



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh akuntabilitas dan empati terhadap keputusan berdonasi mahasiswa melalui platform *crowdfunding* amal dengan menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner kepada mahasiswa sebagai responden. Analisis data dilakukan dengan regresi berganda yang menunjukkan bahwa akuntabilitas dan reputasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berdonasi mahasiswa, sedangkan empati juga terbukti menjadi faktor penting yang memperkuat niat berdonasi. Temuan ini mendukung teori bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan berperan penting dalam membentuk keputusan mahasiswa untuk berpartisipasi dalam donasi *crowdfunding*.

Kata kunci: *crowdfunding*, akuntabilitas, reputasi, empati, keputusan berdonasi, *Theory of Planned Behavior*



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of accountability and empathy on students' donation decisions through charitable crowdfunding platforms, using the Theory of Planned Behavior (TPB) as a framework. A quantitative approach was employed, with data collected through questionnaires distributed to university students as respondents. Multiple regression analysis was used to examine the effect of independent variables on the dependent variable. The results reveal that accountability and reputation have a significant positive effect on students' donation decisions, while empathy also plays a crucial role in strengthening donation intentions. These findings support the argument that attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control are essential in shaping students' decisions to participate in crowdfunding donations.

Keywords: *crowdfunding, accountability, reputation, empathy, donation decision, Theory of Planned Behavior*