

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bersedekah merupakan amalan sederhana dengan berlimpahan pahala. Tidak hanya berbentuk harta, shadaqah juga dapat berupa perbuatan baik yang bermanfaat bagi sesama. Pengambilan keputusan mengikuti program di lembaga nirlaba dapat menjelaskan program seperti apa yang menarik perhatian dan dikehendaki oleh masyarakat. Lembaga nirlaba perlu memahami perilaku masyarakat untuk dapat menciptakan program-program yang bermanfaat.

Berdasarkan penelitian Kurniawati, dkk.<sup>1</sup> intensi perilaku berpengaruh signifikan pada keputusan berzakat, infaq, dan sedekah (ZIS) melalui *platform* digital. Penelitian Khasanah<sup>2</sup> menunjukkan kemanfaatan, kemudahan penggunaan, dan lingkungan sosial berpengaruh secara parsial dan simultan yang signifikan terhadap keputusan masyarakat Banten dalam berzakat, infaq, dan sedekah secara *online*. Pada penelitian Nugraha<sup>3</sup> menyimpulkan secara parsial *Technology Acceptance Model* berpengaruh

---

<sup>1</sup> Mega Rachma Kurniawati, dkk., "Intensi Perilaku dan Religiusitas Generasi *Millenials* Terhadap Keputusan Pembayaran ZIS Melalui *Platform* Digital", *E-QIEN: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, No. 2 (2020), 19.

<sup>2</sup> Louwestyas Khasanah, "Pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Berzakat, Infaq, Sedekah Secara *Online* Pada Masyarakat Provinsi Banten" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2022), vi. Diakses melalui <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/68065> pada Senin, 10 April 2023 pukul 04.17 WIB.

<sup>3</sup> Jujun Arip Nugraha, "Pengaruh *Digital Literacy* dan *Technology Acceptance Model* Terhadap Keputusan Donatur Membayar Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) Melalui Aplikasi Digital", *LA ZHULMA: Jurnal Ekonomi Syariah* 2, No.1 (2023), 56.

signifikan terhadap keputusan donatur membayar ZIS melalui aplikasi digital di LAZISMU Kota Tasikmalaya. Kemudian pada penelitian Muzakkir<sup>4</sup> memaparkan bahwa pemahaman tentang sedekah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan bersedekah pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu.

Penelitian terdahulu memiliki berbagai faktor dalam memutuskan mengikuti suatu program. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti juga akan mencari tahu faktor yang berpengaruh pada keputusan mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok. Program ini bukan hanya bermanfaat bagi kesejahteraan umat tetapi juga suatu bentuk kepedulian akan kebersihan lingkungan.

Kecamatan Wates merupakan kecamatan di Kabupaten Kediri yang pada tahun 2016 mendapat piagam Forum Komunikasi Kecamatan Sehat. Piagam tersebut didapatkan atas peran serta dalam verifikasi Kabupaten Sehat Tingkat Nasional yang menghasilkan penghargaan Swasti Saba Padapa 2015 untuk Kabupaten Kediri.<sup>5</sup> Penghargaan di atas sejalan dengan tujuan kepedulian akan kebersihan lingkungan melalui pemanfaatan barang-barang layak daur ulang yang diusung oleh LAZISNU dalam program Sedekah Rosok. Berdasarkan observasi pada tanggal 1 Agustus 2022, lembaga nirlaba setingkat di Kecamatan Wates adalah sebagai berikut:

---

<sup>4</sup> Abd. Muzakkir, "Pengaruh Pemahaman Tentang Sedekah Terhadap Keputusan Bersedekah Pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu" (Skripsi, IAIN Palu, Palu, 2018), 73. Diakses melalui <http://repository.iainpalu.ac.id/id/eprint/1105> pada Senin, 10 April 2023 pukul 04.43 WIB.

<sup>5</sup> Dinas Kesehatan Kabupaten Kediri, "Ayo Kita Dukung dan Sukseskan Kabupaten Sehat Untuk Kabupaten Kediri", diakses melalui <https://dinkes.kedirikab.go.id/?hal=dbet&id=84> pada Senin, 4 Juli 2022 pukul 13.10 WIB.

