

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MUZAKKI
DALAM MENUNAIKAN ZAKAT DI NURUL HAYAT CABANG JEMBER**

TESIS

Dosen Pembimbing

1. Dr. Imam Suroso, S.E, M.Si.
2. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag. M.E.I.



Oleh

AZY ATHOILLAH YAZID

NIM: 0839215003

IAIN JEMBER

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA IAIN JEMBER
NOPEMBER 2017**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MUZAKKI
DALAM MENUNAIKAN ZAKAT DI NURUL HAYAT CABANG JEMBER**

TESIS

Diajukan kepada
Pascasarjana (S-2) IAIN Jember
Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi Syariah

Dosen Pembimbing

1. Dr. Imam Suroso, S.E, M.Si.
2. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag. M.E.I.



Oleh
AZY ATHOILLAH YAZID
NIM: 0839215003

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA IAIN JEMBER
NOPEMBER 2017**

PERSETUJUAN

Tesis dengan judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menunaikan Zakat Di Nurul Hayat Cabang Jember" yang ditulis oleh Azy Athoillah Yazid ini, telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan dewan penguji tesis.

Jember, ... 27-10-2017

Pembimbing I



Dr. Iman Suroso, S.E, M.Si
NIP. 19591013 198802 1 001

Jember, ... 30-10-2017

Pembimbing II



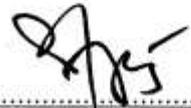
Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I.
NIP. 19730830 199903 1 002

PENGESAHAN

Tesis dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menunaikan Zakat Di Nurul Hayat Cabang Jember” yang ditulis oleh Azy Athoillah Yazid ini, telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Tesis Pascasarjana IAIN Jember pada hari Rabu tanggal 08 Nopember 2017 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.)

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Penguji : Prof. Dr. H. Miftah Arifin, M.Ag.

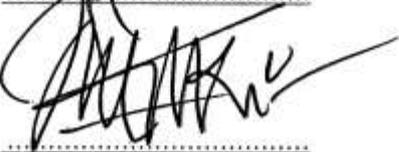

.....

2. Anggota :

a. Penguji Utama : Dr. Abdul Wadud Nafis, L.C., M.E.I.


.....

b. Penguji I : Dr. Imam Suroso, .S.E., M.Si.


.....

c. Penguji II : Dr. Ishaq, M.Ag.


.....

Jember, *18 Nopember 2017*

Mengesahkan

Pascasarjana IAIN Jember

Direktur,



Prof. Dr. H. Miftah Arifin, M.Ag.

NIP. 19750103 199903 1 0001

ABSTRAK

Azy Athoillah Yazid, 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menunaikan Zakat Di Nurul Hayat Cabang Jember. Tesis. Program Studi Ekonomi Syariah. Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Jember. Pembimbing I: Dr. Imam Suroso, S.E, M.Si. Pembimbing II: Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Religiusitas, Citra Lembaga, Minat Muzakki Menunaikan Zakat

Kualitas Layanan LAZ (Lembaga Amil Zakat) merupakan hal penting dalam meningkatkan minat muzakki dalam menunaikan zakat di LAZ. LAZ dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas layanan terutama kepada muzakki agar memiliki konsistensi dalam berzakat. Selain kualitas layanan, religiusitas dan citra lembaga juga mempunyai pengaruh penting dalam meningkatkan minat muzakki.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris variabel-variabel dalam penelitian yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah, yaitu apakah terdapat pengaruh antara kualitas layanan (X_1), religiusitas (X_2), dan citra lembaga (X_3) terhadap minat muzakki (Y_1). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teori milik Ferdinand sejumlah 90 orang yang dibulatkan menjadi 100 orang muzakki dari populasi yang belum diketahui. Analisis yang dilakukan menggunakan Analisis Regresi Berganda. Uji hipotesis dilakukan dengan bantuan software *Statistical Package for the Sciences* (SPSS) versi 14.00

Hasil Analisis menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Layanan terhadap minat muzakki adalah positif signifikan, dengan Koefisien Jalur *Standardize* pengaruh langsung sebesar 0,517. Pengaruh Religiusitas terhadap minat muzakki adalah positif signifikan, dengan Koefisien Jalur *Standardize* pengaruh langsung sebesar 0,148. Pengaruh Citra Lembaga terhadap minat muzakki adalah positif signifikan, dengan Koefisien Jalur *Standardize* pengaruh langsung sebesar 0,194.

ABSTRACT

Azy Athoillah Yazid, 2017. Factors Affecting Muzakki's Interest In Delivering Zakat In Nurul Hayat Jember District. Thesis. Sharia Economics Study Program. Postgraduate Institute of Islamic Religion Jember State. Counselor I: Dr. Imam Suroso, S.E, M.Sc. Advisor II: Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I.

Keywords : Quality of Service, Religiosity, Institutional Image, Interest of Muzakki Fulfill Zakat

The quality of LAZ Services is important in raising the interest of muzakki in paying zakat in LAZ. LAZ is required to always improve the quality of service especially to muzakki to have consistency in the zakat. In addition to service quality, religiosity and agency image also have an important influence in increasing interest in muzakki.

This research aims to empirically test the variables in the research that have been formulated in the problem formulation, that is whether there is influence between service quality (X1), religiosity (X2), and institutional image (X3) to interest muzakki (Y1). Sampling in this study used Ferdinand's theory of 100 muzakki people from unknown population. The analysis was performed using Multiple Regression Analysis. Hypothesis testing is done with the help of Statistical Package for the Sciences (SPSS) software version 14.00

The results of the analysis show that the influence of Quality of Service on the interest of muzakki is positively significant, with the Coefficient of Standardize Lines direct influence of 0,517. The influence of Religiosity on the interest of muzakki is positively significant, with the Standardized Line Coefficient having a direct effect of 0.148. The Influence of Institutional Image on the interest of muzakki is positively significant, with the Standardized Line Coefficient of direct influence of 0.194.

