



© 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

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND
TRUST, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
BERDONASI FOLLOWERS INSTAGRAM DOMPET
DHUAFA**



Disusun oleh :

Asti Wahyuningtyas/ 2004411005

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



© 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

SKRIPSI TERAPAN

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND
TRUST, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
BERDONASI FOLLOWERS INSTAGRAM DOMPET
DHUAFA**

Disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan dari
Politeknik Negeri Jakarta

Disusun oleh :

Asti Wahyuningtyas/2004411005

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



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 : Asti Wahyuningtyas

NIM : 2004411005

Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah

Jurusan : Akuntansi

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

Depok, 30 Juli 2025



Asti Wahyuningtyas

NIM. 2004411005



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 : Asti Wahyuningtyas
NIM : 2004411005
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Trust*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Berdonasi *Followers* Instagram Dompot Dhuafa

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 : Nurul Hasanah, S.ST., M.Si. ()

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

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 30 Juli 2025

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Asti Wahyuningtyas
Nomor Induk Mahasiswa : 2004411005
Jurusan/Program Studi : Akuntansi/Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Trust*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Berdonasi *Followers Instagram Dompot Dhuafa*

Disetujui oleh Pembimbing

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

Diketahui oleh
Kepala Program Studi

Nurul Hasanah, S.ST., M.Si.
NIP. 199201122018032001



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 kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi yang berjudul “” ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Diploma empat 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. Kedua Orangtua tersayang, Alm. Bapak Agus Samingun dan Ibu Nur Samsiah. Skripsi ini sebagai saksi betapa hebatnya kalian berdua membesarkan anak-anaknya.
2. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. Selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., AWP., M.Si. Selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
4. Ibu Nurul Hasanah S.ST., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah.
5. Ibu Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan dalam setiap tahap penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
7. Eko Setiawan, Arif Nur Rahmat, dan Yuni Handayani selaku saudara, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas semua dukungan dan semangat yang diberikan
8. Laznas Dompot Dhuafa, yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di lembaga tersebut.
9. Teman-teman BS B Angkatan 2020 dan 2021, terkhusus Anita, Syifa, dan Fitri. Terimakasih sudah menemani penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
10. Kristina Ardianti, penulis ucapkan terimakasih atas supportnya selama ini.



© 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

11. Teman-teman PT. Tri Energi Berkarya. Terima kasih telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk memperluas ilmu dan relasinya.

12. 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. Terima kasih.

Depok, 30 Juli 2025

Asti Wahyuningtyas

**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

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Asti Wahyuningtyas
NIM : 2004411005
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: **“Pengaruh Social Media Marketing, Brand Trust, dan Brand Image terhadap Keputusan Berdonasi Followers Instagram Dompot Dhuafa.”**

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 : 30 Juli 2025

Yang menyatakan

(Asti Wahyuningtyas)



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

Asti Wahyuningtyas
Program Studi keuangan dan Perbankan Syariah

Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Trust*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Berdonasi *Followers* Instagram Dompot Dhuafa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Trust*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Berdonasi pada *Followers* Akun Instagram Dompot Dhuafa. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif asosiatif kausal dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 135 responden yang merupakan *followers* akun Instagram @dompetdhuafaorg dan pernah atau aktif berdonasi. Analisis data dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas, yaitu *social media marketing*, *brand trust*, dan *brand image*, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi. Di antara ketiganya, *brand image* memberikan pengaruh paling dominan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi positif terhadap citra lembaga, diikuti dengan strategi pemasaran yang efektif dan tingkat kepercayaan publik, menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan donasi melalui media sosial. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi lembaga zakat untuk lebih mengoptimalkan strategi komunikasi digital guna meningkatkan loyalitas dan partisipasi donatur.

Kata kunci: *Social Media Marketing*, *Brand Trust*, *Brand Image*, Keputusan Berdonasi, Dompot Dhuafa



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

Asti Wahyuningtyas
Bachelor of Applied Sharia Finance and Banking

The Influence of Social Media Marketing, Brand Trust, and Brand Image on Donation Decisions of Dompot Dhuafa Instagram Followers

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Social Media Marketing, Brand Trust, and Brand Image on Donation Decisions among Followers of the Dompot Dhuafa Instagram account. The research employs a quantitative, associative-causal approach using questionnaires distributed to 135 respondents who are followers of the Instagram account @dompetdhuafaorg and have either donated or are actively donating. Data analysis was conducted using the Structural Equation Modeling (SEM) method with the SmartPLS 4.0 application. The findings indicate that all three independent variables—social media marketing, brand trust, and brand image—have a positive and significant effect on donation decisions. Among them, brand image exerts the most dominant influence. These results suggest that a positive perception of the organization's image, supported by effective marketing strategies and public trust, plays a crucial role in influencing donation decisions through social media platforms. This study offers practical implications for zakat institutions to optimize their digital communication strategies in order to increase donor loyalty and participation.

Keywords: Social Media Marketing, Brand Trust, Brand Image, Donation Decision, Dompot Dhuafa



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	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. <i>Social Media Marketing</i>	8
2.2. <i>Brand Trust</i>	10
2.3. <i>Brand Image</i>	11
2.4. Keputusan Pembelian (Berdonasi)	13
2.5. Followers/Donatur	15
2.6. Instagram.....	15
2.7. Lembaga Amil Zakat	16
2.8. Penelitian Terdahulu	17
2.9. Kerangka Pemikiran.....	21
2.10. Hipotesis	21
2.4.1. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Berdonasi <i>Followers</i> Instagram Dompot Dhuafa.....	21
2.4.2. Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Berdonasi <i>Followers</i> Instagram Dompot Dhuafa	22
2.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Berdonasi <i>Followers</i> Instagram Dompot Dhuafa	22
2.4.4 Pengaruh <i>Social Media Marketing, Brand Trust, dan Brand Image</i> Terhadap Keputusan Berdonasi <i>Followers</i> Instagram Dompot Dhuafa	22
BAB III METODE PENELITIAN	24



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

3.1.	Jenis Penelitian	24
3.2.	Objek Penelitian	24
3.3.	Populasi dan Pengambilan Sampel	24
3.3.1.	Populasi	24
3.3.2.	Pengambilan Sampel.....	25
3.4.	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	25
3.5.	Metode Pengumpulan Data	26
3.6.	Definisi Operasional Variabel	27
3.7.	Operasionalisasi Variabel.....	27
3.8.	Metode Analisis Data.....	30
3.8.1.	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	31
3.8.2.	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	33
3.8.3.	Pengujian Hipotesis	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1.	Desain Penelitian	37
4.1.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas (<i>Pre-Test</i>).....	37
4.1.2.	Gambaran Umum Responden	40
4.1.3.	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	41
4.1.4.	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	45
4.1.5.	Uji Hipotesis.....	48
4.2.	Pembahasan.....	50
4.2.1.	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Berdonasi <i>Followers</i> Instagram Dompot Dhuafa.....	50
4.2.2.	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Berdonasi <i>Followers</i> Instagram Dompot Dhuafa	51
4.2.3.	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Berdonasi <i>Followers</i> Instagram Dompot Dhuafa	52
4.2.4.	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> , <i>Brand Trust</i> , dan <i>Brand Image</i> secara bersamaan Terhadap Keputusan Berdonasi <i>Followers</i> Instagram Dompot Dhuafa.....	53
BAB V PENUTUP.....		55
5.1	Kesimpulan	55
5.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....		58
LAMPIRAN		65



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 Penggunaan social media di Indonesia sebagai alat berkomunikasi ..	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4. 1 Outer Model (Loading Factor)	42
Gambar 4. 2 Bootstrapping	48





