

**PENGARUH TEKS NORMATIF DAN TEKS PERSONAL DALAM
DIGITAL FUNDRAISING TERHADAP MINAT WAKAF MAHASISWA
GEN Z UINSA PADA PROGRAM WAKAF AMBULANCE DI WAQAF.ID**

SKRIPSI

Oleh

ACHMAD DHANI SAPUTRA

NIM: 08040521045



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2026

PERNYATAAN

Saya, Achmad Dhani Saputra, 08040521045, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 1 Mei 2026



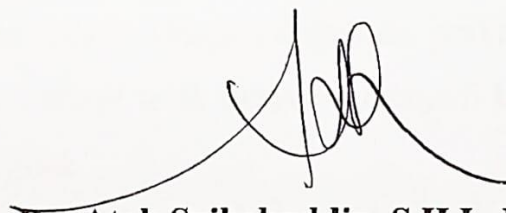
Achmad Dhani Saputra
NIM. 08040521045

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Surabaya, 1 Mei 2026

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Dr. Atok Syihabuddin, S.H.I., M.E.I
NIP: 198501022023211011

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH TEKS NORMATIF DAN TEKS PERSONAL DALAM DIGITAL FUNDRAISING TERHADAP MINAT WAKAF MAHASISWA GEN Z UINSA PADA PROGRAM WAKAF AMBULANCE DI WAQAF.ID

oleh

Achmad Dhani Saputra

NIM: 08040521045

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 10 Juni 2026 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Atok Syihabuddin, S.H.I., M.E.I

NIP. 198501022023211011

2. M. Maulana Asegaf, M.H.I

NIP. 198709042019031005

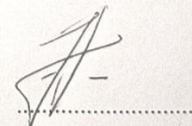
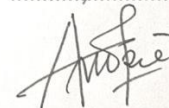
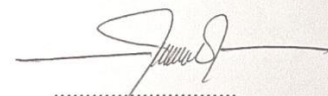
3. Dr. Andriani Samsuri, M.M

NIP. 197608022009122002

4. Dr. Hasbullah Hilmi, S.Ag., S.S., M.H.I.

NIP. 197411262000031001

Tanda Tangan:



Surabaya, 10 Juni 2026.

Dekan,



Dr. Strajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Achmad Dhani Saputra
NIM : 08040521045
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen Zakat dan Wakaf
E-mail address : danyasaputra381@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENGARUH TEKS NORMATIF DAN TEKS PERSONAL DALAM DIGITAL

FUNDRAISING TERHADAP MINAT WAKAF MAHASISWA GEN Z UINSA

PADA PROGRAM WAKAF AMBULANCE DI WAQAF.ID

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 02 Juli 2026

Penulis

(Achmad Dhani Saputra)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh teks normatif dan teks personal dalam *digital fundraising* terhadap minat wakaf mahasiswa Generasi Z pada Program Wakaf Ambulance di Waqaf.id. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner skala Likert kepada 90 mahasiswa Generasi Z UIN Sunan Ampel Surabaya yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Variabel penelitian terdiri dari teks normatif (X1), teks personal (X2), dan minat wakaf (Y). Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi menggunakan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial teks normatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wakaf mahasiswa Generasi Z. Teks personal juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wakaf. Secara simultan, teks normatif dan teks personal berpengaruh signifikan terhadap minat wakaf mahasiswa Generasi Z pada program Wakaf Ambulance di Waqaf.id. Hasil analisis menunjukkan bahwa teks personal memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan teks normatif. Temuan ini mengindikasikan bahwa *storytelling*, empati emosional, dan kedekatan personal lebih efektif dalam meningkatkan minat wakaf generasi muda dibandingkan pendekatan normatif berbasis dalil keagamaan. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa strategi *digital fundraising* wakaf perlu mengombinasikan teks normatif dan teks personal untuk meningkatkan partisipasi wakaf Generasi Z.

Kata kunci: teks normatif, teks personal, *digital fundraising*, wakaf digital, minat wakaf, generasi Z

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of normative texts and personal texts in digital fundraising on the waqf interest of Generation Z students in the Ambulance Waqf Program at Waqaf.id. The study used a quantitative approach with a survey method through a Likert scale questionnaire to 90 Generation Z students of UIN Sunan Ampel Surabaya who were selected using a purposive sampling technique. The research variables consisted of normative texts (X1), personal texts (X2), and waqf interest (Y). Data analysis was carried out using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and coefficients of determination using SPSS. The results showed that partially normative texts had a positive and significant effect on the waqf interest of Generation Z students. Personal texts also had a positive and significant effect on waqf interest. Simultaneously, normative texts and personal texts had a significant effect on the waqf interest of Generation Z students in the Ambulance Waqf program at Waqaf.id. The results of the analysis showed that personal texts had a more dominant influence than normative texts. These findings indicate that storytelling, emotional empathy, and personal connection are more effective in increasing waqf interest among the younger generation than normative approaches based on religious teachings. This research implies that digital waqf fundraising strategies need to combine normative and personal texts to increase waqf participation among Generation Z.