ملخص

عزي عطاء الله يزيد، ٢٠١٧. العوامل المؤثرة على رغبة المزكي لإيتاء الزكاة في نور الهداية فرعية جمبر. رسالة الماجستير. بشعبة الإقتصاد الإسلامي برنامج الماجستير في الجامعة الإسلامية الحكومية جمبر. المشرف الأول: الدكتور سوراصا الماجستير. المشرف الثاني: الدكتور عبد الرحيم الماجستير.

كلمات البحث: جودة الخدمة، التدين، مرئية اللجنة، رغبة المزكي، إيتاء الزكاة. جودة الخدمة للجنة عامل الزكاة هي من المهمات في ترقية رغبة المزكي لإيتاء الزكاة فيها وعلى لجنة عامل الزكاة ترقية جودة الخدمة فضلا إلى المزكي ليملك الاتساق في إيتاء الزكاة ومع جودة الخدمة التدين ومرئية اللجنة لهما أثر مهم في ترقية رغبة المزكي.

هذا البحث يهدف لاختبار التغيرات تجريبيا في البحث المخطط سؤاله هو هل يوجد الأثر بين جودة الخدمة (X١) والتدين (X٢) و مرئية اللجنة (X٣) على رغبة المزكي (Y١). اتخاذ العينات في هذا البحث باستخدام النظر لدى برديناند على عدد ٩٠ مدورا إلى ١٠٠ مزك من العينات غير المعروفة. وتحليله باستخدام الانحداد المتعدد واختبار الفرضية باستخدام البرمجية الحزمة الإحصائية للعلوم إصدار ١٤,٠٠. ونتيجته أن أثر جودة الخدمة على رغبة المزكي إيجابي بشكل ملحوظ، على معامل سبيل التوحيد أثرا مباشرا ٠,٥١٧. أثر التدين على رغبة المزكي إيجابي بشكل ملحوظ على معامل سبيل التوحيد أثرا مباشرا ٠,١٤٨. أثر مرئية اللجنة على رغبة المزكي إيجابي بشكل ملحوظ على معامل سبيل التوحيد أثرا مباشرا ٠,١٩٤.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur senantiasa dipanjatkan kehadirat Allah SWT atas karunia dan limpahan nikmat-Nya sehingga tesis dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menunaikan Zakat Di Nurul Hayat Cabang Jember” ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya menuju agama Allah sehingga tercerahkanlah kehidupan saat ini.

Dalam penyusunan tesis ini, banyak pihak yang terlibat dalam membantu penyelesaiannya. Oleh karena itu patut diucapkan terima kasih teriring do'a *jazaakumullahu ahsanal jazaa'* kepada mereka yang telah banyak membantu, membimbing, dan memberikan dukungan demi penulisan tesis ini.

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember yang telah memberikan izin dan bimbingan yang bermanfaat.
2. Prof. Dr. H. Miftah Arifin, M.Ag. selaku Direktur Pascasarjana IAIN Jember.
3. Dr. Abdul Wadud Nafis, L.C., M.E.I. selaku Kaprodi Ekonomi Syariah IAIN Jember yang telah memberikan motivasi, sekaligus memberikan banyak ilmu dan bimbingan tahap awal dalam penentuan judul dengan penuh kesabaran.
4. Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan terutama dalam hal

metode penelitian sehingga penelitian ini berjalan dengan lancar sampai selesai.

5. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan terutama dalam hal referensi sehingga penelitian ini berjalan dengan lancar sampai selesai.
6. Seluruh Dosen Pascasarjana IAIN Jember yang telah banyak memberikan ilmu, mendidik serta membimbing penulis menempuh pendidikan di almamater tercinta
7. Seluruh Staf bagian akademik, pustakawan, dan OB yang membantu penulis sejak pengajuan judul, seminar proposal, sampai selesainya sidang,
8. Bapak Abdul Latif selaku Pimpinan Nurul Hayat beserta seluruh Staf yang memberikan kemudahan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian
9. Kedua orang tua, kakak dan adik penulis yang tidak pernah berhenti memberikan motivasi, menjadi tempat mencurahkan keluh kesah dan berbagi.
10. Teman-teman seperjuangan di Pascasarjana IAIN Jember yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungan sampai terselesaikannya tesis ini.

Semoga penyusunan tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Jember, 19 Oktober 2017

AZY ATHOILLAH YAZID

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Ruang Lingkup Penelitian	8
F. Definisi Operasional	9
G. Skala Pengukuran	16
H. Sistematika Penulisan	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
A. Penelitian Terdahulu	19
B. Kajian Teori	23
1. Zakat	23
2. Kualitas Pelayanan	29

3. Religiusitas	34
4. Citra Lembaga	39
5. Minat	43
C. Kerangka Konseptual	45
D. Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50
B. Populasi dan Sampel	50
C. Teknik Pengumpulan Data	51
D. Instrumen Penelitian	53
E. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen	54
F. Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN	60
A. Paparan Data	60
B. Analisis Hasil Penelitian	72
C. Pengujian Hipotesis	83
D. Pembahasan	85
E. Keterbatasan Penelitian	90
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	
Pernyataan Keaslian Tulisan	
Lampiran – Lampiran	
Riwayat Hidup	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	13
Tabel 2.1	20
Tabel 3.1	45
Tabel 4.1	53
Tabel 4.2	54
Tabel 4.3	54
Tabel 4.4	55
Tabel 4.5	57
Tabel 4.6	59
Tabel 4.7	61
Tabel 4.8	64
Tabel 4.9	67
Tabel 4.10	67
Tabel 4.11	68
Tabel 4.12	69
Tabel 4.13	70
Tabel 4.14	72
Tabel 4.15	73
Tabel 4.16	75
Tabel 4.17	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	40
Gambar 2.3	43



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) merupakan ibadah yang tidak hanya berhubungan dengan nilai ketuhanan saja, namun berkaitan juga dengan hubungan kemanusiaan yang bernilai sosial (*Maliyah Ijtima'iyah*). ZIS memiliki manfaat yang sangat penting dan strategis dilihat dari sudut pandang ajaran islam maupun dari aspek pembangunan kesejahteraan umat. Penelitian Beik (2009:9) mengemukakan bahwa zakat mempunyai potensi yang bagus dalam pengentasan kemiskinan dan kesenjangan ekonomi hal ini dapat dilihat dari prosentase angka kemiskinan yang turun drastis dari angka 84 persen ke angka 74 persen .