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 1. 1 Top Brand Zakat dan Amal Tahun 2024	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Skala Likert	27
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel	28
Tabel 3. 3 Rule Of Thumb Uji Reliabilitas	33
Tabel 3. 4 Nilai R-Square	34
Tabel 3. 5 Nilai F-Square	35
Tabel 3. 6 Nilai Q-Square	35
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Pre-Test	38
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test	39
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4. 5 Hasil Uji Outer Loading	42
Tabel 4. 6 Hasil Uji AVE	44
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Diskriminan	44
Tabel 4. 8 Hasil Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji R-Square	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji F-Square	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji Q-Square melalui PLSpredict	47
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis Penelitian Melalui Bootstrapping	49
Tabel 4. 13 Hasil Hipotesis Penelitian	50

**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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	69
Lampiran 3 Hasil Uji Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	83
Lampiran 4 Hasil Uji Analisis Model Struktural (Inner Model) dan Hipotesis	86





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 I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi Indonesia telah menjadi prioritas strategis pemerintah selama beberapa dekade terakhir, seiring dengan upaya mendorong pembangunan yang berkelanjutan dan inklusif. Salah satu aspek penting yang mendorong transformasi ekonomi nasional adalah kemajuan pesat dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Pada era ini, perkembangan teknologi tidak hanya memengaruhi sektor industri dan perdagangan, tetapi juga secara fundamental mengubah pola interaksi sosial, perilaku konsumen, serta struktur dan dinamika ekonomi secara keseluruhan (Abdillah & Fazli, 2024).

Revolusi digital telah mendorong lahirnya ekonomi berbasis teknologi yang lebih terbuka, dinamis, dan terintegrasi secara global. Hal ini ditandai dengan meningkatnya arus informasi, kemudahan akses terhadap berbagai layanan digital, serta mobilitas yang tinggi dalam transaksi ekonomi. Perubahan ini turut menciptakan tren globalisasi yang lebih masif, pergeseran preferensi konsumen menuju layanan berbasis digital, serta meningkatnya ekspektasi terhadap kecepatan dan efisiensi pelayanan (Kravchenko et al., 2019).

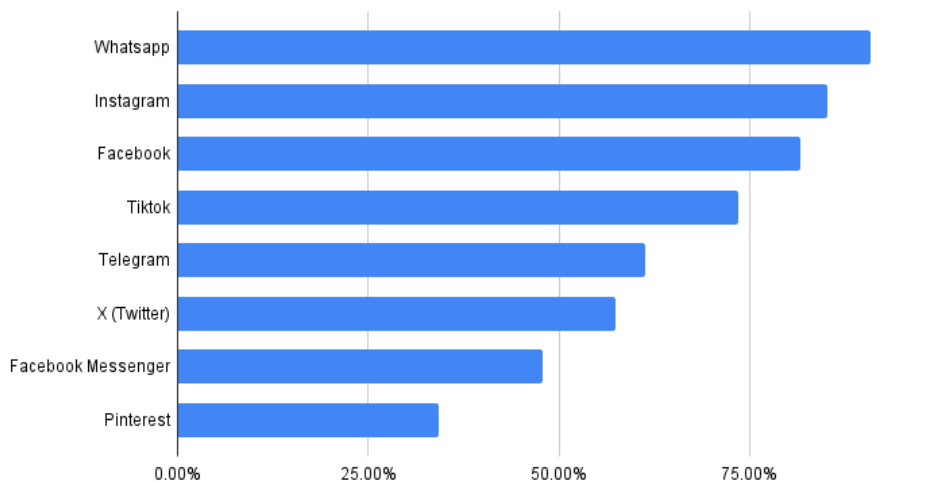
Dalam konteks tersebut, sektor filantropi Islam tidak dapat terlepas dari pengaruh transformasi digital yang tengah berlangsung. Pemanfaatan teknologi informasi dalam aktivitas filantropi menjadi hal yang sangat penting untuk mendukung tujuan inklusi keuangan syariah maupun inklusi keuangan nasional secara lebih luas. Inovasi dalam layanan digital, seperti platform donasi online, aplikasi mobile zakat, hingga kampanye sosial berbasis media sosial, menjadi kunci dalam menggapai masyarakat yang lebih luas dan meningkatkan efektivitas pengelolaan dana sosial umat (Fahlefi, 2018). Dengan demikian, pengembangan layanan filantropi Islam berbasis teknologi tidak hanya menjadi respons terhadap dinamika era digital, tetapi juga merupakan bagian dari strategi penguatan sistem ekonomi syariah yang berdaya saing dan berkelanjutan. Transformasi ini diharapkan dapat memperkuat peran lembaga-lembaga filantropi dalam menciptakan dampak sosial yang lebih luas serta mendorong terciptanya keadilan ekonomi di tengah masyarakat.



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

Lembaga filantropi saat ini dituntut untuk mampu mengadopsi dan memanfaatkan kemajuan teknologi digital guna memperluas jangkauan serta menjangkau lebih banyak calon muzaki. Hal ini bertujuan untuk mengoptimalkan pelaksanaan program-program filantropi agar lebih efektif dan tepat sasaran. Kemudahan akses terhadap internet tanpa batas jadi faktor utama dalam proses penggalangan dana, karena mampu mempercepat penyebaran informasi terkait kegiatan sosial yang sedang dijalankan (Haryanto, 2020).



Gambar 1. 1 Penggunaan social media di Indonesia sebagai alat berkomunikasi

Sumber: data diolah penulis, laporan *We Are Social*

Berdasarkan informasi dari *We Are Social* (2024), jumlahnya pengguna social media di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Grafik yang ditampilkan menunjukkan bahwa ada 167 juta pengguna media sosial di Indonesia, ini bisa dikatakan 60,4% dari populasi keseluruhan. Dalam hal ini, instagram ialah platform social media kedua yang paling populer dengan presentase pengguna mencapai 85,3% (Riyanto, 2024). Oleh karena itu, Indonesia termasuk diantara negara-negara dengan jumlahnya pengguna instagram terbesar di dunia, dengan mayoritas penggunanya berusia antara 18 hingga 34 tahun. Selain itu, perempuan mendominasi jumlah pengguna, mencakup 63% dari total pengguna yang ada.

Instagram jadi media sosial yang sangat digemari karena kemudahannya dalam berbagi konten visual serta fitur-fitur interaktif seperti *Story*, *Reels*, *Live*, hingga *Instagram Ads*. Keunggulan ini menjadikan Instagram sebagai platform



© 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

yang efektif dalam membangun kedekatan dengan audiens serta mendukung aktivitas promosi digital (Aryani & Murtiariyati, 2022). Tidak hanya digunakan oleh pelaku bisnis, media sosial seperti Instagram juga dimanfaatkan oleh lembaga nirlaba, termasuk lembaga zakat, sebagai sarana pemasaran program sosial.

Lembaga Amil Zakat (LAZ), sebagai institusi pengelola dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS), tidak menawarkan produk fisik, melainkan menyediakan nilai tambah berupa layanan sosial bagi masyarakat. Oleh karena itu, membangun kepercayaan publik (*brand trust*) dan citra positif (*brand image*) menjadi aspek krusial dalam memengaruhi keputusan berdonasi. Tanpa kepercayaan terhadap transparansi dan akuntabilitas lembaga, aktivitas penggalangan dana tidak akan berjalan optimal.