Keywords: normative text, personal text, digital fundraising, waqf, waqf intention, Generation Z

UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	9
1.3. Rumusan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1. Kajian Teori.....	15
2.2. Penelitian Terdahulu.....	34
2.3. Kerangka Konseptual	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Jenis Penelitian	40
3.2. Lokasi Penelitian	42
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	45
3.4. Jenis dan Sumber Data	49
3.4.1. Data Primer	50
3.4.2. Data Sekunder	51
3.5. Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.1. Populasi Penelitian.....	54

3.5.2.	Sampel Penelitian.....	55
3.6.	Teknik Analisis Data	56
3.7.	Pengujian Hipotesis	60
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.2	Deskripsi Responden Penelitian	66
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.2	Responden Berdasarkan Fakultas	67
4.2.3	Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.2.4	Responden Berdasarkan Pernah Berdonasi Digital.....	69
4.2.5	Responden Berdasarkan Pernah Melihat Wakaf Digital.....	70
4.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	70
4.3.1	Teks Normatif (X1).....	71
4.3.2	Teks Personal (X2)	72
4.3.3	Minat Donasi (Y).....	72
4.4	Uji Instrumen Penelitian.....	73
4.4.1	Uji Validitas	73
4.4.2	Uji Reliabilitas	75
4.5	Uji Asumsi Klasik	75
4.5.1	Uji Normalitas.....	75
4.5.2	Uji Multikolinearitas	76
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	77
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda	78
4.7	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	79
4.8	Pengujian Hipotesis	79

4.8.1	Uji t (Parsial)	79
4.8.2	Uji F (Simultan)	80
4.9	Perbandingan Pengaruh Variabel Dominan	81
4.10	Pembahasan Hasil Penelitian	82
4.10.1	Pengaruh Teks Normatif terhadap Minat Donasi	82
4.10.2	Pengaruh Teks Personal terhadap Minat Donasi	84
4.10.3	Pengaruh Teks Normatif dan Teks Personal Secara Simultan terhadap Minat Donasi	87
BAB V PENUTUP		90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN		99

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1.1 Data Statistik Digital Fundraising Generasi Z.....</i>	<i>4</i>
<i>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan</i>	<i>34</i>
<i>Tabel 2.2 Variabel Penelitian dan Hubungan Antar Variabel</i>	<i>39</i>
<i>Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian</i>	<i>47</i>
<i>Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Fakultas</i>	<i>68</i>
<i>Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Donasi Digital .</i>	<i>69</i>
<i>Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pernah Melihat Wakaf Digital</i>	<i>70</i>
<i>Tabel 4.6 Mean Teks Normatif (X1).....</i>	<i>71</i>
<i>Tabel 4.7 Mean Teks Personal (X2).....</i>	<i>72</i>
<i>Tabel 4.8 Mean Minat Donasi (Y)</i>	<i>72</i>
<i>Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen</i>	<i>74</i>
<i>Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas</i>	<i>75</i>
<i>Tabel 4.11 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas</i>	<i>77</i>
<i>Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)</i>	<i>77</i>
<i>Tabel 4.14 Hasil Regresi Linear Berganda.....</i>	<i>78</i>
<i>Tabel 4.15 Model Summary</i>	<i>79</i>
<i>Tabel 4.16 Uji t Narasi Normatif.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabel 4.17 Uji t Narasi Personal</i>	<i>80</i>
<i>Tabel 4.18 Uji F (ANOVA)</i>	<i>80</i>
<i>Tabel 4.19 Standardized Coefficients</i>	<i>81</i>

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyyah, N., & Priatna, A. (2025). Digital communication strategy and Gen Z engagement in Islamic philanthropy campaigns. *Journal of Islamic Marketing*, 16(2), 233–248. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2024-0123>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aminuddin, M., Rahman, F., & Zaki, A. (2025). Wakaf produktif dan keberlanjutan ekonomi Islam di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 12(1), 45–60. <https://doi.org/10.20473/vol12iss2025>
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Ariyani, D. (2018). Transformasi filantropi Islam di era digital. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 10(2), 245–260. <https://doi.org/10.15408/aiq.v10i2>
- Badan Wakaf Indonesia. (2023). Laporan tahunan Badan Wakaf Indonesia 2023. <https://www.bwi.go.id/laporan-tahunan>
- Bonang, D., Ismail, S., & Sukmana, R. (2024). Empowering the future of cash waqf through digitalisation: An insight into the philanthropic intention of the Indonesian Muslim community. *International Journal of Islamic Economics and Finance Research*. <https://www.researchgate.net>
- Cohen, J. B., & Miniard, P. W. (1983). Modeling personal and normative influences on behavior. *Journal of Consumer Research*, 10(2), 169–180. <https://doi.org/10.1086/208955>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/research-design/book255675>
- Dahlstrom, M. F. (2014). Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(Supplement_4), 13614–13620. <https://doi.org/10.1073/pnas.1320645111>

- DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>, diakses pada 25 April 2026.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method*. Wiley.
<https://www.wiley.com/en-us/Internet%2C+Phone%2C+Mail%2C+and+Mixed+Mode+Surveys%3A+The+Tailored+Design+Method%2C+4th+Edition-p-9781118456149>
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/defining-generations-where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Longman.
- Fisher, W. R. (1984). Narration as a human communication paradigm. *Communication Monographs*, 51(1), 1–22.
<https://doi.org/10.1080/03637758409390180>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://www.bpu.undip.ac.id>
- Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 701–721. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.5.701>
- Haidar, A., Hendrasto, N., Herindar, E., & Chairiyati, F. (2024). Cash waqf intention among Indonesian Muslim youth: The role of banking digitalization. *Jurnal Ekonomi Syariah*. <https://smart-insight-journal.example>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/multivariate-data-analysis/P2000000003279>

- Halliday, M. A. K., & Hasan, R. (1976). *Cohesion in English*. Longman.
- Hariyanto, B. (2024). Demographic profile of Generation Z in Indonesia. *BPS Statistical Review*. <https://www.bps.go.id>
- Huda, N., & Sawarjuwono, T. (2021). Digital fundraising in Islamic philanthropy: Opportunities and challenges in Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(4), 567–582. <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2020-0036>
- Jalaluddin, Fitrah Insani, & Juzaili. (2025). Interest in waqf among Gen Z: The role of technological literacy and digital waqf innovation. *UIN Ar-Raniry Journal of Islamic Economics*. <https://journal.ar-raniry.ac.id>
- Kahf, M. (2003). The role of waqf in improving the ummah welfare. <https://waqf.org.my/wp-content/uploads/2016/11/Monzer-Kahf-Waqf.pdf>
- Kasri, R. A., & Chaerunnisa, S. (2022). The role of digital technology in Islamic philanthropy. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*. <https://doi.org/10.21098/jimf.v8i2.1430>
- Kuncoro, M. (2018). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi*. Erlangga. <https://www.erlangga.co.id>
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337–353. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01576.x>
- Maulana, N., Siregar, H., & Saptono, I. (2024). Determinants of interest and intention to donate cash waqf through super app Berkahwakaf.id. *Jurnal Manajemen dan Bisnis IPB*. <https://journal.ipb.ac.id>
- Merchant, A., Ford, J. B., & Sargeant, A. (2010). Charitable organizations' storytelling influence on donors. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 15(4), 353–369. <https://doi.org/10.1002/nvsm.407>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Putra, R. (2025). Digital fundraising transformation in Indonesia: From

- conventional to interactive engagement. *Indonesian Journal of Digital Economy*, 3(1), 77–89. <https://doi.org/10.1234/ijde.v3i1.2025>
- Rupita, & Mawardi. (2024). Wakaf produktif dalam pengembangan ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*. <https://ejournal.example>
- Sargeant, A., Ford, J. B., & West, D. C. (2006). Perceptual determinants of nonprofit giving behavior. *Journal of Business Research*, 59(2), 155–163. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.04.005>
- Saxton, G. D., & Wang, L. (2014). The social network effect of nonprofit fundraising. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(5), 850–868. <https://doi.org/10.1177/0899764013485159>
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z goes to college*. Jossey-Bass.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley. <https://www.wiley.com/en-us/Research+Methods+For+Business%3A+A+Skill+Building+Approach%2C+7th+Edition-p-9781119165552>
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2006). *Metode penelitian survei*. LP3ES. <https://lp3es.or.id>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://cvalfabeta.com>
- Syamsuri, et al. (2020). Wakaf dan keberlanjutan sosial ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*. <https://journal.example>
- Tanner, S. (2024). Internet usage and digital behavior in Indonesia. *DataReportal Digital 2024*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Tapscott, D. (2009). *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. McGraw-Hill.
- Turner, A. (2015). *Generation Z: Technology and social interest*. University of Chicago Press.
- Waqaf.id. (2026). Platform wakaf digital Indonesia. <https://waqaf.id>, diakses pada 3 Maret 2026.
- Waters, R. D., & Feneley, K. L. (2013). Virtual stewardship in nonprofit organizations. *Journal of Public Relations Research*, 25(3), 232–249.

<https://doi.org/10.1080/1062726X.2013.788446>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A