**Tabel 1.1**  
**Lembaga Nirlaba di Kecamatan Wates**

No.	Nama Lembaga	Tahun Berdiri
1.	NU Care-LAZISNU Ranting Pagu	2018
2.	LAZIS NU Desa Beji	2018
3.	NU Care-LAZISNU Ranting Gadungan	2019
4.	LAZISNU Desa Jajar	2020
5.	LAZISNU Anak Ranting Tawang	2020
6.	LAZISNU Desa Pojok	2020

Sumber: Data diolah peneliti, Juli 2022

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa NU Care-LAZISNU Ranting Pagu, LAZIS NU Desa Beji, dan NU Care-LAZISNU Ranting Gadungan adalah lembaga nirlaba setingkat tertua di Kecamatan Wates. Maka, diperoleh data pembandingan berdasarkan teori 7P (*product, price, promotion, place, process, physical evidence, dan people*) dari *marketing mix* yang telah disesuaikan dengan lembaga-lembaga tersebut sebagai berikut:<sup>6</sup>

**Tabel 1.2**  
**Perbedaan Lembaga Nirlaba di Kecamatan Wates**

Nama Lembaga / Keterangan	NU Care-LAZISNU Ranting Pagu	LAZIS NU Desa Beji	NU Care-LAZISNU Ranting Gadungan
Program ( <i>Product</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penggalangan Dana Untuk Korban Bencana Alam.</li> <li>b. Santunan Anak Yatim-Piatu.</li> <li>c. Gerakan Shadaqah Rosok.</li> <li>d. Kartu Sehat.</li> <li>e. Gerakan Koinisasi NU.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Santunan Anak Yatim-Piatu,</li> <li>b. Gerakan Shadaqah Rosok,</li> <li>c. Gerakan Koinisasi NU.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penggalangan Dana Untuk Korban Bencana Alam.</li> <li>b. Santunan Anak Yatim-Piatu dan Warga yang Sakit.</li> <li>c. Gerakan Shadaqah Rosok.</li> <li>d. Gerakan Koinisasi NU.</li> </ul>

<sup>6</sup> Philip Kotler, dkk., *Marketing Management 4th European Edition* (London: Pearson Education, 2019), 9.

Tempat ( <i>Place</i> )	a. Kantor sekretariat dengan 2 lantai. b. Tempat parkir. c. Toilet. d. Mushola.	a. Kantor sekretariat 1 lantai. b. Tempat parkir. c. Toilet. d. Mushola.	Kantor di rumah salah seorang pengurus.
Promosi ( <i>Promotion</i> )	a. <i>Banner</i> . b. Pengumuman dengan speaker keliling desa. c. Sosialisasi program di pengajian masyarakat. d. Memanfaatkan fitur WhatsApp Status.	a. <i>Banner</i> . b. Pengumuman dengan speaker keliling desa.	a. <i>Banner</i> . b. Pengumuman dengan speaker keliling desa.
Anggota ( <i>People</i> )	23 orang pengurus dengan anggota program Gerakan Shadaqah Rosok yang tidak terbatas.	23 orang pengurus dengan anggota program Gerakan Shadaqah Rosok yang tidak terbatas.	20 orang internal dengan anggota program Gerakan Shadaqah Rosok yang tidak terbatas.

Sumber: Data diolah peneliti, Juni 2022

Berdasarkan observasi pada tanggal 13 Juni 2022, telah tersusun data pada tabel 1.2 yang memaparkan bahwa NU Care-LAZISNU Ranting Pagu memiliki program terbanyak dibanding lembaga nirlaba setingkat lainnya di Kecamatan Wates. Di luar program utama yang berkenaan dengan ZISWAF, NU Care-LAZISNU Ranting Pagu memiliki 5 program lain, yaitu Penggalangan Dana Untuk Korban Bencana Alam, Santunan Anak Yatim-Piatu, Gerakan Shadaqah Rosok, Kartu Sehat, dan Gerakan Koinisasi NU. LAZIS NU Desa Beji memiliki 3 program, sedangkan NU Care-LAZISNU Ranting Gadungan dengan 4 program.