Di sisi lain, Indonesia memiliki potensi zakat yang sangat besar. Wakil Ketua BAZNAS RI, Mokhammad Mahdum, menyatakan bahwa estimasi potensi zakat nasional pada tahun 2024 mencapai sekitar Rp327 triliun per tahun. Namun demikian, realisasi penghimpunan zakat baru mencapai Rp41 triliun, yang menunjukkan adanya kesenjangan signifikan. Rendahnya tingkat literasi zakat serta kurangnya kepercayaan terhadap lembaga zakat menjadi penyebab utama rendahnya realisasi tersebut. Dalam hal ini, strategi pemasaran digital menjadi penting untuk meningkatkan literasi, membangun *brand trust* dan *brand image* lembaga zakat.

Salah satu Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) yang aktif memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, adalah Dompét Dhuafa. Lembaga ini fokus pada pemberdayaan sosial kemanusiaan melalui pengelolaan dana ZISWAF serta dana halal lainnya. Akun Instagram resmi Dompét Dhuafa (@dompetchuafaorg) memiliki lebih dari 325.000 pengikut dan telah mengunggah sekitar 14.800 konten berupa foto, video, maupun informasi program. Strategi ini digunakan untuk memperkuat hubungan dengan *followers*, meningkatkan kepercayaan, dan mengedukasi masyarakat mengenai program-program sosialnya.



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

Tabel 1. 1 Top Brand Zakat dan Amal Tahun 2024

No	Brand	Presentasi
1.	Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)	38.90%
2.	Dompot Dhuafa	27.00%
3.	Baitul Maal Hidayatullah	6.70%

Sumber: data diolah, Topbrand-award.com

Tabel di atas adalah hasil survei ilmiah yang dilaksanakan oleh Lembaga Riset dan Konsultan Frontier bekerja sama dengan Majalah Marketing, yang diselenggarakan secara bersamaan di 15 kota utama di Indonesia. Survei ini dilakukan dengan metode gabungan, yakni secara offline dan online, kepada masyarakat umum. Berdasarkan hasil perhitungan *Top Brand Index (TBI)* tahun 2024, BAZNAS berhasil meraih posisi sebagai merek teratas dalam kategori Badan Zakat dan Amal dengan perolehan indeks sebesar 38,9%. Posisi kedua ditempati oleh Dompot Dhuafa dengan skor 27,0%, diikuti oleh Baitul Maal Hidayatullah di peringkat ketiga dengan 6,7%. Meskipun aktivitas media sosial Dompot Dhuafa sangat aktif, lembaga ini belum menempati posisi tertinggi dalam *Top Brand Index (TBI)*. Selain itu, berdasarkan laporan keuangan periode 2022–2023, penghimpunan dana oleh Dompot Dhuafa sebesar Rp808,5 miliar juga masih lebih rendah dibandingkan BAZNAS yang mencapai Rp1,5 triliun.

Perbedaan ini menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital Dompot Dhuafa, terutama dalam mengonversi followers menjadi donatur aktif. Hasil *pra-research* yang dilakukan terhadap 25 pengikut akun Instagram Dompot Dhuafa menunjukkan bahwa 18 orang menyatakan keputusan mereka berdonasi dipengaruhi oleh kepercayaan terhadap lembaga, keaktifan, serta transparansi yang ditampilkan Dompot Dhuafa melalui Instagram.

Meskipun Dompot Dhuafa dikenal sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) yang aktif dan konsisten dalam mengelola media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana pemasaran dan komunikasi program-programnya, namun berdasarkan data TBI 2024, Dompot Dhuafa masih menempati posisi kedua dalam kategori Top Brand Zakat dan Amal. Perolehan indeks sebesar 27,0% tersebut menunjukkan adanya selisih yang cukup signifikan dibandingkan dengan BAZNAS yang menempati posisi puncak dengan angka 38,9%.



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

Melihat pemaparannya, maka terdapat ketertarikan guna melaksanakan studi terkait **“Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Trust*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Berdonasi *Followers Instagram* Dompot Dhuafa”**.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang permasalahan sudah diuraikan sebelumnya, terdapat permasalahannya utama yang ada di LAZNAS Dompot Dhuafa, yaitu tantangan utama berupa rendahnya tingkat keputusan berdonasi dari para pengikut akun Instagram-nya, meskipun telah aktif melakukan strategi pemasaran digital. Akun media sosial lembaga ini telah membagikan berbagai konten terkait kegiatan sosial, dakwah, dan pencapaian organisasi. Namun, hasil penghimpunan dana masih belum mencerminkan potensi yang sebenarnya.

Meskipun memiliki citra merek yang positif dan tingkat kepercayaan yang dibangun melalui transparansi di media sosial, keduanya belum cukup efektif dalam mendorong tindakan donasi yang konsisten dari followers. Persaingan dengan lembaga lain yang lebih unggul dalam persepsi publik semakin memperkuat urgensi untuk mengevaluasi efektivitas strategi yang digunakan. Di tengah tingginya penggunaan media sosial oleh masyarakat usia produktif, penting untuk meninjau kembali peran *social media marketing*, *brand trust*, dan *brand image* dalam memengaruhi keputusan berdonasi secara digital.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Melihat pemaparannya, maka terdapat pertanyaan dalam studi yang dilaksanakan yakni:

1. Apakah *social media marketing* yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa melalui platform Instagram ada pengaruhnya pada keputusan berdonasi *followers* nya?
2. Apakah *brand trust* (kepercayaan terhadap merek) Dompot Dhuafa memengaruhi keputusan *followers* Instagram dalam melakukan donasi?
3. Apakah *brand image* (citra merek) Dompot Dhuafa ada pengaruhnya pada keputusan berdonasi *followers* nya di Instagram?
4. Apakah *social media marketing*, *brand trust*, dan *brand image* secara bersamaan ada pengaruhnya pada keputusan berdonasi *followers* Instagram Dompot Dhuafa?



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

Melihat pemaparannya, terdapat tujuannya pada studi yang dilaksanakan yakni:

1. Menganalisa pengaruhnya *social media marketing* pada keputusan berdonasi *followers* Instagram Dompot Dhuafa.
2. Menganalisa pengaruhnya *brand trust* pada keputusan berdonasi *followers* Instagram Dompot Dhuafa.
3. Menganalisa pengaruhnya *brand image* pada keputusan berdonasi *followers* Instagram Dompot Dhuafa.
4. Menganalisa pengaruhnya *social media marketing*, *brand trust*, dan *brand image* secara bersamaan pada keputusan berdonasi *followers* Instagram Dompot Dhuafa.

1.5. Manfaat Penelitian

Studi akan dilaksanakan dengan tujuan memberi manfaat, yakni:

1. Secara teoritis

Adanya harapan pada temuan studi ini bisa memberi kontribusi saat mengembangkan ilmu pengetahuan, terkhusus bidang pemasaran digital (digital marketing), manajemen pemasaran, dan perilaku konsumen. Studi ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai strategi *social media marketing* pada lembaga non-profit, khususnya Lembaga Amil Zakat (LAZ), dalam membangun *brand trust*, *brand image*, serta pengaruhnya terhadap keputusan donasi konsumen. Selain itu, adanya harapan pada studi ini bisa jadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pemasaran digital di sektor filantropi atau lembaga sosial.

2. Secara praktis

Secara praktis, adanya harapan pada studi ini bisa jadi masukan serta bahan pertimbangannya bagi Dompot Dhuafa maupun lembaga amil zakat lainnya dalam merancang dan mengelola strategi pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram. Adanya harapan studi ini bisa membantu Dompot Dhuafa dalam memperkuat *brand trust* dan *brand image* di kalangan masyarakat, sehingga dapat meningkatkan keputusan berdonasi dari para *followers* atau calon donatur. Selain itu, studi ini bisa jadi acuannya bagi pengelola media sosial



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

lembaga non-profit dalam memaksimalkan peran media sosial sebagai sarana promosi, edukasi, serta transparansi untuk meningkatkan kepercayaan publik.

