

6-30-2021

FAKTOR INFORMASI ONLINE DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTOR PADA PLATFORM CROWDFUNDING BERBASIS DONASI

Rendy Adhi Pratama

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia

Liyu Adhi Kasari Sulung

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia, liyu.adhi@ui.ac.id

Sri Rahayu

Program Pendidikan Vokasi, Universitas Indonesia

Follow this and additional works at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jvi>



Part of the [Accounting Commons](#), [Arts Management Commons](#), [Business Administration, Management, and Operations Commons](#), [Business Analytics Commons](#), [Educational Administration and Supervision Commons](#), [Insurance Commons](#), and the [Tourism and Travel Commons](#)

Recommended Citation

Pratama, Rendy Adhi; Sulung, Liyu Adhi Kasari; and Rahayu, Sri (2021) "FAKTOR INFORMASI ONLINE DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTOR PADA PLATFORM CROWDFUNDING BERBASIS DONASI," *Jurnal Vokasi Indonesia*: Vol. 9: No. 1, Article 8.

DOI: 10.7454/jvi.v9i1.1188

Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jvi/vol9/iss1/8>

This Article is brought to you for free and open access by the Vocational Education Program at UI Scholars Hub. It has been accepted for inclusion in Jurnal Vokasi Indonesia by an authorized editor of UI Scholars Hub.

FAKTOR INFORMASI ONLINE DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTOR PADA PLATFORM CROWDFUNDING BERBASIS DONASI

Rendy Adhi Pratama¹, Liyu Adhi Kasari Sulung², Sri Rahayu³

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia,

³ Program Pendidikan Vokasi, Universitas Indonesia,

Corresponding Author's Email: liyu.adhi@ui.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran informasi online terhadap proses pengambilan keputusan investor dalam bentuk *crowdfunding* berbasis donasi. Kami menggunakan Kitabisa.com sebagai platform *crowdfunding* berbasis donasi dan mengumpulkan 74 data proyek sumbangan. Penelitian ini menggunakan kombinasi antara model regresi dengan data *cross section* dan *Elaboration likelihood model*. Hasil penelitian ini menemukan bahwa beberapa variabel informasi online sangat penting seperti variabel *updates* dan *shares on Facebook*, terbukti signifikan untuk mempengaruhi keputusan investor terhadap Platform *crowdfunding* yang ada di Indonesia. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kedua rute sentral yang didapat dari banyaknya *updates* yang dilakukan oleh pemilik proyek dan *peripheral route*, yang didapat dari banyaknya *shares* di media sosial *Facebook*, memiliki faktor yang sama-sama signifikan dalam mempengaruhi kesuksesan penggalangan dana melalui sistem *crowdfunding* di Indonesia. Oleh karena itu, kedua faktor baik dari segi rute sentral (dari faktor *updates*) dan *peripheral* (faktor *Shares on Facebook*) sama-sama memiliki pengaruh dalam mempengaruhi kesuksesan pendanaan *crowdfunding* di platform Kitabisa.com

Kata kunci : *Crowdfunding* berbasis donasi; pengambilan keputusan; *elaboration likelihood model*; informasi online; *cross section*

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of online information in the decision-making process of investors in the form of donation-based crowdfunding. We use Kitabisa.com as a donation-based crowdfunding platform and collect 74 data on donation projects. This study uses the combination of a regression model with cross section data and an Elaboration likelihood model. The results of this study found that several very important online information variables, such as updates and shares on Facebook, proved significant to influence investors' decisions on crowdfunding platforms in Indonesia. The results of this study prove that the central routes obtained from project updates made by the project owner and the peripheral route, which are obtained from the number of shares on Facebook social media, have equally significant factors in influencing the success of raising funds through the crowdfunding system in Indonesia. Therefore, the two factors, both in terms of the central route (from the updates factor) and the peripheral route (from Shares on Facebook) have an influence on the success of crowdfunding funding on the Kitabisa.com platform.

Keywords: *Donation based crowdfunding; decision making; elaboration likelihood model; online information; cross section.*

PENDAHULUAN

Pendahuluan mencakup latar belakang atas isu atau permasalahan serta urgensi dan rasionalisasi kegiatan (penelitian atau pengabdian). Tujuan kegiatan dan rencana pemecahan masalah disajikan dalam bagian ini. *Crowdfunding* menjelaskan tentang kerjasama kolektif, perhatian dan kepercayaan dari orang-orang yang terhubung dan mengumpulkan uang mereka bersama-sama, biasanya melalui internet, dengan maksud untuk mendukung usaha yang diinisiasikan oleh kelompok atau organisasi (Michael Sullivan, 2006). Jenis-Jenis *Crowdfunding* dibagi menjadi empat jenis yaitu

Donation, Reward, Lending dan Equity (Belleflamme et al, 2015 dan Marzban Asutay, 2014).

Saat ini sudah banyak berkembang situs-situs *Crowdfunding* berbasis donasi yang paling populer di dunia. Situs-situs ini terbilang sukses dan banyak menangani sejumlah besar kampanye *crowdfunding*. Dengan situs-situs ini pula banyak orang yang dipermudah untuk melakukan penggalangan dana. Khususnya bagi mereka yang memiliki ide kampanye untuk penggalangan dana. Situs *Crowdfunding* di Dunia yang berbasis donasi tersebut diantaranya ada *Kickstarter* yaitu sebuah

platform pendanaan untuk proyek-proyek kreatif. Semuanya dari film, game, dan musik untuk seni, desain, dan teknologi. Sejak peluncurannya pada tanggal 28 April 2009, lebih dari 350 juta Dollar US telah diberikan oleh lebih dari 2,5 juta orang, mendanai lebih dari 30.000 proyek-proyek kreatif. Selain *Kickstarter* adapula *Indiegogo*, *RocketHub* dan *Quirkey*. Sedangkan di Indonesia pada tahun 2008 hingga 2013 bermunculan beberapa situs *Crowdfunding* di Indonesia seperti *Wujudkan.com*, *Patungan.com*, hingga *Kitabisa.com* yang banyak memfasilitasi proyek non-profit seperti pendidikan, pertunjukan seni, budaya dan kesehatan.