Peranan zakat sesuai dengan kondisi ekonomi masyarakat miskin di Indonesia yang masih membutuhkan berbagai macam layanan bantuan, namun masih kesulitan dalam memperoleh layanan bantuan tersebut guna meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Dilihat dari fenomena itulah, Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama islam sebenarnya memiliki potensi yang strategis dan sangat layak untuk dikembangkan dalam menggerakkan perekonomian negara.

Permasalahan yang sering muncul di tengah masyarakat kita adalah kepada siapa zakat harus diberikan. Lebih utama disalurkan langsung oleh *muzakki* kepada *mustahiq*, atau sebaliknya melalui amil zakat. Jika disalurkan kepada *mustahiq*, memang ada perasaan tenang karena menyaksikan secara langsung zakatnya tersebut telah disalurkan kepada mereka yang dianggap

berhak menerimanya. Tapi terkadang penyaluran langsung yang dilakukan oleh *muzakki* tidak mengenai sasaran yang tepat. Terkadang orang sudah merasa menyalurkan zakat kepada mustahiq, padahal ternyata yang menerima bukan mustahiq sesungguhnya, hanya karena kedekatan emosi maka ia memberikan zakat kepadanya. Misalnya disalurkan kepada tetangga dekat rumahnya, yang menurut anggapannya sudah termasuk kategori *mustahiq*, padahal jika dibandingkan dengan orang yang berada dilingkungan sekitarnya, masih banyak orang-orang yang lebih berhak untuk menerimanya sebab lebih fakir, lebih miskin, dan lebih menderita dibanding dengan tetangganya sendiri. Hal ini terjadi karena *muzakki* merasa tetangganya sudah sering membantunya dan kondisi ekonominya masih kekurangan.

Potensi zakat sebelumnya hanya dikelola oleh individu-individu secara tradisional dan bersifat konsumtif seperti contoh diatas, sehingga pemanfaatannya belum optimal. Setelah berlakunya Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Zakat. Dalam Bab I Pasal 3 Undang-undang tersebut disebutkan bahwa pengelolaan zakat bertujuan “(1) Meningkatkan efektifitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat, (2) meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan”

Sedangkan dalam BAB II Undang-undang RI No. 23 Tahun 2011 dikemukakan bahwa organisasi pengelola zakat terdiri dari dua jenis, yaitu Badan Amil Zakat dan Lembaga Amil Zakat. (UU RI).

Didin Hafidhuddin dalam bukunya *zakat dalam perekonomian modern* sebagaimana dikutip oleh Beik (2009:3) mengemukakan bahwa

pengelolaan zakat melalui Badan Amil Zakat (BAZ) atau Lembaga Amil Zakat (LAZ) mempunyai beberapa keuntungan diantaranya lebih sesuai dengan syariat sebagaimana sejarah nabi, kedisiplinan para *muzakki* lebih terkontrol, menghindari perasaan rendah diri dari *mustahiq*, pengelolaan dan pendayagunaan yang lebih efektif dan efisien serta sebagai bentuk penyesuaian syariat islam dengan lembaga pemerintahan.

Di Indonesia, pengelolaan Lembaga Amil Zakat diatur dalam Undang-Undang (UU) RI Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat yang menggantikan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999. Dalam UU RI Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat pasal 15 ayat (1) dinyatakan bahwa “ Dalam rangka pelaksanaan pengelolaan zakat pada tingkat provinsi dan kabupaten/kota dibentuk BAZNAS provinsi dan BAZNAS kabupaten/kota”

Pasal 16 ayat (1) menyatakan bahwa

Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, BAZNAS, BAZNAS provinsi, dan BAZNAS kabupaten/kota dapat membentuk UPZ (Unit Pengumpul Zakat) pada instansi pemerintah, badan usaha milik negara, badan usaha milik daerah, perusahaan swasta, dan perwakilan Republik Indonesia di luar negeri serta dapat membentuk UPZ pada tingkat kecamatan, kelurahan atau nama lainnya, dan tempat lainnya.

Sedangkan dalam Pasal 17 menyatakan bahwa “Untuk membantu BAZNAS dalam pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat, masyarakat dapat membentuk LAZ (Lembaga Amil Zakat)”.

Di sisi lain Indonesia sebagai negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia, mempunyai potensi zakat paling tinggi di dunia. Terdapat 217 triliun rupiah potensi zakat yang ada di Indonesia dan belum

semuanya terserap secara optimal hanya sekitar 1,2 % atau dibawah 2 Triliun yang bisa terhimpun (Ahmad Syafiq, 2014:148). Padahal zakat memiliki banyak manfaat. Manfaat zakat sebagai *instrument people to people transfer* seharusnya bisa menjadi jalan keluar terbaik untuk mengurangi ketimpangan dan kesenjangan ekonomi (Beik, 2009:1). Zakat yang merupakan rukun Islam ketiga, di samping mempunyai dimensi vertikal juga mempunyai dimensi horizontal. Zakat adalah sistem keuangan, ekonomi, sosial, politik, moral dan agama sekaligus. (Al-Buhuts, 2015:76).