1.6. Sistematika Penulisan

Terdapat tujuan pada sistematika penulisan yakni guna memperlihatkan deskripsi jelas pada pembaca mengenai alur penelitian. Skripsi ini disusun dalam lima bab, di mana setiap bab terdiri dari beberapa sub-bab dengan pembahasan masing-masing. Adapun rincian sistematika penulisan pada studi ini yakni:

BAB I PENDAHULUAN, Bagian ini mencakup pengantar yang meliputi penjelasan terkait latar belakang kemunculan masalah, perumusan masalahnya, pertanyaan, tujuan, manfaat, serta struktur penulisan mendeskripsikan kerangka pembahasannya antar bab yang terkait satu sama lain.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, Bagian ini menguraikan dasar teoritis yang terkait dengan studi, studi sebelumnya yang relevan, kerangka teoritis, serta hipotesa.

BAB III METODE PENELITIAN, Bagian ini menjelaskan terkait metodologi riset diterapkan, objek studi, teknik pengambilan sample, jenis serta sumber datanya dipakai, cara pengumpulan data, serta teknik analisa data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN, Bagian ini memaparkan terkait temuan beserta analisisnya, dimulai dari profil responden, dilanjutkan dengan uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian, serta mendiskusikan hasil temuan berdasarkan data empiris dan interpretasinya.

BAB V PENUTUP, Bagian ini mencakup rangkuman dari awal hingga akhir pembahasan, diikuti dengan rekomendasi yang relevan berdasarkan temuan 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan metode analisis Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) yang diolah melalui software SmartPLS 4.0. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis secara bersamaan pengaruh berbagai indikator terhadap keputusan berdonasi *followers* akun Instagram Dompot Dhuafa, sehingga hasil yang diperoleh menjadi lebih komprehensif dan akurat. Dari keempat hipotesis yang telah dibentuk, seluruh hipotesis tersebut dapat diterima karena memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* memberikan pengaruh paling dominan terhadap keputusan berdonasi, diikuti oleh *social media marketing*, dan kemudian *brand trust*.

Pengaruh signifikan dari *social media marketing* tercermin dari kemampuannya dalam membangun keterlibatan antara Dompot Dhuafa dan *followers*nya melalui konten yang menarik, interaktif, serta informatif. Strategi pemasaran yang tepat di media sosial mampu meningkatkan kesadaran dan minat berdonasi karena pesan-pesan kampanye tersampaikan secara efektif dan menyentuh sisi emosional *audiens*. Namun kegiatan Dompot Dhuafa dalam menanggapi atau menjawab pertanyaan *followers*, masih belum cukup intens.

Selanjutnya, *brand trust* atau kepercayaan terhadap merek turut memberikan kontribusi penting. Ketika donatur merasa bahwa Dompot Dhuafa adalah lembaga yang amanah, transparan, dan bertanggung jawab, maka tingkat kepercayaan meningkat. Kepercayaan ini menjadi landasan utama dalam proses pengambilan keputusan untuk berdonasi, karena donatur merasa yakin bahwa dana yang disalurkan akan digunakan secara tepat sasaran. Disisi lain, walaupun Dompot Dhuafa mempunyai niat baik untuk membantu masyarakat, namun factor itu belum mempengaruhi cukup kuat bagi follower untuk berdonasi.

Faktor yang paling mempengaruhi follower berdonasi adalah *brand image*. Hal ini mencerminkan persepsi positif *followers* terhadap reputasi dan citra Dompot Dhuafa sebagai lembaga filantropi yang profesional, peduli, dan konsisten dalam kegiatan sosialnya. Citra yang kuat ini menumbuhkan rasa kagum, keterikatan



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

emosional, dan rasa percaya, sehingga memotivasi mereka untuk berdonasi sebagai bentuk dukungan terhadap nilai-nilai yang dibawa oleh lembaga tersebut. Dompot Dhuafa mempunyai program berbeda dari lembaga donasi lain, yang semestinya merupakan keunggulannya. Namun perbedaan tersebut belum menjadi pendorong yang kuat untuk follower berdonasi.

Hasil penelitian ini menyimpulkan juga bahwa *social media marketing*, *brand trust*, dan *brand image* secara bersamaan berperan signifikan dalam memengaruhi keputusan berdonasi *followers* Instagram Dompot Dhuafa. Ketiga faktor ini saling mendukung dalam membangun keterlibatan, kepercayaan, dan persepsi positif yang mendorong minat serta tindakan berdonasi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, penulis menyampaikan beberapa saran dan rekomendasi sebagai masukan yang dapat digunakan oleh Dompot Dhuafa untuk pengembangan strategi ke depan. Disarankan agar Dompot Dhuafa lebih aktif dalam menjawab tanggapan atau pertanyaan dari follower, sehingga mereka merasa lebih dapat perhatian, dan informasi yang lengkap sebagai bahan pertimbangan untuk berdonasi, sehingga minat berdonasinya meningkat. Selanjutnya Dompot Dhuafa sebaiknya lebih menunjukkan niat baiknya membantu masyarakat dengan aksi nyata yang lebih banyak. Dompot Dhuafa dapat melakukan live report program sosial melalui media sosial instagram live atau video reel langsung dari lokasi program, misalnya melakukan penyaluran bantuan sembako ke daerah terpencil, hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan dan intensi mereka dalam berdonasi. Kemudian walaupun citra Dompot Dhuafa sebagai lembaga filantropi sudah bagus, sebaiknya Dompot Dhuafa lebih menonjolkan keunggulan-keunggulannya dari lembaga sejenis lainnya, seperti menampilkan program Pendidikan SMART Ekselensia Indonesia. Program tersebut dapat ditonjolkan agar follower akan lebih tertarik berdonasi ke lembaga ini dibandingkan ke lembaga lainnya.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi Dompot Dhuafa dalam menyusun strategi untuk meningkatkan intensi para follower untuk berdonasi. Penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi yang lebih mendalam dan luas dalam penelitian dalam bidang yang sama. Kemudian, penulis



© 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

berharap peneliti selanjutnya dapat memperluas topik ini dengan menambah variabel, metode, atau objek yang lebih beragam. Misalnya, variabel seperti empati atau pengaruh teman dapat ditambahkan untuk menggali faktor emosional dan sosial yang memengaruhi keputusan berdonasi. Dari sisi metode, selain menggunakan pendekatan kuantitatif dengan aplikasi seperti SmartPLS versi 4.0, peneliti juga dapat menerapkan metode *mixed methods*, yaitu menggabungkan analisis kuantitatif dan kualitatif.

Contohnya, setelah melakukan survei kuantitatif terhadap variabel X (Social Media Marketing), Y (Brand Trust), dan Z (Brand Image) terhadap Keputusan Berdonasi, peneliti dapat melanjutkan dengan wawancara mendalam kepada beberapa responden terpilih. Wawancara ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengapa brand image tertentu bisa memengaruhi keputusan donasi, atau bagaimana konten media sosial bisa menciptakan kepercayaan terhadap lembaga.

Sementara itu, objek penelitian juga dapat diperluas, misalnya menyasar generasi Z atau milenial yang aktif di platform media sosial lain seperti TikTok, sehingga hasil penelitian menjadi lebih kontekstual dan relevan dengan tren digital terkini.

