



**Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Program  
Donasi, dan Iklan Media Sosial terhadap Keputusan  
Berdonasi pada *Crowdfunding* BawaBerkah.org**

(Studi Kasus pada Donatur *Crowdfunding* BawaBerkah.org di  
Indonesia)



UNIVERSITAS  
OLEH  
**MERCU BUANA**

**NIM: 55117120029**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2019**



**Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Program  
Donasi, dan Iklan Media Sosial terhadap Keputusan  
Berdonasi pada *Crowdfunding* BawaBerkah.org**

(Studi Kasus pada Donatur *Crowdfunding* BawaBerkah.org di  
Indonesia)

**TESIS**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi  
Magister Manajemen**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
OLEH  
MAULIDINA RAMADHANI

**NIM: 55117120029**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**PROGRAM PASCASARJANA**

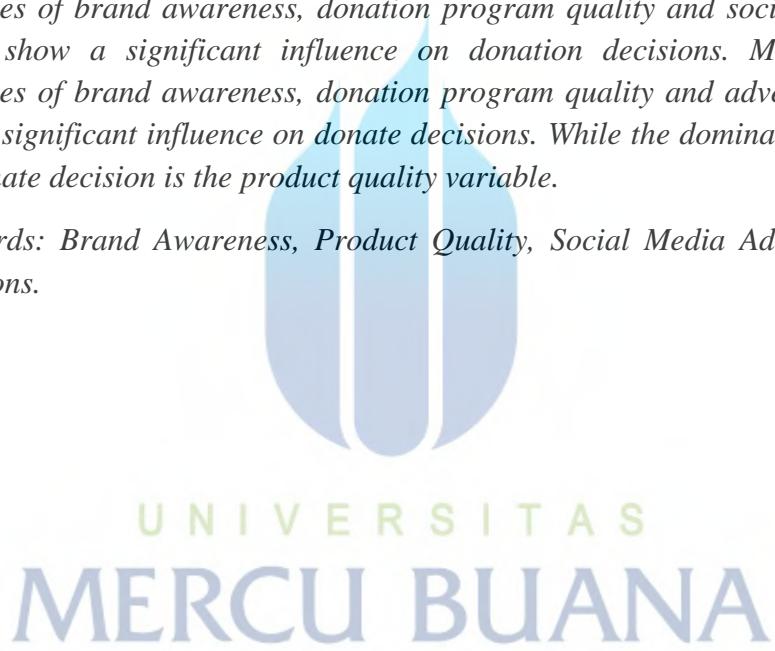
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2019**

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine and analyze about the influence of brands awareness, donation program quality, and advertising in social media towards donate decisions at the BawaBerkah.org as a fundraising company. By using purposive sampling techniques, this study succeeded in gathering as many as 96 people who were willing to become research respondents. The method of analysis used in this study is by multiple linear regression analysis using SPSS 25.0. The results of this study indicate that the variables of brand awareness, donation program quality, and social media support positively towards donation decisions. Partially, the variables of brand awareness, donation program quality and social advertising media show a significant influence on donation decisions. Meanwhile, the variables of brand awareness, donation program quality and advertising media have a significant influence on donate decisions. While the dominant variable on the donate decision is the product quality variable.*

*Keywords:* Brand Awareness, Product Quality, Social Media Ads, Purchasing Decisions.



## ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari kesadaran merek, kualitas program donasi, dan iklan media sosial terhadap keputusan berdonasi pada sebuah perusahaan penggalangan dana BawaBerkah.org. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, penelitian ini berhasil mengumpulkan sebanyak 96 orang yang bersedia menjadi responden survei penelitian. Metode analisa yang digunakan pada studi ini yaitu dengan analisa regresi linier berganda yang menggunakan SPSS 25.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek, kualitas program donasi, dan iklan media sosial berpengaruh secara positif terhadap keputusan berdonasi. Secara parsial, variabel kesadaran merek, kualitas program donasi dan iklan media sosial menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi. Sedangkan, variabel kesadaran merek, kualitas program donasi dan iklan media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pelanggan. Adapun variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan berdonasi yaitu variabel kualitas program donasi.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, Kualitas Produk, Iklan Media Sosial, Keputusan Pembelian, Crowdfunding

MERCU BUANA

## **LEMBAR PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Program Donasi, dan Iklan Media Sosial terhadap Keputusan Berdonasi pada Crowdfunding BawaBerkah.org

Nama : Maulidina Ramadhani

NIM : 55117120029

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 27 Juni 2020

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil penyelesaiannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 3 Juli 2020



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Program Donasi, dan Iklan Media Sosial terhadap Keputusan Berdonasi pada Crowdfunding BawaBerkah.org