Menurut M. Abdul Rouf (2011:6) tidak optimalnya potensi zakat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, antara lain: Pertama, ketidaktahuan kewajiban membayar zakat. Ada sebagian masyarakat yang tidak tahu bahwa dia harus membayar zakat, mereka hanya tahu bahwa zakat dilakukan pada bulan Ramadhan. Bahwa sebenarnya ada zakat lainnya yang harus mereka keluarkan. Kedua, ketidakmauan masyarakat menunaikan zakat atau kurangnya kesadaran. Terdapat sebagian masyarakat yang enggan menunaikan zakat karena perilaku kikirnya, sehingga mereka merasa tidak perlu untuk menunaikan zakat. Ketiga, ketidakpercayaan terhadap badan amil zakat/lembaga amil zakat, sehingga masyarakat mengeluarkan zakatnya langsung kepada mustahiq. Selain itu mereka juga beranggapan bahwa memberikan zakatnya secara langsung kepada mustahiq lebih *afdhol* daripada kepada lembaga pengelola zakat.

Menurut Ahmad Rendi (2017) Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat muzakki, dibuktikan dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra

Lembaga Terhadap Minat Masyarakat berinfatq di LAZNAS DPU DT Cabang Palembang”. Sedang dalam uji serentak (simultan) Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga mempunyai pengaruh yang signifikan sebesar 51,7 %.

Dengan demikian, Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Citra Lembaga merupakan faktor penting dalam menentukan minat masyarakat untuk menunaikan zakatnya di Badan Amil Zakat/Lembaga Amil Zakat. Pengelolaan dana zakat yang lebih professional akan menjadikan Badan Amil Zakat/Lembaga Amil Zakat sebagai pilihan utama masyarakat dalam berzakat dan mengajak orang lain untuk berzakat.

Salah satu LAZ yang akan di bahas disini adalah LAZ Nurul Hayat. Nurul Hayat sendiri berdiri sejak tahun 2001. Berdasarkan laman resmi yang beralamat di www.nurulhayat.org, Nurul Hayat bercita-cita untuk menjadi lembaga yang mandiri dalam artian meski Nurul Hayat adalah lembaga sosial dan dakwah namun untuk operasionalnya menggunakan dana secara mandiri jadi semua dana zakat, infatq, maupun shodaqoh yang masuk ke Nurul Hayat 100% bisa tersalurkan kepara mustahiq.

Selain itu, Nurul Hayat juga selalu berusaha meningkatkan prestasi dalam bekerja dengan berpegang teguh pada empat komitmen, yaitu : mandiri, amanah, professional dan memberdayakan. Salah satu bukti peningkatan prestasi yang saat ini cukup menonjol dibandingkan dengan LAZ yang lain adalah adanya fitur zakat *online* yang beralamat di www.zakatkita.org. Di laman tersebut banyak sekali fitur yang disediakan, seperti zakat profesi, kurban sapi, kurban kambing, dll. Tersedia juga

kalkulator zakat (zakat profesi, zakat maal, zakat perusahaan) dengan patokan harga emas antam.

Status Nurul Hayat Cabang Jember sebagai LAZ telah mendapat respon positif dari masyarakat jember, hal ini terbukti dari penelitian Alfian Izzat El Rahman (2017) yang menyebutkan bahwa, jumlah dana yang berhasil dikumpulkan dari para donatur telah mencapai Rp. 1 Milyar per tahun 2016 ini dan lebih dari 100.000 orang yang menerima manfaat dari Nurul Hayat. Dalam penelitiannya, Alfian juga menyatakan bahwa Nurul Hayat mendapat berbagai macam penghargaan seperti *Pro Poor Awards*, Penghargaan Lembaga Peduli Anak, Panti Asuhan terbaik, dll (Alfian Izzat, 2017:70). Berbagai macam penghargaan tersebut telah mengangkat citra lembaga Nurul Hayat sebagai LAZ yang patut untuk diperhitungkan.

Fakta di lapangan, ketika saya melakukan wawancara dengan bapak Latif, selaku pimpinan dari Nurul Hayat Cabang Jember, Pelayanan dari para santri khidmat (sebutan untuk karyawan Nurul Hayat) sangat diutamakan, hal ini dibuktikan dengan adanya silaturahmi ke rumah donatur untuk mengantarkan majalah, memberikan doa, maupun sekedar menyambung tali silaturahmi. Bahkan meski tujuan utamanya sebagai lembaga sosial, ketika ada donatur yang menyampaikan keluhan terkait pelayanan dari santri khidmat, bapak Latif selaku pimpinan dari Nurul Hayat akan berkunjung ke rumah donatur guna menyelesaikan keluhan tersebut

Sementara itu, berdasarkan wawancara dengan Bapak Syamsudin Adlawi selaku pimpinan BAZNAS Banyuwangi, mengatakan, “bahwa penghimpunan zakat di Banyuwangi di tingkat SKPD, telah di dukung oleh

himbauan bupati Banyuwangi, agar semua PNS di lingkungan Pemda Banyuwangi menunaikan zakat di BAZNAS. Namun, lagi-lagi menurut Samsyudin Adlawi, Perolehan zakat di BAZNAS Banyuwangi pada tahun 2016 baru mencapai 1,9 Milyar Rupiah (Wawancara, 2017). Hal ini menjadi alasan peneliti untuk memilih penelitian di Nurul Hayat karena meski dalam pengumpulan Zakat, Nurul Hayat tidak didukung oleh himbauan bupati, namun pada kenyataannya berhasil membukukan perolehan zakat sebesar Rp. 1.081.430.418 (Alfian Izzat, 2017:70).

Berdasarkan data diatas, peneliti tertarik untuk membuat tesis dengan judul, “FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MUZAKKI DALAM MENUNAIKAN ZAKAT DI NURUL HAYAT CABANG JEMBER”.

B. Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan dibahas di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan, religiusitas, dan citra lembaga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Jember?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Jember?
3. Apakah religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Jember?
4. Apakah citra lembaga berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Jember?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan yang disampaikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas layanan, religiusitas, dan citra lembaga secara simultan terhadap minat muzakki untuk menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Jember.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas layanan terhadap minat muzakki untuk menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Jember
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh religiusitas terhadap minat muzakki untuk menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Jember
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh citra lembaga terhadap minat muzakki untuk menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Jember

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi instansi terkait, masyarakat luas, pembaca, dan penulis pada khususnya.