**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

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Fazli. 2024. "Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia." *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance* 2(1): 27–35. doi:10.37985/benefit.v2i1.335.
- Adelia Dwi Putri, and Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas. 2023. "How to Effect Social Media Marketing Mediated by Brand Trust on Donation Decision." *Formosa Journal of Sustainable Research* 2(7): 1571–86. doi:10.55927/fjsr.v2i7.5146.
- Afifah, Adinda Nur, Andi Muhammad Sadat, and Terrylina Arvinta Monoarfa. 2023. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENTION TO DONATE MELALUI PLATFORM CROWDFUNDING." 2(3): 158–83. doi:10.30640/digital.v2i2.1275.
- Ali, Faizan, Chokechai Suveatwatanakul, Luana Nanu, Murad Ali, and Abraham Terrah. 2024. "Social Media Marketing and Brand Loyalty: Exploring Interrelationships through Symmetrical and Asymmetrical Modeling." *Spanish Journal of Marketing - ESIC*. doi:10.1108/SJME-08-2023-0219.
- Alif, Oleh :, and Ryan Zulfikar. *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND TRUST PADA FOLLOWERS INSTAGRAM DOMPET DHUAFA CABANG YOGYAKARTA SKRIPSI* Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata I.
- Anisa Putri, Gitty, Fitri Ayu Nofirda, Dede Iskandar Siregar Fakultas Ekonomi dan Bisnis, and Universitas Muhammadiyah Riau. 2023. "PENGARUH SOSIAL MEDIA DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KONSUMEN PENGGUNA INSTAGRAM DI PEKANBARU) 1 2 3." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA* 2(1).
- Antasari, Citra, and Renystiyah Dwi Pratiwi. 2022. 9 *PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI BABAK KEROYOKAN DI KOTA PALU*.
- Ekonomi dan Bisnis Unisma, Fakultas, Ahmad Hikam, Rois Arifin, and M Khoirul ABS. *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*.



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

www.fe.unisma.ac.id.

Ekonomi, Fakultas, and Dan Bisnis. "PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP BRAND TRUST SERTA DAMPAKNYA TERHADAP DONATION DECISION PADA CROWDFUNDING KITABISA.COM.

Faradilah, Vima, Umi Arifah, and Dan Niken Lestari. 2022. 1 Economics, and Entrepreneur *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding Yayasan Hubbul Wathon Kebumen.*

Fitria, Aliah Noor, and Dan Christina. 2023. 8 PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis *ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM, WORD OF MOUTH DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN FESYEN NOOR.*

Ghozali, Imam, and Hengky Latan. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris.* Semarang: Universitas Diponegoro.

Hayati, Evrida, Asep M Ramdan, and Nor Norisanti. 2022. 3 Management Studies and Entrepreneurship Journal *Analysis of Brand Trust in Mediating the Relationship between Brand Experience and Brand Loyalty (Survey of Garnier Skincare Product Users in Sukabumi City) Analisis Kepercayaan Merek Dalam Memediasi Hubungan Antara Brand Experience Dan Brand Loyalty (Survey Pengguna Produk Garnier Skincare Di Kota Sukabumi).* <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

Hidayat, Andi, and Mukhlisin Mukhlisin. 2020. "Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6(3): 675. doi:10.29040/jiei.v6i3.1435.

Hidayati, Fika Nurul, Budi Priyono, Politeknik Stia, and Lan Jakarta. 2024. 6 Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship *Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Pada UMKM Sprouts Farms.*

Humala Sitorus, David. *PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND QUALITY, BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PADA PRODUK MEREK PHILIPS.*

Jailani, MSyahrhan, Firdaus Jeka, and UniversitasIslam Negeri Sulthan Thaha



© 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

Saifuddin Jambi. *Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis.*

Jurnal, Laman, Dina Ulfatun Nikmah, and Universitas Negeri Surabaya. *Volume 12 Nomor 04 Halaman 900-914 Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh Knowledge Sharing Dan Self Efficacy Terhadap Employee Performance Melalui Employee Engagement.*

Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Kota Bengkulu Nori Dwi Apriandi, Terhadap, Ahmad Soleh, and Tito Irwanto. 2023. *2 The Effect Of Application Of Aida (Attention, Interest, Desire And Action) On Telkomsel Card Purchase Decisions In Bengkulu City Pengaruh Penerapan Aida (Attention, Interest, Desire Dan Action).* www.telkomsel.com.

Khaidir Ali Fachreza, Mukhlis Harvian, Nasya Zahra, Muhammad Izzudin Islam, Muhammad Daffa, Miftahul Chair, and Mia Lasmi Wardiyah. 2024. “Analisis Komparatif Antara Probability Dan Nonprobability Dalam Penelitian Pemasaran.” *Jurnal Pajak dan Analisis Ekonomi Syariah* 1(3): 108–20. doi:10.61132/jpaes.v1i3.248.

Khairunnisa, Aziza Hanifa, Jahtu Widya Ningrum, Nurul Huda, and Nova Rini. 2020. “Pengaruh Brand Awareness Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat Dan Donasi Melalui Tokopedia.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6(2): 284. doi:10.29040/jiei.v6i2.761.

Khotimah Harahap, Lenni. *Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square) Oleh.*

Kurnia Hapsari, Desynta, SRouli Manalu, Lintang Ratri Rahmiaji, Program S Studi, Ilmu Komunikasi, Jl Soedarto, and SH Tembalang Semarang Kotak. *MEMAHAMI MOTIVASI, BENTUK INTERAKSI, DAN MANFAAT BAGI FOLLOWER DALAM MENGIKUTI MICRO-INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.*

Kusuma Wardani, Ervina, and Ika Febrilia. 2023. *4 Pengaruh Brand Image Dan Trust Terhadap Customer Loyalty Pelanggan Kopi Di Jakarta Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening.*

Marlina. 2018. “Structural Equation Modeling (SEM): Bergunakah Bagi Penelitian Akuntansi?” *Journal of Islamics Accounting and Tax Journal of Islamic*



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

Accounting and Tax Journal Homepage: JIAT 1(2): 134–44.
<http://journal.umg.ac.id/index.php/tiaa>.

Mukti, Adhitya Kuncoro, and Jati Waskito. 2023. “Pengaruh Locus Of Control Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Pemediasi.” *JURNAL LENTERA BISNIS* 12(2): 298. doi:10.34127/jrlab.v12i2.759.

Niswah, Uswatus, Nurbini, and Ahmad Zainuri. 2023. “Strategi Dakwah Kiai Akhid Ismani Dalam Meningkatkan Religiusitas Masyarakat Tlogoharum Pati.” *Journal of Islamic Management* 3(1): 14–30. doi:10.15642/jim.v3i1.1116.

Nura, Rachmadhini, and Gregorius Genep Sukendro. *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Brand Equity*.

Nurhalizah, Siti, Gusmi Kholijah, and Z Gusmanely. 2024. “Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square Pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi.” *Indonesian Journal of Applied Statistics* 6(2): 125. doi:10.13057/ijas.v6i2.78921.

Nusrang, Muhammad, Muh Fahmuddin, and Hardianti Hafid. “PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENERAPAN METODE STRUCTURAL EQUATION MODELLING-PARTIAL LEAST SQUARES (SEM-PLS) DALAM MENGEVALUASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PDRB DI INDONESIA.”
<https://journal.unm.ac.id/index.php/Semnasdies62/index>.

Pradiva Isnawan, Bintang, and Hendra Riofita. *Pemanfaatan Sosial Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Awareness*.

Prambudi, Joko, Jati Imantoro, Program Studi, Manajemen Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis. 2021. 1 Jurnal Manajemen Diversifikasi *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Ukm Maleo Lampung Timur*.

