

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pendapatan, *religiusitas*, jiwa sosial, dan efektivitas kampanye terhadap keputusan donasi *online* melalui *platform crowdfunding* bagi para kaum milenial di Kota Padang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada 115 orang responden. Dari penelitian yang sudah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan, yakni:

- a. Pendapatan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan donasi *online* melalui *platform crowdfunding*. Artinya adalah pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan donasi *online* melalui *platform crowdfunding* bagi generasi milenial di Kota Padang.
- b. *Religiusitas* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan donasi *online* melalui *platform crowdfunding*. Artinya adalah *religiusitas* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan donasi *online* melalui *platform crowdfunding* bagi generasi milenial di Kota Padang.
- c. Jiwa sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan donasi *online* melalui *platform crowdfunding*. Artinya jiwa sosial memiliki pengaruh terhadap keputusan donasi secara *online* melalui *platform crowdfunding* bagi generasi milenial di Kota Padang.

- d. Efektivitas Kampanye positif dan signifikan terhadap keputusan donasi *online* melalui *platform crowdfunding*. Artinya, efektifitas kampanye memiliki pengaruh terhadap keputusan donasi secara *online* melalui *platform crowdfunding* bagi generasi milenial di Kota Padang.

5.2. Implikasi Penelitian

5.2.1. Bagi Perusahaan / Penyedia Platform Crowdfunding

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pihak perusahaan atau penyedia *platform crowdfunding* untuk meningkatkan inovasi dan mengatur strategi. Pada penelitian ini ditemukan bahwa jiwa sosial dan efektivitas kampanye berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan donasi secara *online* melalui *platform crowdfunding* bagi masyarakat millennial di Kota Padang. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerja *platform crowdfunding* dengan membangun citra dan reputasi yang baik, membangun kepercayaan masyarakat dengan menyebarkan informasi yang dapat dipercaya, serta memiliki sistem dan pengelolaan yang cepat dan akurat.

5.2.2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para peneliti selanjutnya sebagai referensi dan bahan bacaan yang berkaitan dengan keputusan donasi secara *online* melalui *platform crowdfunding*.

5.3. Keterbatasan Penelitian

- a. Penelitian ini hanya menggunakan variabel pendapatan, *religiusitas*, jiwa sosial dan efektivitas kampanye sebagai variabel independen.
- b. Objek penelitian hanya terfokus kepada masyarakat milenial atau generasi Y di kota Padang dengan sampel sebanyak 115 orang.
- c. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner baik secara *online* maupun *offline* yang masih memiliki kelemahan seperti responden yang tidak serius, tidak cermat membaca pernyataan kuesioner dan asal-asalan dalam mengisi jawaban kuesioner.

5.4. Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa saran perlu dipertimbangkan bagi penelitian selanjutnya, yaitu disarankan untuk memperluas objek penelitian, tidak hanya untuk masyarakat milenial di Kota Padang saja. Disarankan untuk menambah jumlah sampel untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi, serta disarankan untuk menambahkan beberapa variabel independen lainnya yang tidak dibahas pada penelitian ini, seperti: inovasi *platform* (Aziz, 2019), *brand awareness* (Tyasmadanti, 2021), kepercayaan (Li, 2017), persepsi masyarakat, akuntabilitas dan transparansi (Nafidzah, 2020)