Nama : Maulidina Ramadhani

NIM : 55117120029

Program Studi : Magister Manajemen

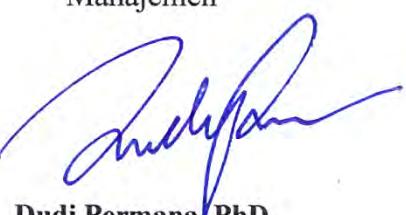
Tanggal : 27 Juni 2020



Direktur Pascasarjana

**Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus**

Ketua Program Studi Magister  
Manajemen

  
**Dudi Permana, PhD**

## **PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK***

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Maulidina Ramadhani

NIM : 55117120029

Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul “Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Program Donasi, dan Iklan Media Sosial terhadap Keputusan Berdonasi pada Crowdfunding BawaBerkah.org (Studi Kasus pada Donatur Crowdfunding BawaBerkah.org di Indonesia)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 18 Maret 2020, didapatkan nilai persentase sebesar 27%.

**MERCU BUANA**

Jakarta, 18 Maret 2020

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

## KATA PENGANTAR

Dengan memanajaktn puji dan syukur kehadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunianya-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Program Donasi, dan Iklan Media Sosial terhadap Keputusan Berdonasi pada *Crowdfunding* BawaBerkah.org (Studi Kasus pada Donatur Crowdfunding BawaBerkah.org di Indonesia).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyarata untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan konstribusi dalam penulisan karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Alugoro Mulyowahyudi, Dr., MM. sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.

Tak lupa penulis berterimakasih kepada Ketua Program Studi Dudi Permana, PhD. Demikian juga penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan penggalangan dana di Indonesia.

MERCU BUANA

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT .....</b>	i
<b>ABSTRAK .....</b>	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	iv
<b>PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>.....</b>	v
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	vi
<b>DAFTAR ISI.....</b>	vii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	ix
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
1.1.    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2.    Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah Penelitian .....	8
1.3.    Ruang Lingkup Penelitian .....	9
1.4.    Maksud dan Tujuan Penelitian .....	10
1.5.    Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....</b>	12
2.1.    Kajian Teori.....	12
2.2.    Penelitian Terdahulu.....	28
2.3.    Kerangka Pemikiran .....	38
2.4.    Hubungan antara Variabel.....	38
2.5.    Hipotesis .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	42
3.1.    Metode dan Variabel Penelitian.....	42
3.2.    Definisi Operasional .....	44
3.3.    Jenis dan Sumber Data .....	48
3.4.    Populasi dan Sampel .....	49
3.5.    Metode Pengumpulan Data .....	53

<b>3.6. Metode Analisis Data .....</b>	<b>53</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	62
4.2. Hasil Analisa Penelitian .....	63
4.3. Analisa dan Pembahasan .....	69
4.4. Pembahasan .....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>89</b>
5.1. Kesimpulan.....	89
5.2. Saran .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>101</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Total Perolehan Donasi BawaBerkah tahun 2017-2019 .....	3
Tabel 1.2. Total Program Donasi BawaBerkah tahun 2018.....	4
Tabel 1.3. Lima Crowdfunding Ternama di Indonesia .....	5
Tabel 1.4. Hasil Perbandingan Pra-Survei Marketing Mix 4P & Kesadaran Merek BawaBerkah.org (Angka) .....	6
Tabel 1.5. Hasil Perbandingan Pra-Survei Marketing Mix 4P & Kesadaran Merek BawaBerkah.org (Pesentase).....	7
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1. Skala Likert Pertanyaan Tertutup .....	46
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	46
Tabel 3.3. Total Donatur BawaBerkah.org tahun 2017-2019 .....	50
Tabel 4.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	64
Tabel 4.2 Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel Kesadaran Merek (X1) .....	66
Tabel 4.3 Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Variabel Kualitas Produk (X2) .....	67
Tabel 4.4 Deskripsi Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel Iklan Media Sosial (X3) .....	68
Tabel 4.5 Deskripsi Hasil Pertanyaan Variabel Keputusan Berdonasi (Y) .....	69
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Kesadaran Merek (X1) .....	70
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Kualitas Produk (X2).....	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Iklan Media Sosial (X3) .....	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Keputusan Berdonasi (Y) .....	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Variabel .....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Data.....	74

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas Data .....	75
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi R-Square Keputusan Berdonasi.....	78
Tabel 4.14 Hasil Analisis Uji F Keputusan Berdonasi .....	79
Tabel 4.15 Hasil Regresi Linier Berganda Keputusan Berdonasi (Y) .....	80
Tabel 4.16 Hasil Korelasi Antar Variabel.....	82



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1. Jumlah Dana yang Terkumpul dan Jumlah Donasi yang Telah Disalurkan oleh Crowdfunding Kitabisa.com.....	2
Gambar 2.1. Grafik Kerangka Pemikiran .....	38
Gambar 3.1. Desain Penelitian.....	43
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas Data .....	74
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	76

