir Sumatra 2025”**. Studi ini secara khusus akan menyelidiki pengikut akun Instagram Rumah Zakat yang secara langsung terpapar kampanye sosial yang mereka jalankan, dengan fokus pada bagaimana *altruisme* memoderasi keputusan mereka untuk berdonasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian mengenai perilaku donasi digital melalui integrasi perspektif psikologi sosial, pemasaran, dan perilaku prososial. Dengan demikian, penelitian ini dapat membantu memahami bagaimana orang berperilaku saat melakukan donasi digital.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan membantu Rumah Zakat dalam merancang strategi komunikasi Instagram yang lebih menarik dan efektif. Rumah Zakat dapat menggunakan strategi ini untuk mendorong *followers* agar lebih berkontribusi dan berdonasi. Dengan begitu diharapkan *followers* dapat lebih tergerak untuk berkontribusi dan berdonasi.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, terdapat permasalahan utama yang dihadapi oleh Rumah Zakat, yaitu rendahnya tingkat keputusan untuk berdonasi dari pengikut akun Instagram-nya meskipun lembaga ini telah aktif melakukan strategi pemasaran digital. Rumah Zakat telah membagikan berbagai konten yang mengedukasi dan menginformasikan kegiatan sosial serta pencapaian lembaga, hasil pengumpulan dana yang tercatat masih belum mencerminkan potensi yang dimiliki. Faktor *altruisme* atau rasa kemanusiaan yang ditunjukkan oleh *Followers* juga berperan dalam keputusan berdonasi, namun belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk mendorong tindakan nyata dari pengikut.

Meskipun Rumah Zakat memiliki citra positif dan kepercayaan yang terbangun melalui transparansi di media sosial, hal ini belum cukup untuk mendorong donasi yang konsisten dari pengikutnya. Persaingan yang ketat dengan lembaga lain yang lebih unggul dalam persepsi publik membuat evaluasi strategi pemasaran menjadi sangat penting. Seiring meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya di kalangan generasi produktif, perlu ditelaah lebih lanjut peran *Social Media Marketing*, *Brand Image*, dan *Altruisme* dalam memengaruhi keputusan berdonasi secara digital.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Melihat pemaparannya studi tersebut, maka terdapat pertanyaan dalam studi yang dilaksanakan yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *Social Media Marketing* yang dilakukan oleh Rumah Zakat melalui platform Instagram terhadap keputusan berdonasi *followers*-nya, dengan moderasi variabel *altruisme*?
2. Bagaimana pengaruh *Brand Image* (citra merek) Rumah Zakat terhadap keputusan *followers* Instagram dalam melakukan donasi, dengan moderasi variabel *Altruisme*?
3. Bagaimana pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* secara bersamaan terhadap keputusan berdonasi *followers* Instagram Rumah Zakat, dengan moderasi variabel *Altruisme*?

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari studi ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis pengaruh *Social Media Marketing* yang dilakukan oleh Rumah Zakat melalui platform Instagram terhadap keputusan berdonasi *followers*-nya, dengan moderasi variable *Altruisme*.
2. Menganalisis pengaruh *Brand Image* (citra merek) Rumah Zakat terhadap keputusan berdonasi *followers* Instagramnya, dengan moderasi variable *Altruisme*.
3. Menganalisis pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* secara bersamaan terhadap keputusan berdonasi *followers* Instagram Rumah Zakat, dengan moderasi variable *Altruisme*.

1.5. Manfaat Penelitian

Studi dilaksanakan dengan dengan tujuan memberikan manfaat, yaitu:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang pemasaran digital, manajemen pemasaran, serta perilaku konsumen. Temuan yang dihasilkan diharapkan dapat memperkaya literatur terkait penerapan strategi social media marketing oleh lembaga amal zakat (LAZ) dalam membangun citra merek dan memahami dampaknya terhadap keputusan untuk berdonasi, dengan fokus utama pada konteks Rumah Zakat. Selain itu, penelitian ini akan mengkaji lebih mendalam peran *altruisme* sebagai faktor moderasi dalam hubungan antara *social media marketing* dan *brand image* pada keputusan donasi, sehingga memperluas pemahaman kita mengenai motivasi individu dalam berdonasi. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan yang relevan bagi penelitian-penelitian selanjutnya, terutama terkait pemasaran digital di sektor filantropi atau organisasi sosial.

2. Secara praktis

Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis berupa saran dan pertimbangan bagi Rumah Zakat serta lembaga pengelola zakat lainnya dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran melalui media sosial, khususnya

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Instagram. Tujuan studi ini adalah untuk mendukung Rumah Zakat dalam memperkuat *Brand Image* sekaligus memasukkan aspek altruistik ke dalam pendekatan pemasarannya, sehingga dapat mendorong kesediaan para pengikut atau calon donatur untuk berdonasi. Selain itu, hasil studi ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pengelola media sosial di organisasi nirlaba untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, edukasi, dan transparansi. Dengan cara ini, kepercayaan masyarakat terhadap organisasi zakat dapat diperkuat sekaligus meningkatkan kesadaran sosial di masyarakat.

1.6. Sistematika Penulisan

Penulisan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang jelas kepada pembaca mengenai jalannya penelitian yang telah dilakukan. Skripsi ini terdiri dari lima bab, di mana setiap bab terdiri dari beberapa subbab yang membahas berbagai topik yang saling terkait. Berikut ini dijelaskan secara rinci struktur tesis yang digunakan dalam penelitian ini:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisi pengantar yang mencakup latar belakang topik, permasalahan, pertanyaan penelitian, tujuan, dan manfaat penelitian, serta struktur karya tulis ini. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran umum mengenai kerangka pembahasan yang diuraikan dalam skripsi ini sekaligus menjelaskan hubungan antar bab yang membentuk suatu kesatuan yang utuh.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas berbagai teori yang relevan dengan topik penelitian, serta memberikan gambaran umum mengenai penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan atau serupa dengan topik yang dibahas. Selain itu, bab ini juga menjelaskan kerangka teoretis dan hipotesis yang menjadi landasan penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan, termasuk objek penelitian, prosedur pengambilan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data. Selain itu, bagian ini juga menjelaskan proses analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bab ini memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan beserta analisisnya. Pembahasan dimulai dengan deskripsi profil responden, dilanjutkan dengan pelaksanaan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian yang digunakan. Selanjutnya, hasil penelitian diuraikan berdasarkan data empiris yang terkumpul, disertai dengan interpretasi atas hasil-hasil tersebut.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi ringkasan dari seluruh isi skripsi dan sekaligus memberikan rekomendasi yang sesuai berdasarkan hasil penelitian ini.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Berdonasi dengan *Altruisme* sebagai variabel moderasi pada followers Instagram Rumah Zakat menyimpulkan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh positif terhadap Keputusan Berdonasi. Hasil ini menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran melalui Instagram mampu meningkatkan keputusan *followers* untuk berdonasi. Konten yang informatif, menarik, dan interaktif membantu lembaga menyampaikan pesan sosial secara efektif sehingga mendorong followers untuk berpartisipasi dalam kegiatan donasi.