Dalam pendanaan *Crowdfunding* juga diperlukan sebuah model untuk melihat keputusan investasi yaitu dengan *Elaboration Likelihood Model* (Sheng Bi et al, 2016). Model ini merupakan model yang sifatnya persuasif, *Elaboration Likelihood Model (ELM)* ini adalah bagaimana orang atau penerima dapat terpengaruh oleh maksud dari pesan yang disampaikan oleh komunikator sehingga tujuan yang diinginkan oleh komunikator dapat direalisasikan secara langsung (Richard E Petty dan John T. Cacioppo, 1980). Di model ELM ini memiliki dua rute bagaimana penerima dapat menerima pesan yang disampaikan yaitu *Central Route* dan *Peripheral Route*. Perbedaan model ELM antara yang terdapat pada jurnal Sheng Bi tahun 2016 dengan penelitian ini adalah pada *Central Route* terdapat variabel *Word Count* dan *Video Count* sedangkan di penelitian ini ditambahkan variabel *Updates* sebagai pembeda. Sedangkan pada *Peripheral Route* terdapat variabel *Like Count* dan *Number of Review* yang pada penelitian ini diganti dengan variabel *Shares on Facebook* guna mendapatkan faktor yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

Dalam jurnal Sheng Bi et al (2016) membahas mengenai pengaruh informasi online pada keputusan investor terhadap *Crowdfunding* berbasis reward/hadiah dan hasilnya adalah signifikan bahwa informasi online berpengaruh terhadap Keputusan Investor dalam mendanai Proyek *Crowdfunding* yang berbasis hadiah. Oleh sebab itu dalam penelitian ini penulis ingin meneliti seberapa signifikan pengaruh informasi online tersebut terhadap keputusan investor pada proyek *Crowdfunding* yang berbasis Donasi, dalam hal ini penulis akan menggunakan salah satu proyek *Crowdfunding* terpopuler di Indonesia yaitu *Kitabisa.com*.

Berdasarkan latar belakang yang sudah disebutkan di atas, penulis akan menguji secara empiris mengenai peran Informasi Online Terhadap Pengambilan Keputusan Investor Pada Platform

Crowdfunding Berbasis Donasi (Studi Empiris pada Platform *Crowdfunding* di Indonesia, *Kitabisa.com*).

TINJAUAN PUSTAKA

Elaboration likelihood model

Elaboration likelihood model adalah teori persuasi (Petty dan Cacioppo, 1983, 1986), dan model teoretis utama dalam penelitian perilaku online (Chu dan Kamal, 2008; Gupta dan Harris, 2005; Ho dan Bodoff, 2014; Shih et al., 2013; Park dan Kim, 2008; Lee dan Youn, 2009; Sher dan Lee, 2009). ELM tidak hanya dibangun dengan baik untuk dengan jelas dan sederhana mengartikulasikan proses persuasi. Hal ini juga sangat deskriptif bahwa itu dapat menampung sejumlah hasil yang berbeda dan oleh karena itu dapat digunakan sebagai dukungan dalam banyak situasi. Model begitu baik dikutip dalam penelitian baru yang dimasukkan diharapkan, diantisipasi, dan sering dibutuhkan oleh editor jurnal dan Reviewer sama-sama mewakili salah satu komunikasi pemasaran Suci dan paling-dikutip model (Bhattacharjee dan Sanford, 2006; Ho dan Bodoff, 2014; Pasadeos, Phelps dan Edison, 2008).

Sementara menyelidiki faktor penentu perilaku online, berbagai studi sebelumnya (Luo et al., 2014; Cheung, Lee dan Rabjohn, 2008; Chu dan Kamal, 2008; Jones, Sinclair dan Courneya, 2006; Park, Lee, dan Han, 2007; Shih et al., 2013) dimanfaatkan kemungkinan elaborasi model sebagai latar belakang teoritis mereka. ELM menganggap ada dua rute untuk mempengaruhi persepsi kredibilitas informasi setiap pembaca: *the central route* dan *peripheral route*.

The Central route melibatkan konten informasi dengan efek kognitif yang luas, Sedangkan *Peripheral route* sering bergantung pada karakteristik lingkungan terkait dengan informasi tanpa apapun dalam pikiran (Luo et al., 2014). Dalam literatur sebelumnya, para peneliti selalu menganggap informasi tentang *Signals of Project Quality* untuk berada di *Central route* dan *E-word of mouth* untuk berada dalam *Peripheral route* seperti mereka mengeksplorasi pengaruh faktor-faktor yang terkait dengan dua rute pada konsumen akhir sikap produk dan kesiediaan untuk membeli (Cheung et al., 2008; Chu dan Kamal, 2008; Gupta dan Harris, 2005; Lee et al., 2008; Park et al., 2007; Park dan Kim, 2008; Park dan Lee, 2008; Sher dan Lee, 2009).

Signals of Project Quality

Menurut literatur sebelumnya, para peneliti telah menunjukkan bahwa investasi atau pendanaan yang sukses secara signifikan berhubungan terhadap *Signals of Project Quality* kesiapsiagaan, narasi dan lain-lain, serta kualitas individu seperti karakteristik personal, kelayakan kredit, dan jaringan sosial (Mollick, 2013, 2014; Colombo, Franzoni dan Rossi-Lamastra, pada tahun 2013; Younkin dan Kashkooli, 2013; Zvilichovsky, Inbar dan Barzilay, pada tahun 2013; Burtch, Ghose, dan Wattal, 2013). Sinyal diidentifikasi kualitas proyek dapat memprediksi proyek sukses; proyek-proyek berkualitas baik menerima pendanaan dan proyek-proyek kualitas lebih rendah menerima sedikit atau tidak ada pendukung. Pentingnya kualitas sinyal lebih lanjut diperbesar melalui efek Matius (Merton, 1957) yang mengalikan dampak proyek berkualitas. Proyek-proyek berkualitas tinggi menarik penyandang dana yang dapat mempromosikan proyek untuk investor potensial lainnya atau eksternal Media, sehingga meningkatkan proyek lebih menarik (Mollick, 2013, 2014).

Dalam penelitian kali ini penulis memasukan 3 variabel independen yang berkaitan dengan *Signals of Project Quality* yaitu Variabel *Description of Word Length*, Variabel *Dummy Video* dan Variabel *Blog/Updates*.

Description of Word Length adalah bagian *Signals of Project Quality* yang menggambarkan banyaknya jumlah kata yang menjadi deskripsi dari kampanye proyek tersebut, dalam jurnal Sheng Bi (2016) halaman 13 semakin banyak jumlah kata dalam proyek maka semakin detil informasi yang disampaikan sehingga memiliki hubungan positif terhadap keputusan investor dalam mendanai proyek tersebut.

