

## ABSTRAK

Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan. Masyarakat menjadi semakin mudah mengakses informasi baik untuk kepentingan bisnis, edukasi, hiburan, maupun aktivitas amal. Masyarakat Indonesia dinobatkan oleh *Charities Aid Foundation* (CAF) sebagai negara paling dermawan di dunia pada tahun 2022. Dengan meningkatnya pengguna internet dan tingginya tingkat kedermawanan yang ada pada masyarakat Indonesia, memberikan peluang untuk lembaga *non profit* meningkatkan aktivitas online *fundraising*, salah satunya untuk Masjid Nusantara melalui website *masjidnusantara.org/donasi*. Dari data yang didapatkan pada aktivitas *masjidnusantara.org/donasi*, telah terjadi penurunan yang signifikan pada total donatur pada tahun 2022 dibandingkan tahun 2021. Penelitian ini pada tahap 1 dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari *average session duration*, *repeat visit*, dan *bounce rate* terhadap *conversion* berdasarkan data *analytic* aktivitas website. Tahap selanjutnya dilakukan uji pengaruh *conversion* terhadap *satisfaction experience* dan pengaruh *satisfaction experience* terhadap *repurchase intention* dengan menggunakan kuesioner terhadap 150 donatur yang pernah melakukan donasi melalui website *masjidnusantara.org/donasi*. Alat analisis yang digunakan adalah E-Views pada tahap pertama dengan uji *vector auto regressive* dan menggunakan SmartPLS pada tahap dua. Berdasarkan hasil analisis data ditemukan bahwa variabel yang terdiri dari *average session duration* dan *repeat visit* tidak memiliki pengaruh terhadap *conversion*, sementara *bounce rate* memiliki pengaruh yang positif terhadap *conversion*. Sementara untuk variabel *conversion* ditemukan memiliki pengaruh terhadap *satisfaction experience* dan selanjutnya *satisfaction experience* mempengaruhi *repurchase intention*.

Kata kunci : *Website, Average Session Duration, Repeat Visit, Bounce Rate, Conversion, Satisfaction Experience, Repurchase Intention, Crowdfunding, Non Profit, Vector Auto regressive, PLS SEM*