Selain itu, *Brand Image* juga terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi. Temuan ini menunjukkan bahwa citra positif Rumah Zakat sebagai lembaga filantropi yang profesional, amanah, dan terpercaya meningkatkan keyakinan masyarakat untuk menyalurkan donasinya melalui lembaga tersebut. Dibandingkan variabel lainnya, *Brand Image* merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan donasi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa persepsi positif terhadap lembaga masyarakat merupakan faktor penting yang mendorong keputusan untuk berdonasi.

Hasil pengujian moderasi menunjukkan bahwa *altruisme* mampu memoderasi pengaruh *social media marketing* dan *brand image* secara parsial terhadap keputusan berdonasi. Artinya, pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Berdonasi semakin kuat pada *followers* yang memiliki tingkat *altruisme* tinggi. Moderasi *altruisme* lebih kuat terhadap pengaruh *brand image*. Semakin tinggi tingkat kepedulian sosial, empati, dan keinginan untuk membantu sesama, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk melakukan donasi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor psikologis individu memiliki peran penting dalam membentuk perilaku prososial dalam pengambilan keputusan berdonasi.

Sebaliknya, *Altruisme* tidak mampu memoderasi pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* secara simultan terhadap Keputusan Berdonasi. Temuan ini menunjukkan, Moderasi *Altruisme* ini tidak memperkuat followers untuk berdonasi.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan berdonasi lebih banyak dipengaruhi oleh kepercayaan, reputasi, dan kredibilitas lembaga yang tercermin dalam *Brand Image*, dibandingkan oleh tingkat altruisme followers. Sejalan dengan hasil penelitian ini, *Brand Image* menjadi faktor yang lebih dominan dalam mendorong keputusan berdonasi dibandingkan *Social Media Marketing*. Oleh karena itu, ketika lembaga telah memiliki citra yang baik dan dipercaya oleh masyarakat, tingkat *altruisme* followers tidak lagi memberikan pengaruh tambahan yang signifikan dalam meningkatkan keputusan berdonasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa *Social Media Marketing*, *Brand Image*, dan *Altruisme* memiliki peran penting dalam meningkatkan Keputusan Berdonasi *followers* Instagram Rumah Zakat. Namun, *Brand Image* menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan berdonasi, sedangkan *Altruisme* berperan dalam memperkuat pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Berdonasi. Dengan demikian, upaya membangun citra lembaga yang positif serta menumbuhkan kepedulian sosial masyarakat menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan partisipasi donasi melalui media digital.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah selesai, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan kepada Rumah Zakat atau peneliti di masa mendatang. Rumah Zakat didorong untuk terus meningkatkan efektivitas pemasaran media sosial melalui pembuatan konten yang lebih kreatif, informatif, dan interaktif. Selain itu, interaksi dengan pengikut perlu ditingkatkan, seperti menanggapi komentar, pertanyaan, atau bahkan aktivitas yang lebih aktif, untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat. Aktivitas komunikasi yang baik melalui media sosial diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan followers dan mendorong mereka untuk berdonasi.

Rumah Zakat juga perlu mempertahankan serta memperkuat *Brand Image* sebagai lembaga filantropi yang profesional, amanah, dan terpercaya. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan transparansi dalam penyampaian laporan penyaluran dana, memperlihatkan dampak nyata dari program-program yang

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dijalankan, serta memperkuat publikasi mengenai keberhasilan program pemberdayaan masyarakat. Mengingat *Brand Image* merupakan faktor terpenting dalam mempengaruhi keputusan berdonasi. Penguatan lembaga citra positif harus menjadi prioritas utama.

Selain itu, karena *Altruisme* terbukti berpengaruh terhadap Keputusan Berdonasi dan mampu memperkuat pengaruh *Brand Image*, Rumah Zakat disarankan untuk lebih banyak menghadirkan konten yang mampu membangkitkan empati dan kepedulian sosial masyarakat. Konten berupa kisah penerima manfaat, dokumentasi kegiatan kemanusiaan, serta cerita mengenai dampak bantuan yang diberikan dapat menjadi sarana untuk menumbuhkan nilai-nilai *altruistik* pada followers. Nilai *altruistic* yang meningkat akan mendorong mereka untuk berdonasi.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar studi ini diperluas untuk mencakup variabel tambahan yang berpotensi memengaruhi keputusan donasi, seperti religiusitas, kepercayaan, (*e-WOM*), transparansi institusional, dan pengaruh lingkungan sosial. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan investigasi ke organisasi filantropi lain atau menggabungkan berbagai platform media sosial seperti TikTok, X, Facebook, atau YouTube. Hal ini akan memungkinkan temuan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan donasi di era digital.

Selain itu, studi selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian yang lebih beragam, seperti pendekatan metode campuran yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan ini kemungkinan akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang alasan, motivasi, dan pertimbangan yang diperhitungkan individu ketika membuat keputusan donasi kepada organisasi filantropi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. R. R., & Arihta, J. (2024). Factors Influencing the Intention To Donate on the Crowdfunding Platform: a Case Study of Kitabisa.Com. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 6(2), 45–63. <https://doi.org/10.54783/jin.v6i2.961>
- Adil Liaqat, & I Made Sukresna. (2024). Investigating the moderating role of altruistic beliefs on negative emotional appeals in digital charity advertising: A study on guilt, shame, and donation intention among Indonesian donors. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 23(1), 159–168. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.23.1.1989>
- Adyani, R. N., Jasin, M., & E, R. T. S. (2025). *Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image terhadap Brand Trust serta dampaknya pada Donation Decision pada Crowdfunding Kitabisa . com di tengah pandemi COVID-19 Fakultas Ekonomi , UIN Syarif Hidayatullah Jakarta revolusi industri 4 . 0 , keadaan in.* (7).
- Ajayi, V. O. (2025a). A Review on Primary Sources of Data and Secondary Sources of Data. *SSRN Electronic Journal*, 2(3), 3–5. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5378785>
- Altarteer, S., & Bamoallem, B. (2025). Investigating donor attitudes toward e-philanthropy crowdfunding platforms: a preliminary study in Saudi Arabia. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 22(1), 53–75. <https://doi.org/10.1007/s12208-024-00418-5>
- Anggara, M. R., Jono Mintarto Munandar, & Irfan Syauqi Beik. (2025). The role of social media eWOM and motivation typology in urban Islamic digital donations. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 7(1), 71–90. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol7.iss1.art5>
- Aristeya, A. K. (2020). Pengaruh Brand Image Project Child Indonesia terhadap Keputusan Followers Instagram @project.child untuk Berdonasi. *Journal GEEJ*, 7(2), 42–45.
- Asante, I. O., Fang, J., Darko, D. F., & Altab, H. M. D. (2021). Examining the Antecedents of User Donation Intentions Toward Social Media Articles: Moderation Effects of Social Contagion. *SAGE Open*, 11(1). <https://doi.org/10.1177/21582440211006387>
- Balaskas, S., Panagiotarou, A., & Rigou, M. (2023). Impact of Personality Traits on Small Charitable Donations: The Role of Altruism and Attitude towards an Advertisement. *Societies*, 13(6). <https://doi.org/10.3390/soc13060144>
- Barella, Y., Fergina, A., Mustami, M. K., Rahman, U., & Alajaili, H. M. A. (2024). Quantitative Methods in Scientific Research. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora*, 15(1), 281. <https://doi.org/10.26418/j-psh.v15i1.71528>
- Bilgin, Y., & Kethüda, Ö. (2022a). Charity Social Media Marketing and Its Influence on Charity Brand Image, Brand Trust, and Donation Intention. *Voluntas*, 33(5), 1091–1102. <https://doi.org/10.1007/s11266-021-00426-7>
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2021). Be creative, my friend! Engaging users on Instagram by promoting positive emotions. *Journal*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