Adapun Hipotesis Penelitian pada variabel *Description of Word Length* ini adalah:

H1a. Jumlah Description Word Length pada proyek Crowdfunding ini memiliki efek positif pada keputusan investor untuk mendanai proyek.

Dummy Video adalah bagian *Signals of Project Quality* yang bersifat kualitatif dalam variabel independen ini artinya nilai variabel bersifat kategorikal seperti 1 jika memenuhi kategori terdapat video dalam kampanye proyek tersebut dan 0 jika tidak memenuhi kategori tersebut., dalam jurnal Sheng Bi (2016) halaman 13 dengan adanya video dalam proyek maka akan meminimalisir persiapan dalam kampanye proyek tersebut dan akan menghasilkan proyek dengan kualitas yang tinggi sehingga memiliki hubungan positif terhadap keputusan investor dalam mendanai proyek tersebut.

Adapun Hipotesis Penelitian pada variabel *Dummy Video* ini adalah:

H1b. Memiliki video dalam pengantar Crowdfunding berbasis donasi memiliki efek positif pada keputusan investor untuk mendanai proyek.

Blog/Updates adalah bagian *Signals of Project Quality* yang menggambarkan berapa kali terdapatnya update informasi mengenai kondisi terkini terhadap kampanye proyek tersebut. dalam jurnal Sheng Bi (2016) tidak terdapat variabel tersebut namun terdapat dalam jurnal lain yaitu jurnal Ethan Mollick (2013) halaman 9 menjelaskan bahwa *quick updates* signifikan terhadap kesuksesan proyek sehingga variabel *Blog/Updates* ini menjadi variabel tambahan pada penelitian ini. Adapun Hipotesis Penelitian pada variabel *Blog/Updates* ini adalah:

H1c. Jumlah Blog/Updates dalam pengantar Crowdfunding berbasis donasi memiliki efek positif pada keputusan investor untuk mendanai proyek.

E-Word of Mouth

Sarjana dan praktisi telah mengakui bahwa ulasan online sebagai alat pemasaran yang paling efektif, karena perilaku online masyarakat akan sangat terpengaruh oleh *E-word of mouth* dan pembeli online sangat bergantung pada review produk online untuk membuat keputusan-keputusan pembelian (Park dan Kim, 2008; Schlosser, 2011; Sen dan Lerman, 2007). Misalnya, konsumen selalu menilai review produk online menggunakan peringkat, sumber, jumlah "Suka", dan keseluruhan jumlah review positif dan negatif (Benedictus, Brady, Darke, dan Voorhees, 2010; Forman, Ghose dan Wiesenfeld, 2008; Pan dan Zhang, 2011; Schlosser, 2011). Jiménez dan Mendoza (tahun 2013) studi menyatakan bahwa produk online ulasan sekarang biasanya disertai oleh indikator resensi perjanjian dan sinyal konsensus seperti jumlah "Suka," jumlah pemeriksa yang bermanfaat review, dan jumlah penelaah yang setuju dengan review.

Dalam penelitian kali ini penulis akan membedakan *E-Word of mouth* dengan yang ada pada jurnal Sheng Bi (2016) ini, yaitu dengan hanya memasukan 1 variabel independen yang berkaitan dengan *E-Word of mouth* lainnya yaitu Variabel *Share on Facebook*. *Share on Facebook* adalah bagian *E-Word of mouth* yang menggambarkan seberapa banyak jumlah share/bagikan kampanye produk tersebut oleh orang yang melihat kampanye proyek tersebut ke akun facebook, dalam jurnal Sheng Bi (2016) tidak terdapat variabel tersebut sehingga ini menjadi variabel penambah pada

penelitian ini. Adapun Hipotesis Penelitian pada variabel *Share on Facebook* ini adalah:

H2. Jumlah Share on Facebook dalam pengantar Crowdfunding berbasis donasi memiliki efek positif pada keputusan investor untuk mendanai proyek.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *cross section*. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, model penelitian ini dinamakan regresi data berganda OLS. Dalam mengolah data, *Software* yang digunakan untuk dalam penelitian ini adalah *Microsoft Excel 2013* dan *Eviews 9*.

Data yang digunakan penulis merupakan data *cross section* dan bersifat data sekunder. Data proyek *Crowdfunding* yang digunakan hanya memiliki satu titik waktu tertentu (t). Sehingga data dalam penelitian ini bersifat *cross section* meski waktu pengambilan data adalah sejak tahun 2015 hingga 2017.

Data diperoleh dari objek penelitian penulis yaitu sebanyak 74 proyek dari platform *kitabisa.com*. Platform *Crowdfunding* tersebut dipilih karena merupakan salah satu platform *Crowdfunding* terpopuler di Indonesia saat ini.

Metode pengambilan sampel digunakan oleh penulis adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu mengambil sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang telah ditentukan peneliti sebelumnya agar didapatkan sampel yang diinginkan dan *quota sampling* yaitu mengambil sampel berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan dimensi populasi (Cooper dan Schindler, 2008).

Li dan Martin (2016) dalam penelitiannya menggunakan kesuksesan pendanaan proyek *Crowdfunding* sebagai variabel dependen. Indikator kesuksesan proyek *Crowdfunding* dilihat dari presentase dana yang diperoleh dalam proyek. Proyek dikatakan berhasil jika mampu mencapai target pendanaan (100 persen atau lebih) selama rentang waktu penggalangan dana yang ditentukan dan gagal jika sebaliknya. Sementara Zheng et al., (2014) menggunakan variabel dependen berupa performa *Crowdfunding* yang diukur berdasarkan presentase dana yang diperoleh proyek *Crowdfunding*. Mengikuti penelitian yang telah ada sebelumnya, peneliti menggunakan kesuksesan pendanaan dan presentase pendanaan proyek sebagai variabel dependen.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan empat variabel independen, yakni *description word length*, *dummy video*, *blogs/updates*, dan *shares on facebook*, dan dua variabel kontrol, yakni *duration* dan *other project backed*.

Description Word Length merupakan salah satu bagian dari *Signals of Project Quality* pada *Elaboration Likelihood Model* dan di dalam operasional variabel nya menggambarkan banyaknya jumlah kata yang menjadi deskripsi dari kampanye proyek tersebut.

