

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan besarnya pengaruh variabel Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Kualitas Pelayanan, Dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Masyarakat Muslim Berinfaq Pada *Donation Crowdfunding Platform*. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat muslim yang berinfaq pada *donation crowdfunding platform*. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner ke 109 responden dan sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode kuantitatif SPSS dengan cara mendistribusikan kuesioner dan mengolah data dengan bantuan perangkat lunak.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas sistem dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berinfaq masyarakat muslim pada *donation crowdfunding platform*. Namun, Kualitas informasi dan *Brand awareness* tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim berinfaq pada *donation crowdfunding platform*. Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi *donation platform crowdfunding*, diharapkan untuk memperhatikan citra merek atau *brandawareness* pada masing-masing platform sehingga mampu dikenal baik oleh masyarakat dan adanya ketertarikan masyarakat untuk berinfaq melalui platform tersebut. Selanjutnya untuk lebih memperkuat dan memperhatikan kualitas informasi yang baik.

***Kata Kunci: ISSM; Kualitas Informasi; Kualitas Sistem; Kualitas Pelayanan; Brand Awareness; Crowdfunding.***