of *Business Research*, 130(November 2018), 416–425.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.014>

Chan, S. H., & Lay, Y. F. (2018). Examining the reliability and validity of research instruments using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *Journal of Baltic Science Education*, 17(2), 239–251.
<https://doi.org/10.33225/jbse/18.17.239>

Danung Arifin. (2025). *Pemerintah Gerak Cepat Tangani Bencana Hidrometeorologi di Tiga Provinsi Sumatra*.
<https://bnpb.go.id/berita/pemerintah-gerak-cepat-tangani-bencana-hidrometeorologi-di-tiga-provinsi-sumatra>

Darwin, Mu. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*.

Di Lauro, S., Tursunbayeva, A., & Antonelli, G. (2019). How Nonprofit Organizations Use Social Media for Fundraising: A Systematic Literature Review. *International Journal of Business and Management*, 14(7), 1.
<https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n7p1>

Difa Lavianka. (2026). Rumah Zakat Raih Indonesia Customer Experience Award 2025 dengan Predikat Excellent. *Rumah Zakat Raih Indonesia Customer Experience Award 2025 Dengan Predikat Excellent*.

Dinan, U. H., & Muhtadi, M. (2023). Strategi Pemberdayaan Rumah Zakat Dalam Mengentaskan Kemiskinan Melalui Program Senyum Mandiri Di Desa Mekarjaya, Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Kommunity Online*, 3(2), 177–186.
<https://doi.org/10.15408/jko.v3i2.30989>

Fazio, A., Reggiani, T., & Scervini, F. (2023). Social media charity campaigns and pro-social behaviour. Evidence from the Ice Bucket Challenge. *Journal of Economic Psychology*, 96, 102624.
<https://doi.org/10.1016/j.joep.2023.102624>

GoodStats. (2026). Banjir dominasi bencana alam di indonesia 2025. *Banjir Dominasi Bencana Alam Di Indonesia 2025*.
<https://goodstats.id/article/banjir-dominasi-bencana-alam-di-indonesia-2025-JzNS8>

Gugenishvili, I. (2023). I Was Thinking to Help but Then I Changed My Mind! The Influence of Injunctive and Descriptive Norms on the Donation Intention-behavior Link. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 35(3), 308–327. <https://doi.org/10.1080/10495142.2022.2066599>

Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

Haji-Othman, Y., Sheh Yusuff, M. S., & Md Hussain, M. N. (2024). Data Analysis Using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in Conducting Quantitative Research. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(10), 2380–2388.
<https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i10/23364>

Hamidah, N. N., Aligarh, F., Setiawan, A., Usnan, U., & Hilmi, F. (2024). Why do Indonesian Muslims Donate through Crowdfunding Platforms? An

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Integration of UTAUT, Transparency, and Trust. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 7(2), 267–288. <https://doi.org/10.18196/ijief.v7i2.22556>
- Harahap, H. S. (2024). Penggunaan Media Sosial untuk Penyebarluasan Informasi Peringatan Dini Banjir ke Masyarakat (Studi Kasus: BPBD Provinsi DKI Jakarta). *Jurnal Syntax Admiration*, 5(11), 4592–4605. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i11.1565>
- Hossan, D., Dato' Mansor, Z., & Jaharuddin, N. S. (2023). 2023. “Research Population and Sampling in Quantitative Study.” *International Journal of Business and Technopreneurship (IJBT)* 13 (3). Penerbit Universiti Malaysia Perlis: 209–22. doi:10.58915/ijbt.v13i3.263. *International Journal of Business and Technopreneurship (IJBT)*, 13(3), 209–222.
- Huang, Z., Ouyang, J., Huang, X., Yang, Y., & Lin, L. (2021). Explaining Donation Behavior in Medical Crowdfunding in Social Media. *SAGE Open*, 11(2). <https://doi.org/10.1177/21582440211014520>
- Irawan, A. D. (2020). Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing Terhadap Brand Trust, Brand Equity, dan Brand Loyalty Pada Platform Social Media Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Usahawan Indonesia*, 43(1). <https://doi.org/10.7454/jmui.v43i1.1045>
- Jiao, H., Qian, L., Liu, T., & Ma, L. (2021). Why Do People Support Online Crowdfunding Charities? A Case Study From China. *Frontiers in Psychology*, 12(February), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.582508>
- Kanta Giri, C. (2024a). Variables in Educational Research. *The International Journal of Indian Psychology*, 12(3), 1086–1095. <https://doi.org/10.25215/1203.104>
- Li, S., Quan, Y., Xiao, L., Ren, H., & Abinova, A. Y. (2025). Exploring the influence of social media communication and brand image on international student enrollment intentions in higher education. *Frontiers in Education*, 10(August). <https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1618524>
- Lopes, J. M., Bairrada, C. M., & Coelho, A. F. de M. (2024). Perceived altruism in cause-related marketing. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 21(2), 255–278. <https://doi.org/10.1007/s12208-023-00379-1>
- Lubis, M. I., Linkie, M., & Lee, J. S. H. (2024). Tropical forest cover, oil palm plantations, and precipitation drive flooding events in Aceh, Indonesia, and hit the poorest people hardest. *PLoS ONE*, 19(10 October), 1–19. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0311759>
- Marhusin, Nur Hajijah, & Kamila Windyani Putri. (2024). Pengaruh Citra Lembaga dan Kepercayaan Donatur terhadap Keputusan Berdonasi pada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Kalimantan Selatan dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 13(3), 306–316. <https://doi.org/10.20527/jbp.1313i3.56>
- Maulidah, N. H. (2024). ALTRUISTIK DAN WARM GLOW TERHADAP MINAT BERDONASI PADA PLATFORM CROWDFUNDING. In *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)* (Vol. 5, Number 1).