Manfaat-manfaat tersebut diantaranya :

1. Lembaga dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai patokan untuk strategi dalam peningkatan perolehan ZIS.
2. Sebagai bahan referensi penelitian-penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang terkait dengan zakat dan kaitannya dengan ekonomi.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang dikemukakan maka variabel-variabel yang akan diteliti dan dianalisis dikelompokkan menjadi dua macam :

1. Variabel *independent* (X) yaitu variabel bebas yang tidak tergantung pada variabel lain. Yang termasuk variabel *independent* dalam penelitian ini adalah:

1. X1 : Kualitas Pelayanan
2. X2 : Religiusitas
3. X3 : Citra Lembaga

2. Variabel *dependent* (Y) yaitu variabel yang terikat pada variabel lain. Yang termasuk variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah Minat Muzakki dalam menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah faktor-faktor atau variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel *independent* atau variabel bebas (X)

Adalah variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 3 aspek, yaitu:

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Parasuraman dalam Sangadji dan Sopiah (2013:100)

Kualitas Pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Gronroos dan Lovelock dkk. (2010:154) kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Menurut

Zeithaml dan Bitner (2002:40) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas Pelayanan di definisikan operasional sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yaitu berupa tingkat mutu atau keunggulan seperti yang diharapkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Menurut Eri Sudewo dalam Ziswaf (2014:166) kualitas pelayanan juga bisa berupa pemanfaatan rekening bank, dengan tujuan agar donatur lebih mudah dalam menyalurkan dananya, selain itu juga bisa memanfaatkan layanan donatur atau *customer care* yang fungsinya sebagai berikut :

- 1) Mendokumentasikan data donatur
- 2) Mendata keluhan donatur dan dianalisa
- 3) Memberikan *follow up* terhadap keluhan donatur. Bahkan dengan tegas Edi Sudewo mengatakan, bila hanya mendata keluhan tanpa adanya tindak lanjut (*follow up*) maka ini dinamakan kebohongan publik.

Untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas layanan, maka digunakan alat ukur *Servqual (Service Quality)* yang meliputi *Tangibles* (bukti langsung), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (Empati). (Muhammad Thoriq, 2014:6)

1) *Tangibles* (Bukti Langsung)

Bukti langsung yang digunakan sebagai indikator adalah bentuk fisik dari kantor Nurul Hayat cabang Jember dan pemanfaatan rekening bank

2) *Reliability* (Kehandalan)

Bentuk pengukuran *Reliability* dilihat dari kemampuan karyawan LAZ Nurul Hayat Cabang Jember dalam memberikan pelayanan kepada muzakki terutama yang dilakukan oleh *customer care*

3) *Responsiveness* (daya tanggap)

Merupakan kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan muzakki.

4) *Assurance* (Jaminan)

Jaminan yang dimaksud peneliti adalah kemampuan karyawan dalam memberikan tindak lanjut (*follow up*) terhadap keluhan muzakki.

5) *Empathy* (Empati)

Pengukuran empati dengan didasarkan pada kemampuan karyawan dalam menjalin komunikasi dengan muzakki, keramahan dan kemampuan mengetahui kebutuhan muzakki.

b. Religiusitas (X2)

Religiusitas menurut Glock dan Strak dalam Sari, Yunita dkk (2012:312) adalah tingkat konsepsi seseorang terhadap agama dan tingkat komitmen seseorang terhadap agamanya. Tingkat

konseptualisasi adalah tingkat pengetahuan seseorang terhadap agamanya, sedangkan yang dimaksud dengan tingkat komitmen adalah suatu hal yang perlu dipahami secara menyeluruh, sehingga terdapat berbagai cara individu untuk menjadi religius.

Religiusitas dalam penelitian ini adalah nilai dari pemahaman seseorang terhadap norma-norma syari'ah, khususnya terkait dengan kewajiban zakat, sangat mempengaruhi kesadaran seseorang untuk mengeluarkan zakat kepada mustahiq zakat. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik sikap seseorang terhadap suatu objek (kewajiban zakat), maka semakin tinggi pula kemungkinan seseorang untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan objek tersebut.

Religiusitas didefinisikan operasional sebagai pengabdian *Muzakki* terhadap ajaran agama Islam dengan menunaikan kewajiban untuk menyalurkan zakat untuk penghasilan yang telah mencapai *nisab*. Religiusitas *Muzakki* menurut Turner dalam Eko Satrio (2016:5) dapat diukur dengan lima dimensi yaitu: keyakinan yaitu kepercayaan *Muzakki* terhadap zakat sebagai kewajiban yang berasal dari Allah SWT; praktik agama yaitu perilaku dalam melaksanakan perintah Allah SWT melalui berzakat; pengalaman yaitu suatu perasaan *Muzakki* setelah menjalankan kewajiban untuk menunaikan zakat; pengetahuan agama yaitu dasar keyakinan *Muzakki* mengenai zakat; dan pengamalan atau konsekuensi yaitu akibat keyakinan ketika menunaikan zakat

c. Citra Lembaga (X3)

Frank Jeffkins dalam bukunya *PR Technique*, menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang/individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya (Firsan Nova, 2009:298). Menurut Hill Canton dan Sukatendel yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto mengatakan bahwa citra adalah pesan, kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan (Soemirat & Ardianto, 2003:111)

Citra lembaga didefinisikan operasional sebagai gambaran *Muzakki* mengenai Nurul Hayat Cabang Jember sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang amanah, transparan, dan profesional. Menurut Shirley Harrison, dalam Lisa Permata (2011:4) Citra lembaga LAZ Nurul Hayat Cabang Jember dapat diukur dengan empat dimensi yaitu: *Personality* yaitu gambaran keseluruhan dari LAZ Nurul Hayat Cabang Jember sebagai LAZ yang dipercaya; *Reputation* yaitu pengalaman LAZ Nurul Hayat Cabang Jember dalam mengelola dana zakat secara optimal dan tepat sasaran; *Value* yaitu nilai-nilai yang dipegang oleh karyawan LAZ Nurul Hayat Cabang Jember seperti bersikap ramah dan sopan dalam melayani *Muzakki*; *Corporate Identity* yaitu atribut dari LAZ Nurul Hayat Cabang Jember yang memudahkan *Muzakki* mengenal lembaga seperti logo LAZ Nurul Hayat Cabang Jember yang berwarna simpel, menarik dan mudah diingat.