NU Care-LAZISNU Ranting Pagu dan LAZIS NU Desa Beji memiliki prasarana kantor yang hampir serupa. Perbedaannya NU Care-LAZISNU

Ranting Pagu memiliki kantor yang lebih luas dengan dua lantai. Sedangkan NU Care-LAZISNU Ranting Gadungan belum memiliki kantor dan masih menggunakan rumah salah seorang pengurus sebagai tempat pertemuan. Pada promosi, NU Care-LAZISNU Ranting Pagu lebih unggul dibandingkan dengan lembaga nirlaba setingkat lainnya. Promosi tersebut antara lain dengan menggunakan *banner*, speaker keliling desa, sosialisasi program di pengajian, dan memanfaatkan fitur WhatsApp Status untuk memperkenalkan program kepada masyarakat.

Pengurus lembaga maupun masyarakat yang mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok di NU Care-LAZISNU Ranting Pagu memiliki kesamaan dengan LAZIS NU Desa Beji, yaitu 23 orang pengurus dan masyarakat yang mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok banyaknya tidak terbatas. Sedangkan NU Care-LAZISNU Ranting Gadungan beranggotakan 20 orang pengurus dengan anggota program Shadaqah Rosok yang juga tidak terbatas banyaknya. Dari perbedaan di atas dapat disimpulkan bahwa NU Care-LAZISNU Ranting Pagu lebih unggul dari lembaga lainnya.

**Tabel 1.3**  
**Program Paling Diminati di NU Care-LAZISNU Ranting Pagu**

No.	Nama Program	Frekuensi
1.	Penggalangan Dana Untuk Korban Bencana.	0
2.	Santunan Anak Yatim-Piatu.	3
3.	Gerakan Shadaqah Rosok.	24
4.	Kartu Sehat.	6
5.	Gerakan Koinisasi NU.	9
<b>Jumlah</b>		<b>42</b>

Sumber: Data diolah peneliti, Juni 2022

Dari berbagai macam program yang terlaksana di NU Care-LAZISNU Ranting Pagu yang tertera pada tabel 1.3 berdasarkan observasi pada tanggal 9 Juni 2022, sebanyak 24 dari 42 responden mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan program tersebut. Program Santunan Anak Yatim-Piatu diikuti oleh 3 orang, program Kartu Sehat diikuti oleh 6 orang, dan program Gerakan Koinisasi NU diikuti oleh 9 orang.

Desa Pagu merupakan cakupan wilayah dari NU Care-LAZISNU Ranting Pagu yang terdiri dari 5 dusun, yaitu: Dusun Kreet, Dusun Sumber Urip, Dusun Dawung, Dusun Jaten, dan Dusun Butun. Berdasarkan observasi pada tanggal 14 Juni 2022, peneliti tertarik dengan Dusun Sumber Urip karena dusun ini merupakan dusun terbesar di Desa Pagu. Dibanding dengan dusun lain, Dusun Sumber Urip tidak memiliki warga yang tergabung dalam organisasi keagamaan lain selain Nahdlatul Ulama (NU).

Perilaku masyarakat dianalogikan dengan perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Keller, perilaku konsumen merupakan studi dalam memilih, membeli, mengonsumsi, serta ketika kebutuhan dan keinginan seseorang atau kelompok terpenuhi oleh barang, jasa, ide, atau pengalaman.<sup>7</sup> Memilih program dari lembaga nirlaba terdapat pengaruh dari berbagai faktor, yaitu kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis.

Faktor kebudayaan terdapat budaya, sub budaya, dan kelas sosial. Budaya adalah sikap, nilai dasar, kesan, dan harapan yang dipelajari

---

<sup>7</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ke-15* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2016), 151.

seseorang atau kelompok dari keluarga atau lembaga lainnya. Sub budaya dapat diartikan kelompok yang berbagi penilaian dari pengalaman hidup atau situasi serupa. Kelas sosial adalah kelompok masyarakat yang dibagi relatif permanen dan bertingkat yang anggotanya berbagi penilaian, keinginan, dan sikap yang sama.