Prawiyogi, Anggy Giri, Tia Latifatu Sadih, Andri Purwanugraha, and Popy Nur Elisa. 2021. “Penggunaan Media Big Book Untuk Menumbuhkan Minat Membaca Di Sekolah Dasar.” *Jurnal Basicedu* 5(1): 446–52. doi:10.31004/basicedu.v5i1.787.



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

Purwanto, Agus, and Yuli Sudargini. "Analisis Partial Least Squares Structural Suation Modeling (PLS-SEM) Untuk Penelitian Sosial Dan Manajemen: Sebuah Tinjauan Literatur." *Jurnal Penelitian Teknik Industri & Manajemen* 2(4). doi:10.7777/jiemar.v2i4.

Purwanto, Agus, and Yuli Sudargini. "Partial Least Squares Structural Suation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review." *Journal of Industrial Engineering & Management Research* 2(4). doi:10.7777/jiemar.v2i4.

Putlely, Zakheus, Yopi Andry Lesnussa, Abraham Z Wattimena, and Muhammad Yahya Matdoan. *Structural Equation Modeling (SEM) Untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Keselamatan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Ambon.*

Rahmad Safrudin, and Ari Anggarani. 2024. "Pengaruh Social Media Marketing Dan Pengalaman Merek Terhadap Niat Beli Dengan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Kopi Fore." *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset* 2(5): 156–85. doi:10.61132/lokawati.v2i5.1190.

Rizky Pratama, Hervin, Ishmatun Naila, Meirza Nanda Faradita, Pgsd Fkip, and Universitas Muhammadiyah Surabaya. "ANALISIS KETERAMPILAN KOLABORASI SISWA SEKOLAH DASAR MENGGUNAKAN MEDIA DIORAMA PADA PEMBELAJARAN MATERI EKOSISTEM."

Sarah, Kania Siti, Ratih Hurriyati, and Heny Hendrayati. 2021. "Analisis Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Clothing Linkswear." *Jurnal Manajemen* 12(3): 397. doi:10.32832/jm-uika.v12i3.4877.

Situmorang, Winda, and Rahma Hayati. 2023. "Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri." *Jurnal Sosiologi Nusantara* 9(1): 111–18. doi:10.33369/jsn.9.1.111-118.

Studi, Program, and Manajemen Bisnis Syariah. *PENGARUH CITRA LEMBAGA, ATRIBUT PRODUK DAN PEMASARAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN BERZAKAT (Studi Pada BAZNAS Bandar Lampung) SKRIPSI DEWI ARNUM SARI NPM.1951040043.*

Suntara, Aad Aries, Putut Pamilih Widagdo, and Vina Zahrotun Kamila. 2023.



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

“Analisis Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi Uang Kuliah Tunggal Universitas Mulawarman.” *Kreatif Teknologi dan Sistem Informasi (KRETISI)* 1(1): 1–8. doi:10.30872/kretisi.v1i1.275.

Suryani, Nidia, MSyahrani Jailani, Nidia Suriani, Rsud Raden Mattaher Jambi, and Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. *Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan*. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>.

Sutrisno, Agnes Pertiwi, and Ira Dwi Mayangsari. “PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS.” *Jurnal Common* | 5. doi:10.34010/common.

Taruli Josephine, Vania, Arianis Chan, Margo Purnomo, and Ilmu Administrasi Bisnis. 2024. “SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Proses Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust Pada RS Umum Pindad Bandung.” *SEIKO : Journal of Management & Business* 7(2): 328–42.

Trianasari, Nurvita, Nadya Fitriani, and Indira Rachmawati. 2023. “The Influence of Social Media Marketing and Influencer Endorsement Through Brand Image and Trust, and Their Impact on the Purchase Intention of the MS Glow Brand Through the Tiktok Application.” *International Journal of Professional Business Review* 8(10): e03793.doi:10.26668/businessreview/2023

Van, Trinh Thi Hong, and Chung Tin Fah. 2022. “SOCIAL MEDIA MARKETING AND ITS INFLUENCE ON BRAND LOYALTY TOWARDS FAST FASHION BRANDS AMONG VIETNAMESE MILLENNIALS.” *EURASIAN JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES* 10(4): 204–25. doi:10.15604/ejss.2022.10.04.001.

Vanny Maruli Tua, Geo, and dan Ira Meike Andariyani. 2022. “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MESIN POMPA AIR SUBMERSIBLE DAB DECKER DI CV. CITRA NAULI ELECTRICSINDO PEKANBARU.” 1(4).

Veranita, Mira, Rini Susilowati, Ramayani Yusuf, Program Studi Komputerisasi



© 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

Akuntansi, Politeknik Piksi Ganesha, and Program Studi Administrasi Keuangan. “Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku).” *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan* 17: 2021. <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>.

Widyaiswara BPSDM Propinsi Maluku Utara, Nurdewi. 2022. 1 Jurnal Riset Ilmiah *IMPLEMENTASI PERSONAL BRANDING SMART ASN PERWUJUDAN BANGGA MELAYANI DI PROVINSI MALUKU UTARA*.

Wilayah, Jurnal Perencanaan, Dan Kota, Dryon Taluke, Ricky S M Lakat, and Amanda Sembel. 2019. “ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN EKOSISTEM MANGROVE DI PESISIR PANTAI KECAMATAN LOLODA KABUPATEN HALMAHERA BARAT.” *Jurnal Spasial* 6(2).

Wirren Chang, Renny Christiarini, Agnes Doraresta Khatarina Tokan, Delfina Muthia Sabella, Dewi Dewi, Mardiana Ng, and Serina Serina. 2023. “Analisa Konsep Ide Bisnis Makanan Kucing Dari Bahan Organik ‘Mimeow.’” *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)* 1(3): 54–72. doi:10.54066/jrime-itb.v1i3.271.

**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



LAMPIRAN



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 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb.

Perkenalkan Saya Asti Wahyuningtyas, Mahasiswa D4 Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan. Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Social Media Marketing, Brand Trust, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Berdonasi Followers Instagram Dompot Dhuafa”**

Kriteria Responden yang saya harapkan mengisi kuesioner ini adalah sebagai berikut:

1. Followers instagram Dompot Dhuafa (@dompetdhuafaorg)
2. Berusia minimal 21 tahun
3. Donatur aktif atau pernah berdonasi kepada Dompot Dhuafa

Apabila Bapak/Ibu/Saudara/Saudari memenuhi kriteria diatas, Mohon kesediaannya untuk mengisi lembar kuesioner ini dengan lengkap sesuai petunjuk dan kondisi yang sebenarnya.

Berikut Link Kuesioner

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

Each Variable Statements		LIKERT SCALE			
No	Social Media Marketing (X1)	1	2	3	4
1	Saya merasa konten Instagram Dompot Dhuafa menghibur.				
2	Konten yang dibagikan membuat saya senang saat melihatnya.				