2. Variabel *dependent* atau variabel terikat (Y)

Merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Adapun variabel terikat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat muzakki. Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut Bimo Walgito (1981: 38).

Faktor-faktor yang mendasari minat menurut Crow&Crow yang diterjemahkan oleh Z. Kasijan (1984 : 4) yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor dorongan yang bersifat sosial dan faktor yang berhubungan dengan emosional. Faktor dari dalam dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Timbulnya minat dari diri seseorang juga dapat didorong oleh adanya motivasi sosial yaitu mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat dimana seseorang berada.

Minat didefinisi operasional sebagai kecenderungan yang menetap pada diri *Muzakki* untuk menyalurkan zakat pada LAZ Nurul Hayat Cabang Jember. Menurut Lucas dan Britt dalam Nur Aini (2015:215) Minat *Muzakki* dapat diukur dengan tiga dimensi yaitu :

- 4) Ketertarikan (*Interest*) yaitu menunjukkan pemusatan perasaan senang menyalurkan zakat di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember
- 5) Keinginan (*Desire*) dorongan untuk menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember
- 6) Keyakinan (*Conviction*) suatu perasaan percaya dengan kualitas dari LAZ Nurul Hayat Cabang Jember.

Dalam penelitian ini, operasional variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat dari tabel 5 dibawah ini

Tabel 1.1
Variabel Penelitian, Definisi, Indikator, dan Skala Pengukuran

Variabel (1)	Definisi Operasional (2)	Indikator (3)	Skala (4)
Kualitas Pelayanan (X1)	setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan pegawai LAZ Nurul Hayat Jember kepada Muzakki	<ul style="list-style-type: none"> - Bukti langsung (<i>tangibles</i>) - Kehandalan (<i>reliability</i>) - Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) - Jaminan (<i>assurance</i>) - Empati (<i>emphaty</i>) 	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala <i>likert</i>
Religiusitas (X2)	Pengabdian <i>Muzakki</i> terhadap ajaran agama Islam dengan menunaikan kewajiban untuk menyalurkan zakat untuk penghasilan yang telah mencapai <i>nisab</i>	<ul style="list-style-type: none"> - keyakinan - praktik agama - pengalaman - pengetahuan agama - pengamalan atau konsekuensi 	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala <i>likert</i>

Lanjutan Tabel 1.1

(1)	(2)	(3)	(4)
Citra Lembaga (X3)	Gambaran <i>Muzakki</i> mengenai Nurul Hayat Cabang Jember sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang amanah, transparan, dan professional	- <i>Personality</i> - <i>Reputation</i> - <i>Value</i> - <i>Corporate Identity</i>	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala <i>likert</i>
Minat (Y)	kecenderungan yang menetap pada diri <i>Muzakki</i> untuk menyalurkan zakat pada LAZ Nurul Hayat Cabang Jember	- ketertarikan (<i>Interest</i>) - keinginan (<i>Desire</i>) - keyakinan (<i>Conviction</i>)	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala <i>likert</i>

G. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesempatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval dalam alat ukur. Alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi orang atau sekelompok orang tentang fenomene social yang telah ditetapkan oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Jawaban setiap

item yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu diberi skor sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
2. Tidak Setuju (TS) = 2
3. Setuju (S) = 3
4. Sangat Setuju = 4

Modifikasi skala likert dari 5 kategori menjadi 4 kategori jawaban dengan meniadakan kategori jawaban di tengah berdasarkan alasan sebagai berikut (Hadi, 1991:20) :

1. Kategori di tengah mempunyai arti ganda, biasa diartikan belum dapat memutuskan sesuatu atau memberi jawaban, atau bahkan ragu-ragu.
2. Tersedianya jawaban di tengah akan menimbulkan kecenderungan menjawab ke tengah, bagi mereka yang ragu atas arah kecenderungan jawabannya.
3. Untuk melihat kecenderungan jawaban responden ke arah setuju atau tidak setuju, sehingga tidak mengurangi banyaknya informasi yang dapat dijarah dari para responden.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Thesis ini terdiri dari 5 bab, antara lain :

1. Bab I Pendahuluan

Menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, skala pengukuran, dan sistematika penulisan.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, definisi zakat, dasar hukum zakat, kualitas layanan, religiusitas, citra lembaga, kerangka konseptual dan hipotesis

3. Bab III Metodologi Penelitian

Menjelaskan mengenai metode penelitian, parameter penelitian, rincian kerja prosedur penelitian, alat dan bahan yang digunakan, validitas dan reliabilitas, serta analisis data.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Memaparkan dan menganalisis data-data yang didapatkan serta menguji hipotesis.

5. Bab V Penutup

Menjelaskan mengenai kesimpulan akhir penelitian dan saran-saran yang direkomendasikan berdasarkan pengalaman di lapangan untuk perbaikan proses pengujian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Hasil Penelitian Thamrin Dahlan, 2008 yang berjudul “faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas muzakki menunaikan zakat pada baitul maal Masjid Jami’ An-Nur”, alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik, berdasarkan hasil pengujian statistic menunjukkan bahwa kehadiran dalam majelis taklim dan jumlah buku tabungan akhirat berpengaruh terhadap intensitas muzakki
2. Hasil penelitian Fitrials, 2009 yang berjudul “faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki membayar zakat perdagangan melalui badan baitul maal kabupaten aceh selatan”. Alat analisis yang digunakan adalah regresi logistik. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh signifikan terhadap muzakki adalah faktor kepercayaan terhadap baitul maal, sedangkan faktor yang lain tidak berpengaruh signifikan.
3. Hasil penelitian Lusiana Kanji, Abdul Hamed Habbe, dan Mediaty, 2010 yang berjudul “faktor determinan motivasi membayar zakat”. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa faktor ibadah, pengetahuan zakat, harta kekayaan, peran ulama, dan kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap motivasi muzakki dalam membayar zakat.
4. Hasil penelitian M. Abdul Rouf, 2011 yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat di rumah

zakat cabang Semarang”, alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, berdasarkan hasil pengujian statistik menggunakan uji t menunjukkan bahwa kepercayaan, religiusitas, dan pendapatan berpengaruh terhadap minat masyarakat.