Pada faktor sosial terdapat tiga sub, yaitu kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status. Kelompok referensi adalah kelompok yang mempengaruhi dan membentuk perilaku seseorang secara langsung atau tidak langsung. Keluarga merupakan organisasi pembeli yang mempengaruhi perilaku konsumen karena hubungan erat yang terjalin antar individu. Peran dan status merupakan tingkatan seseorang dalam setiap kegiatan yang diikuti dapat menjadi bukti diri yang menciptakan status dan pengakuan masyarakat.<sup>8</sup>

Faktor pribadi terdiri dari usia dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. Usia dan siklus hidup adalah perubahan usia saat seseorang menjalani hidupnya dapat menimbulkan transformasi tertentu pada perilaku konsumen. Pekerjaan merupakan kumpulan pekerja yang mempunyai ketertarikan lebih terhadap produk atau jasa tertentu. Keadaan ekonomi merupakan kemampuan membelanjakan penghasilan, tabungan, harta, dan dapat memperoleh produk atau jasa yang diinginkan. Gaya hidup adalah cara mengekspresikan diri pada dunia melalui kegiatan, ketertarikan, dan penghasilan yang dimiliki.

---

<sup>8</sup> Nora Anisa Br Sinulingga dan Hengki Tamando Sihotang, *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori* (Deli Serdang: IOCS Publisher, 2021), 16-18.

Kepribadian dan konsep diri merupakan perbedaan karakter psikologis dan cara pandang individu terhadap lingkungan dengan respon yang relatif tetap.

Pada faktor psikologis terdapat empat sub, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap. Motivasi adalah tekanan kuat akan kebutuhan untuk mencari kepuasan yang diarahkan oleh seseorang. Persepsi adalah proses individu untuk menciptakan suatu gambaran tentang dunia dengan cara memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan informasi. Pengetahuan merupakan cara memperoleh ilmu atau pengalaman yang dilakukan secara sadar dan dapat berdampak terhadap perilaku seseorang. Keyakinan dan sikap adalah pemikiran seseorang tentang bagaimana menggambarkan sesuatu.<sup>9</sup>

Pada tanggal 23 Juni 2022 peneliti melakukan observasi untuk mengetahui alasan masyarakat Dusun Sumber Urip mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok di NU Care-LAZISNU Ranting Pagu. Data diambil berlandaskan pada teori perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti yang telah dipaparkan di atas.

**Tabel 1.4**  
**Alasan Masyarakat Mengikuti Program Gerakan Shadaqah Rosok NU**  
**Care-LAZISNU Ranting Pagu**

No.	Kategori Jawaban		Frekuensi
1.	Faktor Kebudayaan	Budaya	3
		Sub Budaya	0
		Kelas Sosial	0
2.	Faktor Sosial	Kelompok Referensi	14
		Keluarga	5
		Peran dan Status	0

<sup>9</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ke-3* (Jakarta: Prenada Media, 2019), 9-12.



3.	Faktor Pribadi	Usia dan Siklus Hidup	2
		Pekerjaan	0
		Keadaan Ekonomi	1
		Gaya Hidup	0
		Kepribadian dan Konsep Diri	2
4.	Faktor Psikologis	Motivasi	10
		Persepsi	2
		Pengetahuan	0
		Keyakinan dan Sikap	1
<b>Jumlah</b>			<b>40</b>