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Muhammad, D. M., & Najib, S. M. (2016). *Pengaruh Media Sosial terhadap Kesadaran Merek , Rekomendasi Mulut ke Mulut , Niat , dan Keputusan Donasi di*. (36), 619–628.

Nita, S. D. (2024). *THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON DONATION INTENTION WITH BRAND IMAGE AND BRAND TRUST AS MEDIATION*. 2(1), 306–312.

Oranga, J., & Matere, A. (2025). Quantitative Research: Types, Advantages, Generalizability&Limitations. *OALib*, 12(09), 1–9. <https://doi.org/10.4236/oalib.1113694>

Pastor, Y., Pérez-Torres, V., Thomas-Currás, H., Lobato-Rincón, L. L., López-Sáez, M. Á., & García, A. (2024a). A study of the influence of altruism, social responsibility, reciprocity, and the subjective norm on online prosocial behavior in adolescence. *Computers in Human Behavior*, 154(January). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108156>

Peng, L., Jiang, Y., Ye, J., & Xiong, Z. (2024). The Impact of Empathy on Prosocial Behavior Among College Students: The Mediating Role of Moral Identity and the Moderating Role of Sense of Security. *Behavioral Sciences*, 14(11), 1–12. <https://doi.org/10.3390/bs14111024>

Prasetya, M. D., Ananda, P., Ananda, B. K. F. S., & Fadli, F. (2025). The evolution of social media marketing: A comprehensive systematic review of current trends, challenges, and future insights. *Jurnal Pendidikan Teknologi Kejuruan*, 8(2), 103–126. <https://doi.org/10.24036/jptk.v8i2.44323>

Prasetyo, M. R. B. E. (2025). *1.200 jiwa meninggal dalam bencana banjir dan longsor di Sumatra*. <https://www.antaranews.com/berita/5364674/1200-jiwa-meninggal-dalam-bencana-banjir-dan-longsor-di-sumatra>

Rejeb, A., Rejeb, K., Abdollahi, A., & Treiblmaier, H. (2022). The big picture on Instagram research: Insights from a bibliometric analysis. *Telematics and Informatics*, 73(December 2021), 101876. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101876>

Ringle, C. M., Sarstedt, M., Sinkovics, N., & Sinkovics, R. R. (2023a). A perspective on using partial least squares structural equation modelling in data articles. *Data in Brief*, 48. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109074>

Roselidyawaty, N., & Rokeman, M. (2024). Likert Measurement Scale in Education and Social Sciences: Explored and Explained. *EDUCATUM Journal of Social Sciences*, 10(10), 77–88. <https://doi.org/10.37134/ejoss.vol10.1.7.2024>

Rumah Zakat. (n.d.). *Tentang Rumah Zakat*. Retrieved <https://www.rumahzakat.org/tentang-kami/>

Saumi, A., & Makhrus. (2025). Inovasi Digital Fundraising Berbasis Platform Filantropi dalam Meningkatkan Kesadaran Berderma di Indonesia. *Jurnal Hukum Dan Administrasi Publik*, 3(2), 109–129.

Schulreich, S., Tusche, A., Kanske, P., & Schwabe, L. (2022). Altruism under Stress: Cortisol Negatively Predicts Charitable Giving and Neural Value Representations Depending on Mentalizing Capacity. *Journal of Neuroscience*, 42(16), 3445–3460. <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.1870-21.2022>

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Shariq, M. (2018). Brand Equity - A Literature Review. *International Research Journal of Management and Commerce*, 5(3), 312–330. <https://www.researchgate.net/publication/326302689>
- Shi, Y., & Wu, C. (2023). The influencing factor model and empirical research of TikTok charity live streaming impact users' online charitable donation. *PLoS ONE*, 18(11 November), 1–19. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0294186>
- Siregar, R., & Lubis, ikhwan madina. (2024). *Pengaruh Social Marketing Terhadap Keputusan Berdonasi yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Donatur Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Padangsidimpuan*. 1–14.
- Suparyanto, Mubarrak, U. S., & Rahmawati, Z. (2025). *Donatur Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Donatur Di Lembaga Sosial Muslim Kediri Peduli (Mkp)*. 4, 10–17.
- Tenenboim, O. (2022). Comments, Shares, or Likes: What Makes News Posts Engaging in Different Ways. *Social Media and Society*, 8(4). <https://doi.org/10.1177/20563051221130282>
- Tentama, F., & Muhopilah, P. (2020). Altruism Scale: A Psychometric Study for Junior High School Student. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR) International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*, 51(2), 208–219. <http://gssrr.org/index.php?journal=JournalOfBasicAndApplied>
- Trunfio, M., & Rossi, S. (2021). Conceptualising and measuring social media engagement: A systematic literature review. *Italian Journal of Marketing*, 2021(3), 267–292. <https://doi.org/10.1007/s43039-021-00035-8>
- Wahyuningtyas, A., & Rozza, S. (2025). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Trust, dan Brand Image Terhadap Keputusan Berdonasi Followers Instagram Dompot Dhuafa. *Snam*, 6(1).
- White, K. M., Starfelt Sutton, L. C., & Zhao, X. (2023). Charitable donations and the theory of planned behaviour: A systematic review and meta-analysis. *PLoS ONE*, 18(5 May), 1–22. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0286053>
- Wijaya, O. Y. A., Sulistiyani, Pudjowati, J., Kartikawati, T. S., Kurniasih, N., & Purwanto, A. (2021). The role of social media marketing, entertainment, customization, trendiness, interaction and word-of-mouth on purchase intention: An empirical study from Indonesian smartphone consumers. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 231–238. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.6.011>
- Willie, M. M. (2024). Population and Target Population in Research Methodology. *Golden Ratio of Social Science and Education*, 4(1), 75–79. <https://doi.org/10.52970/grsse.v4i1.405>
- Wirtz, B. W., & Balzer, I. (2023). Social Media Marketing - A Systematic Review of Quantitative Empirical Studies. *J. of Business and Management*, 29(1), 80–114. <https://doi.org/10.1504/jbm.2023.141304>
- Woods, J. (2023). a Systematic Literature Review of Predictors of Social Media Popularity. *Journal of Digital Social Research*, 5(4), 62–92. <https://doi.org/10.33621/jdsr.v5i4.181>
- Yarsasi, S., Tahyudin, I., & Hariguna, T. (2025). Analisis Validitas dan Reliabilitas Kuesioner dengan Metode Partial Least Squares Structural

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Equation Modeling pada Aplikasi SMARTPLS. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia*, 5(7), 1905–1913. <https://doi.org/10.52436/1.jpti.885>

Yonatan, A. (2026). Jumlah Banjir di Indonesia Tembus 2.000 Kejadian pada 2025. *Jumlah Banjir Di Indonesia Tembus 2.000 Kejadian Pada 2025*.

