

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *influencer* Leonardo Edwin terhadap keputusan berdonasi generasi Z di platform *crowdfunding* Kitabisa. Pada penelitian ini, digunakan jenis penelitian kuantitatif asosiatif dengan menggunakan metode angket dalam mengumpulkan data. Teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori *influencer* dan teori *A-A procedure*. Penelitian ini meneliti pengaruh dari variabel *influencer* (X) terhadap variabel keputusan berdonasi (Y) dengan menguji data sampel dari 100 orang yang merupakan pengikut akun Instagram @leo_edw. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan alat pengolahan berupa program SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi 5% terhadap 100 orang responden, dengan hasil perhitungan $4,952 > 1,984$, maka hipotesis kerja (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh dari variabel *influencer* (X) terhadap variabel keputusan berdonasi (Y). Didapat juga nilai koefisien dari persamaan regresi linear, yaitu sebesar 0,819 yang mana nilai ini memprediksi apabila *influencer* meningkat 1% maka keputusan berdonasi akan meningkat sebesar 0,819. Selain itu, *influencer* memiliki kontribusi cukup berarti terhadap keputusan berdonasi dengan nilai kontribusi sebesar 0,200 atau 20%. Sedangkan sisanya 80% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Influencer*, Keputusan Berdonasi, Kitabisa, Generasi Z

ABSTRACT

This study aimed to discover the influence of influencer Leonardo Edwin on the donation decisions of Generation Z on the Kitabisa crowdfunding platform. This study used an associative quantitative research design using the questionnaire method for data collection. This study used influencer theory and A-A procedure theory. This research examines the influence of the influencer variable (X) on the donation decision variable (Y) by testing a sample data of 100 individuals who are followers of the Instagram account @leo_edw. This study examined the influence of the influencer variable (X) on the donation decision variable (Y) by testing a sample data of 100 individuals who are followers of the Instagram account @leo_edw. The sampling technique used was simple random sampling. The obtained data was then processed using simple linear regression analysis using SPSS version 26 as the data processing tool. The results of this study showed that the value $t_{\text{calculated}} (4.952) > t_{\text{table}} (1.984)$ at a 5% significance level for the sample of 100 respondents. Therefore, the alternative hypothesis (H_a) was accepted, and the null hypothesis (H_o) was rejected. This indicated that there was an influence of the influencer variable (X) on the donation decision variable (Y). The coefficient value of the simple linear regression equation was determined to be 0.819. This meant that a 1% increase in the influencer variable would result in a 0.819 increase in the donation decision variable. Moreover, the influencer variable contributed significantly to the donation decision, with a contribution value of 0.200, or 20%. The remaining 80% was influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Influencer, Donation Decision, Kitabisa, Generation Z.*