Sumber: Data diolah peneliti, Juni 2022

Menurut tabel 1.4 diperoleh data dari 40 responden, pada faktor kebudayaan terdapat 3 orang memilih budaya. Pada faktor sosial, kelompok referensi dipilih sebanyak 14 orang dan keluarga dipilih sebanyak 5 orang. Pada faktor pribadi terdapat 2 orang memilih usia dan siklus hidup, 1 orang memilih keadaan ekonomi, serta 2 orang memilih kepribadian dan konsep diri. Pada faktor psikologis, motivasi dipilih oleh 10 orang, persepsi dipilih oleh 2 orang, serta keyakinan dan sikap dipilih oleh 1 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang menjadi alasan mayoritas masyarakat mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok di NU Care-LAZISNU Ranting Pagu adalah karena faktor sosial yaitu kelompok referensi dan faktor psikologis yaitu motivasi. Dari data yang diperoleh di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Mengikuti Program Gerakan Shadaqah Rosok (Studi Pada NU CARE-LAZISNU Ranting Pagu Dusun Sumber Urip)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kelompok referensi masyarakat Dusun Sumber Urip pada program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu?
2. Bagaimana motivasi masyarakat Dusun Sumber Urip pada program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu?
3. Bagaimana keputusan mengikuti program masyarakat Dusun Sumber Urip pada program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu?
4. Bagaimana pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu Dusun Sumber Urip?
5. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap keputusan mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu Dusun Sumber Urip?
6. Bagaimana pengaruh kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu Dusun Sumber Urip?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kelompok referensi masyarakat Dusun Sumber Urip pada program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu.
2. Mengetahui motivasi masyarakat Dusun Sumber Urip pada program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu.
3. Mengetahui keputusan mengikuti program masyarakat Dusun Sumber Urip pada program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu.
4. Mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu Dusun Sumber Urip.
5. Mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu Dusun Sumber Urip.
6. Mengetahui pengaruh kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu Dusun Sumber Urip.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka peneliti berharap penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi acuan pustaka khususnya di bidang perilaku konsumen serta diharapkan kajian terkait kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan menyumbang rosok atau bersedekah semakin berkembang.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai lembaga nirlaba yang program-programnya diikuti selama ini, mengenai keputusan menyumbang rosok atau bersedekah, serta menciptakan kesadaran akan manfaat dari zakat, infak, sedekah, dan wakaf bagi sesama.

- b. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada pihak lembaga yang dianalisis untuk senantiasa meningkatkan dan memperbaiki kekurangan program yang dilaksanakan agar terjaga perspektif positif dari masyarakat.

- c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai kepenulisan karya ilmiah sekaligus dapat

menjadi pembanding antara teori perkuliahan yang peneliti dapatkan, dengan realita yang ada di lapangan terutama pada teori perilaku konsumen.

## E. Telaah Pustaka

Berikut telaah pustaka yang digunakan penulis:

1. Penelitian oleh Nur Asia menunjukkan bahwa religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi memiliki kontribusi keseluruhan sebesar 41,7% berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan menjadi nasabah.<sup>10</sup>

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah terletak pada variabel bebas yaitu motivasi dan kelompok referensi, variabel terikat yaitu pengambilan keputusan, dan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah pada lokasi penelitian yaitu jika penelitian oleh Nur Asia dilaksanakan di Surutanga Kota Palopo, maka peneliti menggunakan NU Care-LAZISNU Ranting Pagu Dusun Sumber Urip sebagai lokasi penelitian.

2. Penelitian oleh Abdul Akbar Ikrom Al Qowiyu menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa memilih Jurusan Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dipengaruhi oleh motivasi dan kelompok referensi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai T dari motivasi sebesar 4,170 dengan nilai

---

<sup>10</sup> Nur Asia, "Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah" (Skripsi, IAIN Palopo, Palopo, 2017), xiii. Diakses melalui <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/2340> pada Sabtu, 23 Juli 2022 pukul 01.16 WIB.

signifikan  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan nilai T dari kelompok referensi 3,177 dengan nilai signifikan  $0,002 > 0,05$ .<sup>11</sup>

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah terletak pada variabel bebas yaitu motivasi dan kelompok referensi, variabel terikat yaitu pengambilan keputusan, dan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah pada subjek penelitian yaitu jika penelitian oleh Abdul Akbar Ikrom Al Qowiyu menggunakan mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, maka peneliti menggunakan NU Care-LAZISNU Ranting Pagu Dusun Sumber Urip sebagai subjek penelitian.