Zaborek, P., Napiórkowska, A., Grudecka, A., & Witek-Hajduk, M. (2025). Understanding Charitable Consumer Behavior on Digital Crowdfunding Platforms: Exploring the Influence of Cultural Values, Motivations, and Platform Attitudes. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 37(5), 756–795. <https://doi.org/10.1080/10495142.2024.2416202>

Zeng, B., Jeon, M., & Wen, H. (2024). How does item wording affect participants' responses in Likert scale? Evidence from IRT analysis. *Frontiers in Psychology*, 15(October), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1304870>

Zhang, H., Ding, H., Lu, Y., Wang, X., & Cai, D. (2021). Neural Responses to Mandatory and Voluntary Donation Impact Charitable Giving Decisions: An Event-Related Potentials Study. *Frontiers in Psychology*, 12(December), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.783825>

Zuhrul Anam, Wanodya Kusumastuti, & Karsiyati Karsiyati. (2024). Trust Dan Empathy Terhadap Keputusan Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding Di Instagram. *Observasi : Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi*, 2(1), 70–81. <https://doi.org/10.61132/observasi.v2i1.121>

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian 1

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Perkenalkan, saya **Auliya Syahada Pramono**, mahasiswa semester 8 Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya tengah melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul:

MODERASI ALTRUISME PADA PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP PENGARUH KEPUTUSAN BERDONASI FOLLOWERS INSTAGRAM RUMAH ZAKAT PADA BENCANA BANJIR SUMATRA 2025

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh social media marketing dan brand image terhadap keputusan berdonasi, serta menguji peran altruisme sebagai variabel moderasi, pada followers Instagram Rumah Zakat dalam konteks kampanye donasi bencana banjir Sumatra 2025.

Seluruh informasi yang diberikan oleh responden akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan dimanfaatkan untuk kepentingan akademik.

Saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner ini. Partisipasi Anda sangat berarti dan akan memberikan kontribusi penting dalam kelancaran serta kualitas penelitian ini. Atas partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Kriteria Responden:

1. Followers akun Instagram resmi Rumah Zakat (@rumahzakat)
2. Berusia minimal 21 tahun
3. Pernah melihat konten atau kampanye donasi Rumah Zakat terkait bencana banjir Sumatra 2025

Bacalah dengan hati-hati pernyataan berikut di bawah ini, dan tandai jawaban anda.

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Setuju
4. Sangat setuju

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Each Variable Statements		LIKERT SCALE			
No	Social Media Marketing (X1)	1	2	3	4
1	Konten media sosial yang disampaikan oleh Rumah Zakat menarik.				
2	Konten media sosial yang disampaikan oleh Rumah Zakat informatif				
3	Media sosial memungkinkan terjadinya interaksi antara Rumah Zakat dan pengikut Instagram				
4	Informasi yang dibagikan di media sosial Rumah Zakat selalu diperbarui				
5	Informasi yang dibagikan di media sosial Rumah Zakat selalu mengikuti perkembangan tren				
6	Konten yang disampaikan oleh Rumah Zakat sesuai dengan kebutuhan audiens				
7	Konten yang disampaikan oleh Rumah Zakat sesuai dengan minat audiens				
8	Pengguna dapat dengan mudah membagikan informasi atau konten kepada orang lain melalui media sosial.				
	Brand Image (X2)				
1	Rumah Zakat memiliki reputasi yang baik di masyarakat				
2	Rumah Zakat dikenal sebagai organisasi yang dapat dipercaya				
3	Rumah Zakat memiliki citra positif di mata Masyarakat				
4	Rumah Zakat memiliki karakteristik yang berbeda karena Rumah Zakat selalu transparansi dalam menyalurkan donasi dibanding Lembaga filantropi lainnya				
5	Rumah Zakat mudah dikenali oleh masyarakat				
	Keputusan Berdonasi (Y)				
1	Saya memiliki rasa empati untuk berdonasi karena konten media sosial yang disampaikan oleh Rumah Zakat menarik				
2	Saya berdonasi karena Konten media sosial yang disampaikan oleh Rumah Zakat informatif				
3	Saya bersedia berdonasi secara sukarela tanpa paksaan karena terjadinya interaksi antara Rumah Zakat dan saya sebagai pengikut Instagram				
4	Saya memiliki keinginan untuk memberikan pertolongan kepada pihak yang membutuhkan Karena Rumah Zakat selalu memperbarui informasinya				
5	Saya berdonasi ke Rumah Zakat karena Rumah Zakat selalu menyediakan informasi yang mengikuti trend				
6	Saya berdonasi ke Rumah Zakat karena konten yang disampaikan oleh Rumah Zakat sesuai dengan kebutuhan audiens				
7	Saya berdonasi ke Rumah Zakat karena konten yang disampaikan oleh Rumah Zakat sesuai dengan minat audiens.				

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8	Saya berdonasi ke Rumah Zakat karena memiliki reputasi yang baik di masyarakat				
9	Saya berdonasi ke Rumah Zakat karena dikenal sebagai organisasi yang dapat dipercaya				
10	Saya berdonasi ke Rumah Zakat karena Zakat memiliki citra positif di mata Masyarakat				
11	Saya berdonasi ke Rumah Zakat karena rumah zakat selalu transparan dibanding lembaga filantropi lainnya				
12	Saya berdonasi ke Rumah Zakat karena Lembaga filantropinya mudah dikenali oleh masyarakat				
	Altruisme (Z)				
1	Saya merasa empati terhadap pihak yang membutuhkan bantuan setelah melihat konten di Instagram Rumah Zakat				
2	Saya terlibat secara emosional dengan kegiatan sosial yang diadakan oleh Rumah Zakat				
3	Saya tertarik untuk berpartisipasi dalam kegiatan penggalangan dana yang diadakan oleh Rumah Zakat				
4	Saya memutuskan untuk memberikan donasi kepada Rumah Zakat setelah melihat kampanye di Instagram				
5	Saya bersedia untuk kembali berdonasi di masa mendatang setelah melihat transparansi dari Rumah Zakat				

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Lampiran 2. Tabulasi Data Responden