© 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	Saya merasa mudah berinteraksi dengan Dompot Dhuafa melalui Instagram.				
4	Dompot Dhuafa sering menanggapi komentar atau pertanyaan dari followers.				
5	Dompot Dhuafa menyajikan konten yang mengikuti tren saat ini.				
6	Saya merasa konten Instagram Dompot Dhuafa selalu up-to-date.				
7	Informasi yang diberikan Dompot Dhuafa sesuai dengan kebutuhan saya.				
8	Konten donasi disesuaikan dengan isu atau momen tertentu.				
9	Saya tidak merasa ragu untuk mengikuti ajakan donasi melalui Instagram Dompot Dhuafa.				
10	Saya merasa aman berdonasi melalui link atau fitur yang dibagikan di Instagram Dompot Dhuafa.				
	Brand Trust (X2)				
11	Dompot Dhuafa adalah lembaga yang kredibel dalam mengelola dana donasi.				
12	Dompot Dhuafa memiliki kompetensi dalam menyalurkan donasi secara tepat sasaran.				
13	Saya percaya Dompot Dhuafa memiliki niat baik dalam membantu masyarakat.				
14	Dompot Dhuafa memiliki reputasi yang baik di masyarakat.				
	Brand Image (X3)				
15	Saya mengenal Dompot Dhuafa sebagai lembaga yang kuat dan terpercaya.				
16	Saya percaya Dompot Dhuafa mampu memberikan dampak yang besar melalui program-programnya.				
17	Program-program Dompot Dhuafa berbeda dari lembaga donasi lainnya.				
18	Citra Dompot Dhuafa unik dan mudah dikenali.				
19	Saya memiliki pandangan positif terhadap Dompot Dhuafa.				



© 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

20	Dompot Dhuafa sesuai dengan nilai-nilai sosial yang saya pegang.				
	Keputusan Berdonasi (Y)				
21	Saya memilih Dompot Dhuafa sebagai tempat untuk berdonasi karena menyukai informasi yang disampaikan di social media.				
22	Saya berdonasi ke Dompot Dhuafa karena pertimbangan reputasi lembaga tersebut.				
23	Saya merasa puas setelah berdonasi melalui Dompot Dhuafa karena image lembaganya yang positif.				
24	Saya berniat untuk berdonasi kembali di masa mendatang karena lembaga itu terpercaya.				
25	Saya berniat untuk berdonasi kembali di masa mendatang karena lembaga itu mempunyai citra merek yang baik.				
26	Saya berdonasi sesuai dengan jumlah dan waktu yang saya rencanakan.				
27	Saya merasa metode pembayaran yang ditawarkan Dompot Dhuafa sangat memudahkan proses donasi.				

Seluruh data dan informasi yang ada pada kuesioner ini akan sangat dijaga kerahasiaannya dengan tidak dipublikasikan dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian. Terima kasih banyak atas bantuan serta partisipasi anda



© 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

Lampiran 2 Tabulasi Data Responden

X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10
2	3	4	3	3	4	4	3	3	4
3	3	4	4	3	3	4	4	3	4
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	1	3	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	2	3	3	3	4	4
3	4	4	3	4	4	4	4	3	3
3	4	4	3	4	4	3	3	3	4
3	4	4	3	3	4	3	4	4	4
3	3	4	3	3	3	4	3	4	4
3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
3	3	4	3	3	3	2	4	3	4
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
3	3	2	2	3	3	3	3	4	3
3	4	4	3	3	4	3	3	2	3
3	4	3	4	2	3	3	4	2	3
3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
3	4	4	3	4	4	3	4	3	3
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4
3	4	4	2	3	4	3	4	4	4
3	4	4	3	4	3	3	4	3	4
3	4	4	3	4	2	3	4	3	2
3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
3	4	4	3	4	4	3	4	3	3
3	4	4	3	3	4	3	4	3	4
3	4	4	2	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	4	3	3	2	3	4	3	4	4
3	4	3	4	4	3	4	3	3	4
3	4	4	3	4	4	3	4	3	4
3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
3	3	4	3	4	4	2	3	4	3
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
3	4	4	4	4	2	4	4	3	3
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
3	4	1	2	4	2	4	4	3	2
3	4	4	2	4	4	3	4	3	4
3	4	4	2	3	3	2	4	3	4
3	3	4	4	3	3	4	1	3	4
3	4	4	3	3	4	3	4	4	3
3	4	4	3	2	3	3	4	3	4
3	4	2	1	3	4	2	4	4	4
3	3	4	3	4	3	3	3	4	4
3	4	3	3	4	4	4	3	4	4
3	4	3	3	4	4	4	4	3	3
3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
3	3	4	3	3	4	4	3	3	4
3	3	3	4	4	3	4	4	3	3
3	2	3	3	1	4	3	3	4	4
3	3	4	2	3	4	4	3	3	4
3	4	3	3	3	3	4	4	3	3
3	4	2	3	4	3	3	4	3	4
3	4	4	3	4	4	3	4	4	3
3	4	1	2	4	3	3	4	3	3
3	4	4	3	3	4	3	4	4	3
3	4	4	3	4	3	3	4	4	3
3	3	3	2	4	3	3	4	4	3
3	3	4	3	4	4	4	3	3	4
3	4	3	2	3	4	3	3	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	4	3	2	3	2	4	3	4	3
3	4	2	1	4	4	3	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	4	3	4
3	4	3	3	4	3	4	4	4	3
3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
3	4	3	1	4	2	3	4	4	3
3	3	4	4	3	4	2	3	3	4
3	4	2	3	4	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	4	3	3	4	3	4	4	4
3	3	4	2	4	2	3	4	3	4
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
3	3	4	3	4	3	4	4	3	3
3	4	4	3	4	4	4	4	4	3
3	3	4	3	3	4	4	3	3	3
3	3	3	2	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	3	3	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	3	4	4	3	4
4	3	4	3	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	3	3	2	4	3	4
4	4	4	3	4	4	3	4	3	3
4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
4	3	3	3	4	3	2	4	3	4
4	3	4	4	3	3	4	3	4	4
4	3	4	4	3	4	3	3	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

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

1	1	1	1	2	1	1	2	1	1
2	2	2	1	2	2	2	2	2	3

X2_1	X2_2	X2_3	X2_4
3	3	4	2
3	4	3	4
3	3	3	3
4	4	4	2
3	3	4	3
4	4	4	4
4	4	4	2
3	3	3	3
4	4	4	4
4	3	4	3
4	3	3	4
3	4	4	4
4	3	4	2
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
3	3	3	3
2	3	3	3
3	4	2	3
3	4	4	4
3	3	4	4
4	3	3	4
4	3	4	4
4	3	3	4
3	4	4	3
4	3	4	3
3	4	3	4
4	4	3	4
4	3	4	4
4	4	3	3
4	3	3	4
4	4	3	4
4	3	3	3
3	4	4	4
3	3	3	3
4	3	3	4
3	4	3	4
4	4	4	3
3	4	3	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	4	4	4
2	4	4	4
4	3	3	4
3	4	4	4
4	4	3	3
3	4	4	4
3	4	4	4
4	3	3	3
4	3	3	4
4	4	3	4
4	3	3	4
3	4	4	3
3	4	4	3
3	4	3	3
4	3	4	3
3	3	4	3
4	4	3	3
3	3	4	3
4	4	3	4
4	3	3	4
3	4	4	4
4	3	3	4
4	4	3	4
3	4	4	3
3	4	4	4
4	3	4	3
3	4	4	3
4	4	3	4
4	4	3	4
4	3	4	4
4	4	4	4
3	3	4	3
3	3	3	4
3	3	4	3
4	3	3	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
3	3	3	3
4	3	4	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	4	4	4
4	4	4	4
3	3	3	4
4	4	3	4
3	3	3	3
4	3	3	4
4	3	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	3	3	3
3	3	4	4
4	2	3	3
4	3	4	4
4	3	4	4
1	1	1	1
3	4	4	3
4	4	3	3
4	3	4	3
3	3	4	3
3	4	4	3
3	3	4	3
4	4	3	4
3	4	3	3
4	3	3	3
3	4	4	3
3	4	4	3
3	3	4	3
2	2	2	2
4	4	4	3
4	3	4	3
4	4	4	3
3	4	3	3
3	3	4	3
3	3	4	3
4	4	3	3
2	2	2	2
2	2	2	2
2	1	2	1
2	1	2	2
3	2	3	2
3	1	2	3
1	2	1	2
3	1	3	2
2	2	3	2