5. Hasil penelitian Nurul Huda Widodo, 2014 yang berjudul “faktor yang mempengaruhi kesadaran muzakki untuk membayar zakat”, alat analisis yang digunakan adalah analisis faktor eksplanatori. Berdasarkan hasil pengujian analisis faktor menunjukkan bahwa terdapat lima faktor yang berpengaruh pada kesadaran muzakki yaitu, faktor pengetahuan, keluarga, harta, dosa, dan pahala.
6. Hasil penelitian Galuh Parmita Ardanawati, 2014 yang berjudul “faktor-faktor yang mempengaruhi konsistensi muzakki dalam membayar zakat mal (studi kasus pada muzakki di BAZDA Wonogiri)”, alat analisis yang digunakan adalah regresi linear. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap konsistensi muzakki.
7. Hasil penelitian Abdul Rohman, 2014 yang berjudul “analisis faktor minat masyarakat menjadi muzakki di LAZ Masjid Al-Akbar Surabaya”, berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menjadi muzakki.
8. Hasil penelitian Sri Kurniati, 2015 yang berjudul “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki membayar zakat, infak dan shodaqoh di LAZIS RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan”. Alat

analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa religiusitas, pendapatan, dan teknik pengumpulan zakat berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat.

9. Hasil penelitian Rusti Rahayu, 2015 yang berjudul “faktor-faktor determinan motivasi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat”. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap motivasi muzakki adalah pengetahuan, keyakinan, keluarga, momen bulan ramadhan, akuntabilitas, aksesibilitas, dan popularitas.
10. Hasil penelitian Agus Nelin Nuha, 2016 yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat (Studi kasus BAZ Kota Yogyakarta)”, alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa religiusitas, kepercayaan, dan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat.

Hasil penelitian terdahulu sebagaimana di atas sangat diperlukan dalam penelitian ini, karena hasil penelitian terdahulu selain berfungsi sebagai pembeda antara penelitian yang akan dilakukan, juga berfungsi sebagai kajian pustaka yang bersifat empirik. Oleh karena itu memaparkan hasil penelitian terdahulu sangat penting untuk menunjang data dalam penelitian yang akan dilakukan. Untuk lebih jelasnya perbedaan dan persamaan penelitian, akan dijelaskan sebagaimana dalam tabel berikut :

Tabel 2.1.
Mapping Hasil Penelitian Terdahulu

No (1)	Nama (2)	Judul (3)	Fokus Penelitian	
			Persamaan (4)	Perbedaan (5)
1	Thamrin Dahlan	faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas muzakki menunaikan zakat pada baitul maal Masjid Jami' An-Nur	Menggunakan alat analisis regresi	Menggunakan analisis regresi berganda
2	Fitrisal	faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki membayar zakat perdagangan melalui badan baitul maal kabupaten aceh selatan	Merupakan penelitian kuantitatif	Menggunakan analisis regresi logistik
3	Lusiana Kanji, dkk.	faktor determinan motivasi membayar zakat	Menggunakan analisis regresi linear berganda	Terdapat variabel bebas berupa peran ulama
4	M. Abdul Rouf	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat di rumah zakat cabang semarang	Meneliti pengaruh variabel religiusitas terhadap minat berzakat	Melihat pengaruh variabel kepercayaan, religiusitas, dan pendapatan terhadap minat berzakat
5	Nurul Huda Widodo	faktor yang mempengaruhi kesadaran muzakki untuk membayar zakat	Menggunakan objek penelitian berupa muzakki	Variabel bebas berupa pengetahuan, keluarga, harta, dosa, dan pahala
6	Galuh Parmita Ardaneswari	faktor-faktor yang mempengaruhi konsistensi muzakki dalam membayar zakat maal (studi kasus pada muzakki di BAZDA Wonogiri)	Meneliti pengaruh variabel religiusitas terhadap minat berzakat	Meneliti konsistensi muzakki

Lanjutan Tabel 2.1

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Abdul Rohman	analisis faktor minat masyarakat menjadi muzakki di LAZ Masjid Al-Akbar Surabaya	Menggunakan analisis regresi linear berganda	Religiusitas menjadi variabel dominan yang mempengaruhi minat muzakki
8	Sri Kurniati	analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki membayar zakat, infak dan shodaqoh di LAZIS RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan	Menggunakan analisis regresi linear berganda	Menggunakan variabel bebas berupa religiusitas, pendapatan, dan teknik pengumpulan zakat
9	Rusti Rahayu	faktor-faktor determinan motivasi muzakki membayar zakat ke lembaga zakat	Merupakan penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda	Variabel bebas: pengetahuan, keyakinan, keluarga, akuntabilitas, aksesibilitas, dan popularitas
10	Agus Nelin Nuha	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat (Studi kasus BAZ Kota Yogyakarta)	Menggunakan analisis regresi linear berganda	Variabel bebasnya berupa religiusitas, kepercayaan, dan pendapatan

B. Kajian Teori

1. Zakat

a. Pengertian Zakat dan Dasar Hukumnya

Kata zakat jika ditinjau dari segi bahasa memiliki beberapa arti diantaranya yaitu: keberkahan, pertumbuhan dan perkembangan, kesucian, dan keberesan. Sedangkan menurut istilah zakat diartikan sebagai suatu bagian dari harta dengan persyaratan tertentu yang diwajibkan bagi pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak

menerimanya, dengan persyaratan tertentu pula (Didin Hafidhuddin, 2002:7)

Zakat merupakan bagian dari Rukun Islam yang ke tiga, dan merupakan kewajiban bagi seluruh umat muslim. Adapun dasar hukum tentang zakat diantaranya adalah:

1) QS. at-Taubah ayat 60:

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا
وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ
السَّبِيلِ ۗ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ۝٦٠﴾

Artinya : Sesungguhnya zakat-zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para muallaf yang dibujuk hatinya untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang untuk jalan Allah dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.