Lampiran 2 Tabulasi Data Responden 1

SMM1	SMM2	SMM3	SMM4	SMM5	SMM6	SMM7	SMM8
3	3	4	4	3	3	3	4
3	4	4	3	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	3	4
4	4	3	4	3	4	3	4
3	3	4	4	3	4	3	4
4	4	3	4	4	3	4	4
3	4	3	4	4	4	3	4
3	4	3	4	3	3	4	4
3	3	3	3	3	4	3	3
3	4	4	3	3	4	3	4
4	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	4	4
3	3	4	4	3	4	2	4
3	4	4	3	4	3	3	4
3	4	3	4	4	3	2	4
4	4	4	4	3	3	3	4
3	4	4	4	4	3	3	4
4	3	4	4	4	3	4	4
3	4	4	3	4	4	3	4
3	3	4	2	2	3	3	4
4	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4
4	3	4	4	2	3	4	3

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	4	3	4	3	4	3	4
4	4	3	4	4	4	4	4
4	3	3	2	3	4	4	3
3	3	4	3	4	4	3	4
3	4	3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	2	4	4
4	4	3	3	4	2	4	3
4	4	3	3	4	3	4	3
4	3	3	4	4	4	3	4
3	3	2	3	4	4	3	3
3	3	4	3	4	3	3	3
3	4	4	3	2	4	3	3
3	4	4	3	3	4	3	3
4	2	4	3	2	4	2	4
4	4	4	3	3	4	3	4
4	3	4	4	3	2	4	3
3	3	4	3	3	2	1	3
3	4	4	3	3	4	4	3
3	4	4	4	3	4	3	3
3	4	4	3	3	4	3	3
4	3	4	4	3	4	4	4
3	4	3	3	4	3	4	3
4	4	3	4	4	3	3	4
4	4	3	4	3	4	4	4
3	3	4	4	3	4	3	4
4	3	3	4	2	3	4	3
4	3	4	3	3	4	4	3

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	4	4	4	3	3	4	3
3	3	2	2	3	3	4	3
3	4	3	4	3	4	3	4
4	4	3	3	3	3	3	4
3	4	4	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	3	4	3
4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	3	4	3	3	2	4
4	3	3	4	3	4	3	4
4	4	3	4	3	4	3	3
3	4	4	3	3	4	3	3
3	3	2	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	4	3	4
3	4	3	3	4	4	3	3
3	4	3	3	4	2	3	4
3	4	3	4	4	3	3	3
4	3	3	4	3	4	3	2
3	4	3	4	4	4	4	3
3	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	3	3	2	4	3
3	3	4	4	3	4	3	4
3	4	4	4	3	3	2	3
4	3	4	4	2	3	3	4
3	3	4	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	3	4	3	3	3	4
4	4	4	3	3	3	3	3

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	3	3	3	4	4	4	3
3	4	3	4	2	4	4	3
4	3	3	3	4	4	3	4
4	4	3	4	2	3	3	4
3	3	4	3	4	3	3	1
3	4	4	4	3	2	3	3
3	4	4	3	1	3	2	4
3	3	4	3	2	2	3	4
3	3	4	4	3	4	3	3
4	3	3	3	4	3	3	3
3	4	2	3	4	3	3	3
4	3	4	3	4	4	3	4
2	3	4	3	4	2	1	2
3	4	3	4	2	3	3	4
3	4	3	4	2	2	2	3
2	3	4	3	1	2	3	4
4	3	4	4	3	1	2	3
4	3	3	4	3	3	4	3
3	4	4	3	4	4	3	3
3	4	4	4	3	4	4	4
4	3	3	4	4	3	4	3
3	3	3	4	4	3	4	4
3	4	4	3	3	3	2	3
3	3	4	3	2	3	4	4
3	4	3	4	4	3	3	3
4	2	4	2	4	4	3	4
3	4	4	3	4	4	3	4
4	3	4	4	3	4	4	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	3	2	3	4	4	4	3
3	4	3	4	4	3	4	3
4	4	3	3	3	4	4	4
3	4	4	3	3	3	3	4
4	3	4	4	3	4	4	3
4	4	3	2	4	3	3	4
3	4	3	2	3	4	3	2
1	2	3	4	1	2	3	4
3	4	4	3	2	4	3	3
4	4	2	3	4	4	3	4
3	4	3	3	4	4	3	4
3	4	2	3	4	3	4	3
3	4	4	3	3	4	4	3
3	4	3	2	3	4	3	4
4	3	4	3	4	3	3	3
3	4	3	3	4	3	3	4
4	4	3	4	2	4	3	4
3	4	3	4	4	4	3	3
3	4	2	3	2	3	1	2
2	3	4	3	4	2	2	3
4	4	3	3	2	4	1	4
4	3	4	3	2	3	4	4
3	4	3	4	4	4	4	3
3	4	3	2	3	4	2	3
4	3	4	3	2	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	3	3

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	4	1	2	3	4	3	4
3	4	4	3	2	3	3	4
3	4	2	3	3	4	3	4
4	3	4	2	4	3	2	1
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	2	3	3	4
4	3	4	3	2	4	3	4
3	3	3	4	4	3	4	3
3	4	4	2	4	2	2	4
3	4	3	2	2	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	3	4	2	4	3	4

BI1	BI2	BI3	BI4	BI5
4	4	4	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	3	3	4
4	4	4	3	4
3	4	4	4	4
4	4	3	4	3
3	3	4	4	3
3	3	3	3	3
4	3	3	4	4
3	4	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	4	4	3
3	3	3	4	3

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4	4	4	3	3
2	3	3	4	4
4	4	4	2	4
4	4	3	3	3
4	4	4	4	4
3	4	4	3	4
4	3	3	3	4
4	4	4	4	4
3	3	4	3	4
4	3	3	3	3
4	4	3	2	3
3	4	3	4	3
4	4	3	3	2
4	3	3	4	3
4	4	4	3	4
4	4	3	2	2
3	3	3	3	3
4	3	4	2	4
3	3	4	3	4
3	4	3	4	3
3	4	3	4	3
4	4	3	3	4
4	3	3	3	3
4	3	4	4	2
4	4	4	3	4
4	4	2	4	4
3	4	4	3	4
3	4	4	3	4

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4	4	3	4	2
3	4	4	3	2
3	4	4	4	4
3	3	3	4	4
4	3	4	1	4
3	4	3	3	4
4	4	3	4	3
4	4	4	3	4
4	3	4	3	4
4	3	3	4	3
3	3	4	3	4
4	4	3	4	3
3	4	3	3	4
3	4	3	4	3
4	4	3	4	3
4	4	3	4	2
4	4	4	4	4
4	4	4	2	3
4	4	3	4	4
4	3	3	4	2
4	3	3	4	3
3	3	4	3	4
4	3	4	4	3
3	3	4	4	4
3	4	3	4	3
3	4	3	4	3
3	1	3	2	4
4	4	3	3	4