© 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

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

X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6
3	4	3	3	4	4
4	3	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4
3	4	4	4	4	4
2	3	3	4	3	3
4	3	4	4	4	3
4	4	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	4	3
4	4	1	3	3	3
3	4	4	2	3	4
3	4	4	2	4	3
3	4	3	3	4	4
3	3	4	3	3	4
3	4	4	3	3	4
3	2	4	4	3	4
4	3	4	4	3	3
3	4	3	3	4	3
4	3	4	4	3	4
3	4	4	3	4	2
3	3	4	4	4	3
4	3	4	3	4	4
3	4	3	3	4	3
3	4	4	3	4	3
4	3	4	4	3	4
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

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



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

Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7
3	4	3	4	4	2	4
3	4	3	4	4	3	4
2	3	3	2	2	2	3
3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	4	4
4	3	3	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	4
3	3	4	4	4	3	3
3	4	4	4	4	2	4
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	4	4
3	3	3	3	3	4	4
1	4	3	3	3	1	3
4	2	3	4	3	3	4
3	4	3	3	2	4	3
4	3	4	4	4	3	4
3	4	4	3	3	4	3
4	3	4	4	4	3	4
3	2	4	3	4	4	3
3	3	4	3	4	3	3
4	3	3	4	4	2	3
3	3	4	4	4	3	4
3	4	4	3	4	3	4
4	3	4	4	3	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

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

**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 3 Hasil Uji Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Outer loadings - Matrix				
	Brand Image (X3)	Brand Trust (X2)	Keputusan Berdonasi (Y)	Social Media Marketing...
X1_1				0.789
X1_10				0.765
X1_2				0.809
X1_3				0.754
X1_4				0.733
X1_5				0.773
X1_6				0.788
X1_7				0.740
X1_8				0.787
X1_9				0.776
X2_1		0.818		
X2_2		0.838		
X2_3		0.799		
X2_4		0.831		
X3_1	0.804			
X3_2	0.777			
X3_3	0.735			
X3_4	0.743			
X3_5	0.805			
X3_6	0.762			
Y_1			0.776	
Y_2			0.787	
Y_3			0.754	
Y_4			0.802	
Y_5			0.766	
Y_6			0.701	
Y_7			0.858	

Construct reliability and validity - Overview

	Cronbach's alpha	Composite reliability (r...	Composite reliability (r...	Average variance extrac...
Brand Image (X3)	0.864	0.865	0.898	0.595
Brand Trust (X2)	0.839	0.840	0.893	0.675
Keputusan Berdonasi (Y)	0.891	0.893	0.915	0.607
Social Media Marketing (...)	0.924	0.925	0.936	0.595



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

Discriminant validity - Cross loadings

	Brand Image (X3)	Brand Trust (X2)	Keputusan Berdonasi (Y)	Social Media Marketing...
X1_1	0.704	0.692	0.745	0.789
X1_10	0.757	0.706	0.739	0.765
X1_2	0.745	0.776	0.752	0.809
X1_3	0.722	0.637	0.682	0.754
X1_4	0.653	0.580	0.641	0.733
X1_5	0.685	0.680	0.679	0.773
X1_6	0.708	0.689	0.713	0.788
X1_7	0.726	0.678	0.724	0.740
X1_8	0.728	0.730	0.716	0.787
X1_9	0.746	0.699	0.764	0.776
X2_1	0.736	0.818	0.766	0.738
X2_2	0.762	0.838	0.729	0.728
X2_3	0.740	0.799	0.740	0.730
X2_4	0.729	0.831	0.705	0.735
X3_1	0.804	0.709	0.760	0.756
X3_2	0.777	0.711	0.736	0.715
X3_3	0.735	0.657	0.703	0.716
X3_4	0.743	0.628	0.656	0.721
X3_5	0.805	0.736	0.762	0.734
X3_6	0.762	0.732	0.728	0.668
Y_1	0.717	0.625	0.776	0.704
Y_2	0.757	0.739	0.787	0.750
Y_3	0.703	0.728	0.754	0.714
Y_4	0.756	0.750	0.802	0.721
Y_5	0.716	0.648	0.766	0.707
Y_6	0.671	0.616	0.701	0.683
Y_7	0.797	0.764	0.858	0.783

**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

Discriminant validity - Cross loadings

	Brand Image (X3)	Brand Trust (X2)	Keputusan Berdonasi (Y)	Social Media Marketing...
X1_1	0.704	0.692	0.745	0.789
X1_10	0.757	0.706	0.739	0.765
X1_2	0.745	0.776	0.752	0.809
X1_3	0.722	0.637	0.682	0.754
X1_4	0.653	0.580	0.641	0.733
X1_5	0.685	0.680	0.679	0.773
X1_6	0.708	0.689	0.713	0.788
X1_7	0.726	0.678	0.724	0.740
X1_8	0.728	0.730	0.716	0.787
X1_9	0.746	0.699	0.764	0.776
X2_1	0.736	0.818	0.766	0.738
X2_2	0.762	0.838	0.729	0.728
X2_3	0.740	0.799	0.740	0.730
X2_4	0.729	0.831	0.705	0.735
X3_1	0.804	0.709	0.760	0.756
X3_2	0.777	0.711	0.736	0.715
X3_3	0.735	0.657	0.703	0.716
X3_4	0.743	0.628	0.656	0.721
X3_5	0.805	0.736	0.762	0.734
X3_6	0.762	0.732	0.728	0.668
Y_1	0.717	0.625	0.776	0.704
Y_2	0.757	0.739	0.787	0.750
Y_3	0.703	0.728	0.754	0.714
Y_4	0.756	0.750	0.802	0.721
Y_5	0.716	0.648	0.766	0.707
Y_6	0.671	0.616	0.701	0.683
Y_7	0.797	0.764	0.858	0.783

**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 4 Hasil Uji Analisis Model Struktural (Inner Model) dan Hipotesis

R-square - Overview

	R-square	R-square adjusted
Keputusan Berdonasi (Y)	0.910	0.908

f-square - Matrix

	Brand Image (X3)	Brand Trust (X2)	Keputusan Berdonasi (Y)	Social Media Marketing...
Brand Image (X3)			0.273	
Brand Trust (X2)			0.045	
Keputusan Berdonasi (Y)				
Social Media Marketing (...)			0.156	

PLS Predict - Cross loadings

	Q ² predict	LS-SEM_RMSE	LS-SEM_MAE	LM_RMSE	LM_MAE	IA_RMSE	IA_MAE
Y_1	0.507	0.586	0.500	0.644	0.502	0.835	0.638
Y_2	0.589	0.554	0.489	0.618	0.522	0.864	0.691
Y_3	0.524	0.523	0.457	0.556	0.453	0.759	0.593
Y_4	0.571	0.526	0.459	0.572	0.477	0.803	0.673
Y_5	0.507	0.513	0.456	0.560	0.465	0.731	0.586
Y_6	0.465	0.746	0.601	0.786	0.628	1.020	0.765
Y_7	0.640	0.474	0.410	0.503	0.413	0.791	0.665

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

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (ST...	T statistics (O /STDEV)	P values
Brand Image (X3) → Keputusan Berdonasi (Y)	0.478	0.478	0.085	5.588	0.000
Brand Trust (X2) → Keputusan Berdonasi (Y)	0.158	0.153	0.063	2.503	0.012
Social Media Marketing (X1) → Keputusan Berdonasi (Y)	0.344	0.349	0.079	4.363	0.000