Dummy Video merupakan salah satu bagian dari *Signals of Project Quality* pada *Elaboration Likelihood Model* yang dalam operasional variabelnya variabel independen. Video ini bersifat kualitatif (Gujarati, 2009). Sifat kualitatif dalam variabel independen ini artinya nilai variabel bersifat kategorikal seperti 1 jika memenuhi kategori terdapat video dalam kampanye proyek tersebut dan 0 jika tidak memenuhi kategori tersebut.

Blog/Updates merupakan salah satu bagian dari *Signals of Project Quality* pada *Elaboration Likelihood Model* yang dalam operasional variabel nya menggambarkan berapa kali terdapatnya *update* informasi mengenai kondisi terkini terhadap kampanye proyek tersebut.

Share on Facebook merupakan salah satu bagian dari *E-Word of Mouth* pada *Elaboration Likelihood Model* dan di dalam operasional variabel nya menggambarkan seberapa banyak jumlah *share*/bagikan kampanye produk tersebut oleh orang yang melihat kampanye tersebut dari website *kitabisa.com* ke akun facebook.

Duration merupakan salah satu variabel kontrol dan di dalam operasional variabel nya di dapat dari jumlah hari dari awal kampanye proyek tersebut di unggah hingga akhir kampanye proyek tersebut.

Other Project Backed merupakan salah satu variabel kontrol dan di dalam operasional variabel yaitu jumlah proyek lainnya yang didukung atau dibuat oleh inisiator lain namun dengan tujuan yang sama. Kampanye proyek tersebut dapat saja dilakukan tidak hanya oleh 1 orang inisiator namun oleh beberapa inisiator yang mendukung kampanye tersebut.

Model penelitian yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada model yang digunakan oleh Sheng Bi et al (2016), "*The Influence of online information on investing decisions of reward-based crowdfunding*" dengan sedikit modifikasi. Pada penelitian ini dilakukan beberapa modifikasi pada model tersebut, yaitu adanya penambahan variabel independen yaitu *Blog/Updates*. Penambahan variabel ini mengacu pada jurnal oleh Ethan

Mollick (2013) yang menjadikan *Blog/Updates* sebagai factor yang mempengaruhi kesuksesan proyek *crowdfunding*. Berikut model yang digunakan dalam penelitian:

$$INVESTOR = C(1) + C(2)*DURATION + C(3)*OTHER_PROJECT_BACKED + C(4)*DESCRIPTION_WORD_LENGTH + C(5)*DUMMY_VIDEO + C(6)*BLOG_UPDATES + C(7)*SHARES_ON_FB + \varepsilon_i$$

Keterangan:

INVESTOR = Jumlah Investor yang mendanai proyek *Crowdfunding*

DURATION = Jumlah hari dari awal kampanye proyek tersebut di unggah hingga akhir proyek

OTHERPROJECTBACKED = Jumlah proyek lainnya yang didukung atau dibuat oleh inisiator lain namun dengan tujuan yang sama.

DESCRIPTION WORD LENGTH = Jumlah kata yang menjadi deskripsi dari kampanye proyek tersebut.

DUMMY VIDEO = Nilai Dummy yang artinya 1 jika memenuhi kategori terdapat video dalam kampanye proyek tersebut dan 0 jika tidak memenuhi kategori tersebut

BLOG/UPDATES = Jumlah update informasi mengenai kondisi terkini terhadap kampanye proyek tersebut. Jumlah update informasi mengenai kondisi terkini terhadap kampanye proyek tersebut.

SHARES ON FACEBOOK = Jumlah share/bagikan kampanye produk tersebut oleh orang yang melihat kampanye tersebut dari website kitabisa.com ke akun facebook.

ε_i = Faktor error

Pada model ini penulis ingin melihat secara keseluruhan pengaruh dari dua variabel kontrol yaitu *Duration* dan *Others Project Backed* ditambah dengan tiga variabel independen bagian *Signals of Project Quality* yaitu *Description Word Length*, *Dummy Video* dan *Blog/Updates* ditambah dengan satu variabel independen bagian *E- Word of Mouth* yaitu *Shares on Facebook* dengan variabel dependennya yaitu *Investor* yang mendanai proyek

Crowdfunding menggunakan metode regresi OLS. Alasan penggunaan metode regresi OLS dikarenakan estimasi yang dilakukan bertujuan untuk memprediksi nilai dependen variabel yang berbentuk nilai murni menggunakan independen variabel.

Penelitian ini melakukan analisis terhadap 4 model untuk menentukan model yang terbaik. Pada Model 1 penulis ingin melihat pengaruh dari dua variabel control yaitu *Duration* dan *Others Project Backed* beserta variabel independen tambahan dari *Signals of Project Quality* yaitu *Blog/Updates* terhadap variabel dependen *Investor*. Model 2 penulis ingin melihat pengaruh dari dua variabel control yaitu *Duration* dan *Others Project Backed* dengan ketiga bagian dari *Signals of Project Quality* yaitu *Blog/Updates*, *Dummy Video* dan *Description Word Length* terhadap variabel dependen *Investor*. Model 3 penulis ingin melihat pengaruh dari dua variabel control yaitu *Duration* dan *Others Project Backed* dengan bagian dari *E-Word of Mouth* yaitu *Shares on Facebook* terhadap variabel dependen *Investor*. Dan Model 4 penulis ingin melibatkan semua variabel yaitu pengaruh dari dua variabel control yaitu *Duration* dan *Others Project Backed* dengan ketiga bagian dari *Signals of Project Quality* yaitu *Blog/Updates*, *Dummy Video* dan *Description Word Length* juga dengan bagian dari *E-Word of Mouth* yaitu *Shares on Facebook* terhadap variabel dependen *Investor*.