3. Penelitian oleh Fitri Zakiyatur Rohmah menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,033 berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, dan variabel keluarga dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,981 juga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan.<sup>12</sup>

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah terletak pada variabel bebas yaitu kelompok referensi dan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan keputusan pembelian ponsel Xiaomi sebagai variabel terikat, berbeda dengan penelitian kali ini yang

---

<sup>11</sup> Abdul Akbar Ikrom Al Qowiyu, "Pengaruh Motivasi Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jurusan Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2019), i. Diakses melalui <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/45813> pada Senin, 4 Juli 2022 pukul 04.22 WIB.

<sup>12</sup> Fitri Zakiyatur Rohmah, "Pengaruh Kelompok Referensi dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Xiaomi (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar Kidul Kota Kediri)" (Skripsi, IAIN Kediri, Kediri, 2020), ix. Diakses melalui <http://etheses.iainkediri.ac.id/id/eprint/2267> pada Senin, 4 Juli 2022 pukul 04.40 WIB.

menggunakan keputusan mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok sebagai variabel terikat.

4. Penelitian oleh Rizky Romadhona menunjukkan bahwa persepsi dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,108 dan  $t_{tabel}$  diperoleh sebesar 1,660 sehingga keputusan pembelian produk detergen Rinso dipengaruhi  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Kemudian kelompok referensi dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,992 dan  $t_{tabel}$  diperoleh sebesar 1,660 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk detergen Rinso.<sup>13</sup>

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah terletak pada variabel bebas yaitu kelompok referensi, variabel terikat yaitu pengambilan keputusan, dan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah pada produk yang diteliti yaitu Detergen Rinso di penelitian terdahulu, sedangkan penelitian sekarang menggunakan program Gerakan Shadaqah Rosok.

5. Penelitian oleh Qonita menerangkan bahwa motivasi dan kepercayaan melalui model penelitian yang sebesar 75,8% dapat menjelaskan variasi dalam keputusan donatur. Sementara sisanya yakni 24,2% berada pada variabel lain yang tidak diujikan dalam penelitian ini yaitu persepsi, pembelajaran, dan sikap.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Rizky Romadhona, "Pengaruh Persepsi dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Detergen Rinso (Studi pada Konsumen Prima Swalayan Nganjuk)" (Skripsi, IAIN Kediri, Kediri, 2020), xi. Diakses melalui <http://etheses.iainkediri.ac.id/id/eprint/2278> pada Senin, 4 Juli 2022 pukul 12.35 WIB.

<sup>14</sup> Qonita, "Pengaruh Motivasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan untuk Menjadi Donatur Di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri" (Skripsi, IAIN Kediri, Kediri, 2021), viii. Diakses melalui <http://etheses.iainkediri.ac.id/id/eprint/4561> pada Senin, 4 Juli 2022 pukul 12.50 WIB.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama menggunakan lembaga nirlaba, lokasi penelitian di area Kediri, variabel bebas yaitu motivasi, variabel terikat yaitu pengambilan keputusan, dan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian terdahulu adalah penelitian sebelumnya menggunakan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri sebagai lokasi penelitian, maka penelitian penulis menggunakan NU Care-LAZISNU Ranting Pagu Dusun Sumber Urip sebagai subjek penelitian.

#### **F. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian.<sup>15</sup> Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.  $H_{a1}$  : Terdapat pengaruh yang signifikan kelompok referensi terhadap keputusan mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu.

$H_{o1}$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kelompok referensi terhadap keputusan mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu.

2.  $H_{a2}$  : Terdapat pengaruh yang signifikan motivasi terhadap keputusan mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu.

---

<sup>15</sup> Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif* (Malang: Media Nusa Creative, 2021), 79.



$H_{02}$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan motivasi terhadap keputusan mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu.

3.  $H_{a3}$  : Terdapat pengaruh yang signifikan kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu.

$H_{03}$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan mengikuti program Gerakan Shadaqah Rosok NU Care-LAZISNU Ranting Pagu.