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	2	4	3	4
3	4	3	4	4
4	4	3	4	3
3	3	4	4	4
3	3	4	3	2
4	4	3	4	3
3	3	4	3	2
3	3	4	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	3	3
4	4	3	3	4
3	4	4	3	3
3	4	4	3	4
3	3	4	3	4
3	3	3	2	4
4	4	4	3	3
3	3	4	3	3
4	2	3	4	3
3	4	4	3	3
3	3	4	4	4
4	3	3	3	4
4	3	3	3	2
4	3	3	4	4
4	3	2	1	2
4	3	4	3	3
4	4	3	3	4
3	4	3	2	1
4	3	4	4	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	3	4	3	3
3	3	4	3	4
3	4	4	3	4
3	4	4	3	4
3	3	4	4	4
4	3	3	4	4
3	2	3	4	3
4	4	3	3	3
4	3	4	2	3
3	4	3	3	4
3	4	3	3	4
4	3	3	4	4
4	3	4	3	3
4	3	4	4	3
3	3	4	4	3
4	3	4	3	4
3	4	4	3	3
4	4	3	2	1
4	3	2	2	3
3	3	4	3	4
4	3	4	4	3
4	4	3	4	4
4	3	4	3	3
3	4	4	3	4
3	4	3	2	3
3	4	3	2	3
3	4	3	3	4
4	3	3	4	4

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4	3	3	4	3
3	4	2	3	1
3	2	3	4	2
4	4	3	2	1
3	4	3	4	3
4	3	4	4	4
3	3	3	4	2
4	3	4	3	2
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	3	3	3	4
1	2	2	3	4
3	3	4	3	3
3	4	4	3	4
4	3	4	3	2
4	4	4	4	4
4	3	3	4	3
4	4	3	2	3
3	3	4	4	3
3	4	4	4	3
3	4	4	3	1
3	3	4	4	4
3	4	4	3	2

KB 1	KB 2	KB 3	KB 4	KB 5	KB 6	KB 7	KB 8	KB 9	KB 10	KB 11	KB 12
4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3
3	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4
4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4
3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
4	2	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3
4	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4
4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3
2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	4
3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4
3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	3
3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4
3	4	4	2	3	2	3	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4
3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	2	3	4	3	4	4	3	3
4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3
4	1	4	2	2	4	4	4	4	1	4	2
4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3
3	3	4	3	4	4	3	2	3	4	3	4
3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3
4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4
3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3
4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	2	4
4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3
4	3	3	4	4	3	2	4	3	3	4	4
4	2	2	4	3	4	3	3	3	4	3	4
4	3	3	4	4	2	2	4	3	4	4	3
2	3	3	4	2	2	3	3	4	3	3	4
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
4	2	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4
4	2	4	1	1	4	3	4	4	4	4	4
4	3	4	4	1	4	4	3	4	3	3	4
3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	1	4
4	4	3	3	2	3	4	3	4	4	3	4
3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4
4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	1	4
3	4	3	3	2	3	2	3	4	1	3	3
4	4	3	4	3	3	1	4	4	3	4	2
3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4
4	4	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3
3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4
4	3	2	4	3	3	3	4	4	4	3	3
4	4	3	2	4	3	4	3	3	3	4	4
4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4
4	3	3	4	3	3	2	4	3	4	4	3
3	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	4
4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	4
4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3
3	2	2	3	2	3	3	4	4	4	3	3
3	3	4	3	2	2	2	3	4	4	4	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4
2	1	4	3	1	3	2	4	3	3	3	3
4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3
3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3
3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3
2	3	4	1	3	1	4	3	2	1	2	2
4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	2
2	1	3	3	2	2	2	3	4	4	3	3
3	1	4	2	2	3	4	3	4	1	2	3
3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	4
3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3
4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3
3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3
3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3
4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3
4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3
4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3
4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3
4	2	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4
3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3
4	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	2
4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3
4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3
3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	4	3
3	4	2	4	2	4	2	3	4	4	2	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	4
4	4	3	4	3	2	1	3	3	4	3	4
4	4	4	3	2	3	3	4	2	3	3	3
3	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3
4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3
3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
2	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3
4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3
3	2	3	4	3	2	3	4	3	3	2	3
4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	2
4	4	3	3	2	2	2	3	4	3	4	3
4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3
4	3	2	3	4	3	4	4	2	3	2	3
4	2	3	3	2	3	2	3	4	4	3	2
4	4	3	1	3	4	4	4	4	3	3	4
3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3
3	3	4	3	1	2	3	4	2	3	3	4
4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4
3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	2	3
4	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4
2	1	2	3	3	2	3	2	4	4	3	4
1	3	2	4	4	3	4	2	4	3	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3	4
4	3	3	2	3	2	3	4	3	4	2	3
2	1	3	4	3	2	1	4	4	3	4	4
3	2	3	4	4	2	3	4	4	3	3	4
1	3	2	3	3	4	3	4	3	3	2	3
3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4
4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3

A1	A2	A3	A4	A5
4	3	3	3	4
4	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	3	4	3	3
4	3	3	4	4
4	4	4	4	4
4	3	3	3	4
4	4	3	3	4
3	3	3	3	3
4	4	3	3	3
3	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	4	4
4	4	3	3	4
4	4	3	4	4
4	4	3	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	4	3	4

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4	3	3	4	3
3	4	3	3	2
3	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	3	3
4	4	3	4	4
3	4	3	4	3
3	3	3	3	3
4	3	4	4	3
4	4	3	4	4
3	4	3	4	4
3	3	3	3	3
4	3	2	4	3
4	4	4	4	3
3	3	2	3	4
3	3	4	3	3
4	3	4	4	3
3	3	3	3	3
4	3	4	4	3
4	3	4	4	4
4	4	4	2	4
3	4	4	3	4
3	4	3	3	4
3	4	3	3	3
4	3	4	4	3
3	4	4	4	3
3	4	3	3	3
4	4	3	4	4

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	3	4	3	4
4	4	3	3	4
4	4	3	3	4
3	3	4	3	4
2	3	4	4	3
4	4	2	3	3
4	3	4	4	3
3	4	3	2	3
3	4	3	4	4
4	4	3	4	4
4	3	4	3	3
3	3	3	3	3
3	4	3	4	4
4	2	3	3	4
4	4	4	3	4
4	1	4	3	3
3	3	4	4	4
3	4	4	3	3
4	3	3	3	3
3	4	3	4	3
4	3	3	3	4
2	4	3	2	2
4	3	3	4	3
3	4	2	4	3
4	3	4	4	3
4	4	4	3	4
4	4	3	4	3
4	2	3	4	3