HASIL DAN PEMBAHASAN (RESULT AND DISCUSSION)

Pada penelitian ini, *sample* yang memenuhi kriteria penelitian berjumlah 74 proyek yang terdani dan kampanye nya sudah selesai di *Platform Crowdfunding* Kitabisa.com. Hasil pengujian statistik deskriptif terhadap seluruh variabel yang digunakan dalam model penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Dari hasil analisis deskriptif menggunakan 74 sampel proyek, diperoleh nilai rata-rata sebesar 471,2297 investor dengan median sebesar 81,5, dan standar deviasi sebesar 1416,588. Proyek memiliki batas minimum Investor sebanyak 2 pada proyek

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Mean	Median	Maximum	Minimum	Std. Deviasi
Investor	74	471.2297	81.5000	11857.00	2.0000	1416.588
Duration	74	68.7297	31.0000	567.0000	4.0000	97.2336
Other Project Backed	74	19.5135	2.0000	458.0000	1.0000	75.6890
Description Word Length	74	393.784	344.00	1630.00	93.000	273.032
Dummy Video	74	0.1757	0.0000	1.0000	0.0000	0.3831
Blog/Updates	74	2.8243	2.0000	14.0000	0.0000	2.83017
Shares on Facebook	74	20566.72	312.00	278682.0	0.0000	52838.55

“Kaki Palsu untuk Teguh” yang berkategori Bantuan Medis dan Kesehatan, sedangkan batas maksimum Investor sebanyak 11857 pada proyek “Donasi peduli Aleppo – Suriah” yang berkategori Kemanusiaan.

Untuk variabel durasi, dari hasil analisis deskriptif menggunakan 74 sampel proyek diperoleh nilai rata-rata selama 68,7297 hari dengan median sebesar 31, dan standar deviasi sebesar 97,2336. Durasi proyek memiliki batas minimum sebanyak 4 hari pada proyek Bantu “Pak Jami Untuk mengobati Penyakit Aneh” yang berkategori Bantuan Medis dan Kesehatan, sedangkan batas maksimum Durasi proyek selama 567 hari pada proyek “Donasi Peduli Aleppo – Suriah” yang berkategori Kemanusiaan.

Terkait variabel *other project backed*, dari hasil analisis deskriptif menggunakan 74 sampel proyek, diperoleh nilai rata-rata proyek lainnya yang didanai sebesar 19,5135 dengan median sebesar 2, dan

standar deviasi sebesar 75,689. Proyek lainnya yang didanai memiliki batas minimum sebanyak 1 proyek, sedangkan batas maksimum proyek lainnya yang didanai sebanyak 458 proyek pada proyek “Melawan Asap – Indra Bakti” yang berkategori Bencana Alam.

Pada variabel *description word length*, dari hasil analisis deskriptif menggunakan 74 sampel proyek, diperoleh nilai rata-rata sebesar 393,7838 kata per proyek dengan median sebesar 344, dan standar deviasi sebesar 273,032. Proyek memiliki batas minimum sebanyak 93 kata per proyek pada proyek “Ifthar dan Sahur Bersama Yatim Suriah” yang berkategori Kegiatan Sosial, sedangkan batas maksimum sebanyak 1630 kata per proyek pada proyek “Donasi Rp.50ribu Untuk Karang” yang berkategori Lingkungan.

Untuk variabel *dummy video*, dari hasil analisis deskriptif menggunakan 74 sampel proyek, bahwa pada variabel dummy video ini artinya adalah nilai 1 berarti kampanye proyek tersebut memiliki video

Tabel 2 Ringkasan Hasil Uji Multikolinieritas

Korelasi	Duration	Other Project Backed	Description Word Length	Dummy Video	Blog/Updates	Shares on Facebook
Duration	1					
Other Project Backed	-0.0930	1				
Description Word Length	0.2696	-0.0851	1			
Dummy Video	-0.0910	-0.0816	-0.1064	1		
Blog/Updates	0.0829	-0.1001	0.1602	-0.1733	1	
Shares on Facebook	0.4327	-0.0750	-0.0050	-0.1682	0.4275	1

sedangkan nilai 0 berarti kampanye proyek tersebut tidak memiliki video. Diperoleh nilai rata-rata sebesar 0,1757 atau 17,5% dan standar deviasi sebesar 0,3831. Proyek memiliki batas minimum dummy video sebesar 0 yang berarti tidak memiliki video, sedangkan batas maksimum dummy video sebesar 1 yang berarti memiliki video.

Pada variabel *blog/updates*, dari hasil analisis deskriptif menggunakan 74 sampel proyek, diperoleh nilai rata-rata sebesar 2,8243 *blog/updates* dan standar deviasi sebesar 2,8301. Proyek memiliki batas minimum sebanyak 0 *blog/updates* yang artinya tidak ada update informasi dalam proyek tersebut, sedangkan batas maksimum sebanyak 14 *blog/updates* pada proyek “Buka Puasa untuk Muslim Pedalaman NTT & Papua” yang berkategori Kegiatan Sosial.

Dari hasil analisis deskriptif menggunakan 74 sampel proyek, diperoleh nilai rata-rata sebesar 20566,72 *Share on Facebook* dengan median sebesar 312, dan standar deviasi sebesar 52838,55. Proyek memiliki batas minimum sebanyak 0 *Shares on Facebook* yang artinya proyek tersebut tidak ada yang membagikan ke akun Facebook, sedangkan batas maksimum sebanyak 278682 *Shares on Facebook* pada proyek “Donasi Peduli Aleppo – Suriah” yang berkategori Kemanusiaan.

Setelah dilakukan analisis deskriptif, dilanjutkan dengan pengujian asumsi klasik. Ringkasan hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 2. Untuk mendeteksi masalah multikolinearitas dapat digunakan tabel korelasi dan perhitungan *Variance Inflation Factor* sebagaimana ditampilkan diatas. Apabila angka korelasi melebihi 0,8 dan nilai *Mean Variance Inflation Factor* lebih dari 10 maka dapat disimpulkan terdapat masalah multikolinearitas antara variabel independen (Brooks, 2008). Pada tabel diatas tidak ada variabel independen yang memiliki nilai korelasi sebesar 0,8

dengan variabel independen lain. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas.

Heteroskedastisitas terjadi pada saat residual dan nilai prediksi memiliki korelasi atau pola hubungan. Pola hubungan ini tidak hanya sebatas hubungan yang linier, tetapi dalam pola yang berbeda juga dimungkinkan. Oleh karena itu ada beberapa metode uji heteroskedastisitas yang dimiliki oleh *EViews*, seperti : Breusch - Pagan Godfrey, Harvey, Glejser, ARCH, White dan lain-lain.

Uji heteroskedastisitas yang dilakukan menggunakan *Glejser Test* ini keputusan terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi linier adalah dengan melihat Nilai Prob. F-statistic (F hitung). Apabila nilai Prob. F hitung lebih besar dari tingkat alpha 0,05 (5%) maka H_0 diterima yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan apabila nilai Prob. F hitung lebih kecil dari tingkat alpha 0,05 (5%) maka H_0 ditolak yang artinya terjadi heteroskedastisitas.

Hasil pengujian heteroskedastisitas padapenelitian ini menunjukkan nilai Prob. F hitung sebesar 0,0000 lebih kecil dari tingkat alpha 0,05 (5%) sehingga, berdasarkan uji hipotesis, H_0 ditolak yang artinya terjadi heteroskedastisitas.

Untuk pengujian autokorelasi, hasil regresi dengan menggunakan model 3 menunjukkan nilai *Durbin-Watson* statistik pada model sebesar 1.6249. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis menggunakan model terbaik Model 4 yang hasil estimasinya sudah menggunakan *Newey West*, sehingga penelitian ini dianggap bebas dari heteroskedastisitas dan autokorelasi.

4.2 Pengujian Model

Tabel 3. Rangkuman Hasil Regresi Penelitian

Variabel	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
	Coefficient/ Prob.	Coefficient/ Prob.	Coefficient/ Prob.	Coefficient/ Prob.
<i>DURATION</i>	7.5565	7.7071	5.0433	5.2405
	0.0000***	0.0000***	0.0006***	0.0007***
<i>OTHER PROJECT</i>	0.6201	0.6539	0.3125	0.7715
<i>BACKED</i>	0.7199	0.7111	0.8491	0.6372
<i>DESCRIPTION WORD</i>		-0.1575		0.2380
<i>LENGTH</i>		0.7561		0.6226
<i>DUMMY VIDEO</i>		112.4321		224.9025
		0.7496		0.4934
<i>BLOG UPDATES</i>	175.3022	180.0352		102.3176
	0.0003***	0.0003***		0.0425**
<i>SHARES ON FB</i>			0.0123	0.0102
			0.0000***	0.0008***
<i>C</i>	-555.3422	-537.4574	-136.3504	-536.4126
	0.0089***	0.0616*	0.3852	0.0445**
<i>R-squared</i>	0.4714	0.4192	0.4699	0.5091
<i>Prob. (F-statistic)</i>	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Keterangan: *** signifikan pada $\alpha = 1\%$, ** signifikan pada $\alpha = 5\%$, * signifikan pada $\alpha = 10\%$				

Model I melibatkan dua variabel kontrol yaitu *Duration* dan *Others Project Backed* ditambah dengan satu variabel independen bagian *Signals of Project Quality* yaitu *Blog/Updates* dengan variabel dependennya yaitu *Investor* yang mendanai proyek Crowdfunding menggunakan metode regresi OLS. Pada model ini, nilai *R-squared* sebesar 0.4174 dan nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0.3924. Hal ini berarti bahwa Keputusan Investor sebagai variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu yang tinggi sebesar 0.4174 atau 41,74%.

Hasil pengujian ini juga menunjukkan bahwa model penelitian memiliki nilai signifikansi (*Prob*) 0.0000 dimana nilai tersebut lebih rendah dari α yaitu 5% yang membuktikan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model, yaitu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu Keputusan Investor.

Berdasarkan Tabel 3., hasil pengujian didapat nilai prob. t hitung dari *Duration* sebesar 0.0000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel *Duration* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%. Sedangkan pengaruh variabel *Other Project Backed* terhadap variabel terikat Keputusan Investor, karena nilai prob. t hitung 0.7199 yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Other Project Backed* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%. Dan pengaruh variabel *Blog/Updates* terhadap variabel terikat Keputusan Investor, nilai prob. t hitung 0.003 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Blog/Updates* berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%. Variabel *Updates* berpengaruh signifikan karena calon investor akan lebih percaya terhadap proyek yang memberikan

kebaharuan-kebaharuan yang berasal dari updates terkait dengan proyek yang nantinya akan didanai sehingga hal ini akan memberikan kepercayaan dari investor.

Model 2 melibatkan dua variabel kontrol yaitu *Duration* dan *Others Project Backed* ditambah dengan tiga variabel independen bagian *Signals of Project Quality* yaitu *Description Word Length*, *Dummy Video* dan *Blog/Updates* dengan variabel dependennya yaitu *Investor* yang mendanai proyek Crowdfunding menggunakan metode regresi OLS. Adapun regresi OLS yang digunakan adalah regresi OLS untuk data cross section. Berikut di jelaskan hasil Uji Hipotesisnya.

Dari hasil uji regresi *R-squared* pada Model 2, diperoleh nilai *R-squared* sebesar 0.4192 dan *Adjusted R-squared* sebesar 0.3765. Hal ini berarti bahwa Keputusan Investor sebagai variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu yang tinggi sebesar 0.4192 atau 41,92%.

Berdasarkan hasil uji regresi dalam model ini diperoleh nilai *F-Hitung* > *F-Tabel* yaitu sebesar 9,8166, sehingga hipotesis *null* ditolak.

Model penelitian ini memiliki nilai signifikansi (*Prob*) 0.0000 dimana nilai tersebut lebih rendah dari α yaitu 5% yang membuktikan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model, yaitu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu Keputusan Investor.

Nilai prob. *t* hitung dari *Duration* sebesar 0.0000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel *Duration* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%.

Sedangkan pengaruh variabel *Other Project Backed* terhadap variabel terikat Keputusan Investor, karena nilai prob. *t* hitung 0.7111 yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Other Project Backed* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%. Kemudian nilai *t* hitung dari *Description Word Length* sebesar 0.7561 yang lebih besar dari 0,05 sehingga variabel *Description Word Length* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%. Selanjutnya nilai *t* hitung dari *Dummy Video* sebesar 0.7496 yang lebih besar dari 0,05 sehingga variabel *Dummy Video* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf

keyakinan 95%. Dan nilai *t* hitung dari *Blog/Updates* sebesar 0.0003 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel *Blog/Updates* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%.

Model 3 melibatkan dua variabel kontrol yaitu *Duration* dan *Others Project Backed* ditambah dengan satu variabel independen bagian *E-Word of Mouth* yaitu *Shares on Facebook* dengan variabel dependennya yaitu *Investor* yang mendanai proyek Crowdfunding menggunakan metode regresi OLS. Adapun regresi OLS yang digunakan adalah regresi OLS untuk data cross section. Berikut di jelaskan hasil Uji Hipotesis nya.