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	4	3	3	4
3	2	3	3	4
3	3	2	3	3
4	4	4	4	4
4	3	3	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	4
4	3	4	4	3
4	4	4	3	3
4	3	4	4	4
3	4	3	3	4
3	1	3	3	3
4	3	3	2	3
4	3	4	3	3
3	3	4	4	3
4	4	4	3	4
1	2	3	3	4
3	4	3	4	4
1	1	2	4	3
3	4	3	4	4
3	4	2	3	4
3	2	4	1	4
3	3	2	3	4
3	3	3	4	3
4	3	4	4	3
4	4	4	3	4
4	2	4	3	4
3	3	4	4	4

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	2	3	4	4
4	3	3	4	4
4	4	4	3	3
4	4	3	4	3
3	4	4	3	4
3	2	3	4	3
4	4	4	4	4
4	1	4	3	4
4	4	3	4	4
3	4	3	1	3
4	2	4	3	4
3	4	4	3	3
4	3	3	4	3
1	2	3	4	3
3	4	3	3	4
4	3	4	3	3
4	3	3	3	4
4	1	3	4	3
4	2	4	3	4
3	2	4	3	3
4	3	3	4	4
3	4	3	2	4
3	3	4	3	4
4	3	4	4	3
4	3	4	3	2
4	3	2	3	4
4	3	3	4	3
3	4	3	4	3

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4	3	4	4	3
3	4	2	3	4
4	3	3	4	3
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	3	3	4	4
3	4	3	4	4
4	3	4	3	4
4	2	4	4	3
3	2	4	3	4
4	4	4	4	4
3	3	4	3	4
3	4	4	3	3
3	2	3	4	4
4	4	4	2	3
3	2	3	3	3
3	4	3	4	4
3	4	4	3	4

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Hasil Uji Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Lampiran 3 Hasil Uji Outer Model 1

Outer loadings - Matrix						
	Altruisme	Brand Image	Keputusan Berdonasi	Social Media Marketing	Altruisme x Brand Image	Altruisme x Social Media Marke...
A1	0.784					
A2	0.772					
A3	0.766					
A4	0.815					
A5	0.815					
BI1		0.795				
BI2		0.838				
BI3		0.802				
BI4		0.758				
BI5		0.852				
KB1			0.740			
KB10			0.800			
KB11			0.779			
KB12			0.805			
KB2			0.717			
KB3			0.797			
KB4			0.754			
KB5			0.805			
KB6			0.809			
KB7			0.744			
KB8			0.790			
KB9			0.798			
SMM1				0.841		
SMM2				0.767		
SMM3				0.820		
SMM4				0.760		
SMM5				0.832		
SMM6				0.763		
SMM7				0.701		
SMM8				0.804		
Altruisme x Brand Image					1.000	
Altruisme x Social Media Marketi...						1.000

Construct reliability and validity - Overview				
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Altruisme	0.851	0.861	0.893	0.625
Brand Image	0.870	0.883	0.905	0.656
Keputusan Berdonasi	0.941	0.944	0.949	0.606
Social Media Marketing	0.914	0.979	0.929	0.620

Discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix						
	Altruisme	Brand Image	Keputusan Berdonasi	Social Media Marketing	Altruisme x Brand Image	Altruisme x Social Media Marke...
Altruisme						
Brand Image	0.162					
Keputusan Berdonasi	0.220	0.493				
Social Media Marketing	0.154	0.259	0.303			
Altruisme x Brand Image	0.046	0.129	0.201	0.190		
Altruisme x Social Media Marketi...	0.136	0.190	0.211	0.279	0.092	

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Hasil Uji Analisis Model Struktural (Inner Model) dan Hipotesis

Lampiran 4 Inner Model dan Hipotesis 1

R-square - Overview

	R-square	R-square adjusted
Keputusan Berdonasi	0.369	0.347

f-square - Matrix

	Altruisme	Brand Image	Keputusan Berdonasi	Social Media Marketing	Altruisme x Brand Image	Altruisme x Social Media Marke...
Altruisme			0.041			
Brand Image			0.175			
Keputusan Berdonasi						
Social Media Marketing			0.065			
Altruisme x Brand Image			0.072			
Altruisme x Social Media Marke...			0.077			

PLSpredict MV summary - Overview

	Q ² predict	PLS-SEM_RMSE	PLS-SEM_MAE	LM_RMSE	LM_MAE	IA_RMSE	IA_MAE
KB1	0.144	0.771	0.608	0.824	0.636	0.833	0.674
KB10	0.139	0.835	0.647	0.920	0.741	0.899	0.657
KB11	0.206	0.777	0.609	0.830	0.666	0.871	0.647
KB12	0.171	0.784	0.594	0.833	0.663	0.861	0.593
KB2	0.064	0.865	0.704	0.942	0.733	0.895	0.737
KB3	0.186	0.682	0.548	0.739	0.582	0.757	0.548
KB4	0.215	0.725	0.572	0.775	0.591	0.818	0.617
KB5	0.134	0.752	0.597	0.825	0.669	0.808	0.586
KB6	0.152	0.928	0.766	1.018	0.831	1.007	0.822
KB7	0.151	0.852	0.711	0.863	0.717	0.925	0.755
KB8	0.194	0.875	0.727	0.940	0.745	0.975	0.805
KB9	0.221	0.848	0.710	0.920	0.751	0.961	0.815

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O /STDEV)	P values
Altruisme -> Keputusan Berdonasi	-0.164	-0.162	0.093	1.771	0.077
Altruisme x Brand Image -> Keputusan Berdonasi	0.197	0.176	0.098	2.015	0.044
Altruisme x Social Media Marketing -> Keputusan Berdonasi	0.191	0.189	0.079	2.437	0.015
Brand Image -> Keputusan Berdonasi	0.366	0.368	0.091	4.027	0.000
Social Media Marketing -> Keputusan Berdonasi	0.228	0.240	0.097	2.342	0.019



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Collinearity statistics (VIF) - Outer model - List

	VIF
A1	1.744
A2	1.845
A3	1.675
A4	1.810
A5	1.857
BI1	1.809
BI2	2.013
BI3	1.936
BI4	1.888
BI5	2.364
KB1	2.022
KB10	3.139
KB11	2.758
KB12	2.746
KB2	2.014
KB3	2.420
KB4	2.345
KB5	2.873
KB6	3.126
KB7	2.318
KB8	2.529
KB9	2.565
SMM1	2.256
SMM2	2.101
SMM3	2.616
SMM4	2.013
SMM5	2.926
SMM6	2.207
SMM7	1.843
SMM8	2.516
Altruisme x Brand Image	1.000
Altruisme x Social Media Marketi...	1.000