Dari hasil uji regresi *R-squared* pada Model 3, diperoleh nilai *R-squared* sebesar 0.4699 dan nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0.4472. Hal ini berarti bahwa Keputusan Investor sebagai variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu yang tinggi sebesar 0.4699 atau 46,99%.

Berdasarkan hasil uji regresi dalam model ini diperoleh nilai *F-Hitung* > *F-Tabel* yaitu sebesar 20,6912, sehingga hipotesis *null* ditolak. Model penelitian ini memiliki nilai signifikansi (*Prob*) 0.0000 dimana nilai tersebut lebih rendah dari α yaitu 5% yang membuktikan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model, yaitu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu Keputusan Investor.

Nilai prob. *t* hitung dari *Duration* sebesar 0.0006 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel *Duration* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%. Sedangkan pengaruh variabel *Other Project Backed* terhadap variabel terikat Keputusan Investor, karena nilai prob. *t* hitung 0.8491 yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Other Project Backed* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%. Dan nilai prob. *t* hitung dari *Shares on Facebook* sebesar 0.0000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel *Shares on Facebook* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%.

Model 4 melibatkan dua variabel kontrol yaitu

Tabel 4. Rangkuman Hasil Regresi Penelitian

Variabel	Hipotesis	Hasil	Signifikansi	Kesimpulan
<i>Description Word Length</i>	Positif terhadap Keputusan Investasi	Negatif berpengaruh	Tidak Signifikan	Sheng Bi (2016)
<i>Dummy Video</i>	Positif berpengaruh terhadap Keputusan Investasi	Negatif berpengaruh	Tidak Signifikan	Seng Bi (2016)
<i>Blog/ Updates</i>	Positif berpengaruh terhadap Keputusan Investasi	Positif berpengaruh	Signifikan	Ethan Mollick (2013)
<i>Shares on Facebook</i>	Positif berpengaruh terhadap Keputusan Investasi	Positif berpengaruh	Signifikan	Sheng Bi (2016)
<i>Variabel Kontrol Durasi</i>	Positif berpengaruh terhadap keputusan investasi	Positif berpengaruh	Signifikan	Sheng Bi (2016) dan Ethan Mollick (2013)
<i>Variabel control other backed project</i>	Positif berpengaruh terhadap keputusan investasi	Negatif berpengaruh	Tidak signifikan	Ethan Molick (2013)

Duration dan *Others Project Backed* ditambah dengan tiga variabel independen bagian *Signals of Project Quality* yaitu *Description Word Length*, *Dummy Video* dan *Blog/Updates* ditambah dengan 1 variabel independen bagian *E-Word of Mouth* yaitu *Shares on Facebook* dengan variabel dependennya yaitu *Investor* yang mendanai proyek Crowdfunding menggunakan metode regresi OLS. Adapun regresi OLS yang digunakan adalah regresi

OLS untuk data cross section. Berikut di jelaskan hasil Uji Hipotesis nya.

Dari hasil uji regresi *R-squared* pada Model 4, diperoleh nilai *R-squared* sebesar 0.5091 dan nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0.4651. Hal ini berarti bahwa Keputusan Investor sebagai variabel dependen t dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu yang tinggi sebesar 0.5091 atau 50,91%. Sehingga dari ketiga model sebelumnya model 4 inilah yang terbaik digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji regresi dalam model ini diperoleh nilai *F-Hitung* > *F-Tabel* yaitu sebesar 11,5788, sehingga hipotesis *null* ditolak.

Model penelitian ini memiliki nilai signifikansi (*Prob*) 0.0000 dimana nilai tersebut lebih rendah dari α yaitu 5% yang membuktikan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model, yaitu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu Keputusan Investor.

Nilai prob. t hitung dari *Duration* sebesar 0.0007 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel *Duration* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%. Sedangkan pengaruh variabel *Other Project Backed* terhadap variabel terikat Keputusan Investor, karena nilai prob. t hitung 0.6372 yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Other Project Backed* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%. Kemudian nilai t hitung dari *Description Word Length* sebesar 0.6226 yang lebih besar dari 0,05 sehingga variabel *Description Word Length* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%. Selanjutnya nilai t hitung dari

Dummy Video sebesar 0.4934 yang lebih besar dari 0,05 sehingga variabel *Dummy Video* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%. Lalu nilai *t* hitung dari *Blog/Updates* sebesar 0.0425 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel *Blog/Updates* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%. Dan nilai *t* hitung dari *Shares on Facebook* sebesar 0.0008 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel *Shares on Facebook* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Investor pada alpha 5% pada taraf keyakinan 95%. Variabel *shares on Facebook* ini akan memberikan kepercayaan lebih kepada para calon investor karena memiliki kualitas yang baik dari sisi *electronic word of mouth*.

Dari hasil regresi pengujian model yang telah dilakukan dalam penelitian ini, didapatkan hasil yaitu menggunakan model 4 (Variabel Kontrol + Signals of project Quality + E-Word of Mouth) serta sudah terbebas dari masalah uji asumsi klasik dengan metode OLS, dan dengan regresi menggunakan bantuan *Eviews 9* dihasilkan *output* sebagai berikut

Model persamaan regresi di atas, memperlihatkan masing-masing variabel beserta koefisiennya. Selain itu, terdapat konstanta sebesar -536.4125. Berikut rangkuman hasil regresi penelitian.

Hasil estimasi dengan menggunakan model 4 tersebut menghasilkan 3 variabel yaitu *Duration*, *Blog/Updates* dan *Shares on Facebook* yang signifikan dengan Keputusan Investor, pada level 5%. Namun, dalam penelitian yang dilakukan penulis, terdapat 3 variabel yang tidak signifikan terhadap *Other Project Backed*, *Description Word Length* dan *Dummy Video*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut juga mengindikasikan bahwa variabel *Description Word Length* tidak signifikan terhadap Keputusan Investor

SIMPULAN

Berdasarkan hasil estimasi beberapa model, dapat disimpulkan bahwa *Description Word Length* terbukti tidak signifikan terhadap Keputusan Investor pada pendanaan proyek *Crowdfunding* berbasis Donasi seperti yang ditunjukkan pada Model 4 dalam penelitian ini. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *Description Word Length* pada *Signals of Project Quality* ini tidak memiliki efek

pada proyek *Crowdfunding* berbasis Donasi, hal ini berbeda dengan penelitian pada jurnal Sheng Bi (2016) yang variabel *Introduction Word Count* nya signifikan terhadap keputusan Investor berbasis *Reward-based Crowdfunding*, sehingga dengan berbeda nya jenis pada *crowdfunding* yang diteliti akan memiliki hasil signifikansi yang berbeda setelah melihat dari hasil penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut juga dapat disimpulkan bahwa variabel *Video* tidak signifikan terhadap Keputusan Investor pada proyek *Crowdfunding* berbasis Donasi, hal ini berbeda dengan penelitian pada jurnal Sheng Bi (2016) yang variabel *Video Count* nya signifikan terhadap keputusan Investor berbasis *Reward-based Crowdfunding*, karena pada jurnal Sheng Bi (2016) tersebut menggunakan seberapa banyak video yang digunakan proyek *crowdfunding* tersebut, sedangkan pada penelitian ini dengan *crowdfunding* berbasis donasi digunakan *dummy* variabel untuk menentukan ada atau tidak nya sebuah video dalam proyek tersebut.

Kemudian selanjutnya, variabel *Blog/Updates* signifikan terhadap Keputusan Investor pada proyek *Crowdfunding* berbasis Donasi, hal ini sejalan dengan jurnal Ethan Mollick (2013) dimana variabel *updates* memiliki pengaruh terhadap kesuksesan proyek, setelah diuji pada penelitian ini yang memiliki variabel dependen terhadap keputusan investor hasilnya adalah juga memiliki efek positif pada keputusan investor untuk mendanai proyek.

Selanjutnya, *Shares on Facebook* signifikan terhadap Keputusan Investor pada proyek *Crowdfunding* berbasis Donasi, hal ini juga sejalan pada variabel bagian *E-Word of Mouth* dalam jurnal Sheng Bi (2016) dimana variabel *Like Count* dan *Number of reviews* signifikan terhadap keputusan investor. Setelah dilakukan pada penelitian ini variabel tambahan pada bagian *E-Word of Mouth* yaitu *Shares on Facebook* hasilnya juga memiliki efek positif terhadap keputusan investor pada *crowdfunding* berbasis donasi.

positif terhadap Keputusan Investor pada pendanaan proyek *Crowdfunding* berbasis Donasi.

Dummy Video terbukti tidak signifikan terhadap Keputusan Investor pada pendanaan proyek *Crowdfunding* berbasis Donasi seperti yang ditunjukkan pada Model 4 dalam penelitian ini. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *Dummy Video* pada *Signals of Project Quality* ini tidak memiliki efek positif terhadap Keputusan Investor pada pendanaan proyek *Crowdfunding* berbasis Donasi.

Blog/Updates terbukti signifikan terhadap Keputusan Investor pada pendanaan proyek *Crowdfunding* berbasis Donasi seperti yang ditunjukkan pada Model 4 dalam penelitian ini. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *Blog/Updates* pada *Signals of Project Quality* ini memiliki efek positif terhadap Keputusan Investor pada pendanaan proyek *Crowdfunding* berbasis Donasi. Variabel *Updates* berpengaruh signifikan karena calon investor akan lebih percaya terhadap proyek yang memberikan kebaruan-kebaruan yang berasal dari *updates* terkait dengan proyek yang nantinya akan didanai sehingga hal ini akan memberikan kepercayaan dari investor.

Shares on Facebook terbukti signifikan terhadap Keputusan Investor pada pendanaan proyek *Crowdfunding* berbasis Donasi seperti yang ditunjukkan pada Model 3 dalam penelitian ini. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *Shares on Facebook* pada *Peripheral Route Factors* ini memiliki efek positif terhadap Keputusan Investor pada pendanaan proyek *Crowdfunding* berbasis Donasi. Variabel *shares on Facebook* ini akan memberikan kepercayaan lebih kepada para calon investor karena memiliki kualitas yang baik dari sisi *electronic word of mouth*.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat dipertimbangkan oleh peneliti selanjutnya di masa depan. Keterbatasan penelitian ini adalah dalam penelitian ini, penulis tidak memasukkan data *Crowdfunding* dari Negara lain. Hal ini disebabkan oleh kesulitan terhadap data *Crowdfunding* di Negara lain yang berbasis donasi serta kesulitan dalam menterjemahkan bahasa. Selain itu terdapat variable penelitian yang berasal dari media social yang di Negara lain masih terdapat larangan untuk mengakses hal tersebut. Sehingga pada penelitian kali ini penulis lebih terfokus kepada penelitian proyek *Crowdfunding* yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2013). Some simple economics of Crowdfunding. National Bureau of Economic Research.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & A., S. (2010). Crowdfunding: an industrial organization perspective. Digital Business Model: Understanding Strategies. Paris.
- Cholakova, M., & Clarysse, B. (2015). Does the possibility to make equity investments in Crowdfunding project crowd out reward-based investments? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 145-172
- Freedman, D., & Nutting, M. (2015). *Equity Crowdfunding for Investors: A Guide to Risks, Returns, Regulations, Funding Portals, Due Diligence, and Deal Terms*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Freischlad, N. (2015, Mei 1). Article. Diambil kembali dari TECHINASIA: <https://www.techinasia.com/Crowdfunding-future-indonesiaCrowdfunding-sites>
- Information for Development Program The World Bank. (2013). *Crowdfunding's Potential for the Developing World*. Washington: The World Bank
- Lambert, T., & Schwenbacher, A. (2010). An Empirical Analysis of Crowdfunding. Diambil kembali dari SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1578175>
- Lin, M., & Visnawathan, S. (2013). Home Bias in Online Investments: An Empirical Study of an Online Crowdfunding Market. SSRN.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of Crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 1-16.
- Nead, N. (2017). Nine Risks Associated with Crowdfunding. Diambil kembali dari Crowdfund: <http://crowdfund.co/nine-risks-associated-with-Crowdfunding/>
- Santos, A. (2015, Agustus 26). Update: Crowdfunding in Indonesia. Diambil kembali dari Crowdfund Insider: <http://www.crowdfundinsider.com/2015/08/73370-update-Crowdfunding-in-indonesia/>
- Zheng, H., Li, D., Wua, J., & Xu, Y. (2014). The role of multidimensional social capital in Crowdfunding: A Comparative Study in China and US. *Information & Management*, 488-496.

www.kitabisa.com