2) QS. at-Taubah ayat 103

﴿ خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ
إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ۝١٠٣﴾

Artinya : “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka, dan

mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu menjadi ketentraman jiwa buat mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”.

Selain dasar hukum yang bersumber dari al-Qur'an, landasan hukum selain terdapat dalam al-Qur'an, peraturan mengenai zakat juga terdapat dalam hukum positif diantaranya yaitu:

- 1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat yang secara garis besar berisi pedoman zakat mulai dari ketentuan umum, tujuan zakat, organisasi pengelolaan zakat, pengumpulan, pendistribusian dan pelaporan, pembinaan dan pengawasan, peran serta masyarakat, hingga sanksi dan larangan terkait dengan zakat.
- 2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.
- 3) Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 114 Tahun 2014 tentang Pembentukan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi.
- 4) Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji Nomor D/291 Tahun 2000 Tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Zakat.

Beberapa tahun ini zakat produktif yang digagas sebagai salah satu upaya memaksimalkan fungsi zakat dalam meningkatkan

kesejahteraan telah diaplikasikan oleh pengelola zakat selain itu badan pengelola zakat juga masih menggunakan pola pengelolaan zakat dalam bentuk konsumtif, berikut adalah macam-macam model pendayagunaan zakat khususnya dalam hal pendistribusian:

- 1) Konsumtif tradisional, model pendayagunaan untuk dimanfaatkan langsung oleh mustahiq sebagaimana zakat fitrah.
- 2) Konsumtif kreatif, yaitu pendayagunaan zakat untuk dikonsumsi namun dalam bentuk lain dari dana zakat seperti pemberian beasiswa.
- 3) Produktif tradisional, yaitu dengan memberikan barang-barang produksi kepada para mustahiq untuk kegiatan usaha seperti pemberian hewan ternak, mesin dan lain-lain.
- 4) Produktif kreatif, yaitu bentuk pendayagunaan atau pendistribusian zakat berupa modal yang kemudian diberikan kepada para mustahiq untuk mengembangkan usaha mereka atau sebagai modal dalam pembentukan suatu proyek sosial.

b. Hikmah dan Manfaat Zakat

Zakat merupakan suatu ibadah *maliyah* yang memiliki hikmah dan manfaat yang sangat besar bagi muzakki maupun mustahiq yang menerimanya, diantara hikmah dan manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai bentuk perwujudan keimanan kepada Allah SWT, selain itu juga merupakan perwujudan dari rasa syukur kita kepada Allah SWT, memupuk akhlaq mulia dengan

menumbuhkan rasa kemanusiaan yang tinggi, menghilangkan sifat rakus, kikir dan materialistis, membersihkan dan mengembangkan harta yang dimiliki, serta memupuk ketenangan hidup.

- 2) Sebagai bentuk *ta'awunyah* terhadap mustahiq terutama fakir miskin, untuk membantu dan membina mereka ke arah kehidupan yang lebih sejahtera sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dengan layak, dapat beribadah dengan tenang serta dapat terhindar dari kekufuran dan perasaan iri dan dengki terhadap orang-orang yang memiliki kelebihan harta.
- 3) Sebagai pilar amal bersama dan juga sebagai bentuk jaminan sosial bagi para mustahiq, melalui pengelolaan dan pendayagunaan zakat yang optimal, maka kehidupan para mustahiq dapat diperhatikan dengan baik.
- 4) Sebagai salah satu sumber dana bagi pembangunan sarana dan prasarana yang dibutuhkan umat Islam seperti sumber dana untuk pembangunan masjid, madrasah dll.
- 5) Sebagai bentuk sosialisasi etika bisnis yang benar, bahwa di dalam harta yang kita peroleh dari kegiatan usaha maupun bisnis di dalamnya terkandung hak milik orang lain pula.
- 6) Sebagai instrumen pemerataan pendapatan dalam membangun kesejahteraan.

c. Pengelolaan Zakat

Pengelolaan zakat menurut Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 adalah sebuah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat (Gustian Juanda, 2006:3)

Aktifitas pengelolaan zakat yang telah diajarkan oleh Islam dan telah dipraktekkan oleh Rasulullah SAW dan penerusnya yaitu para sahabat. Pada zaman Rasulullah SAW dikenal sebuah lembaga yang disebut Baitul Mal yang bertugas dan berfungsi mengelola keuangan negara. Pemasukannya bersumber dari dana zakat, *infaq*, *kharaj*, *jizyah*, *ghanimah* dan sebagainya. Kegunaannya untuk *mustahiq* yang telah ditentukan, kepentingan dakwah, pendidikan, kesejahteraan sosial, pembuatan infrastruktur dan sebagainya. Namun saat ini makna Baitul Maal mengalami penyempitan, hanya sebagai lembaga yang menghimpun dan menyalurkan dana zakat, infaq, shadaqah dan wakaf yang dikenal sebagai organisasi pengelola zakat.

Keberadaan organisasi pengelola zakat di Indonesia telah diatur dalam perundang-undangan, yakni UU No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, Keputusan Menteri Agama No. 581 Tahun 1999 tentang Pelaksanaan UU No. 38 Tahun 1999 dan Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No. D/291 Tahun 2000 tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Zakat.

Peraturan bertujuan agar organisasi pengelola zakat dapat lebih profesional, amanah dan transparan sehingga dana yang dikelola dapat berdampak positif terhadap pemberdayaan dan kesejahteraan umat (Gustian Juanda, 2006:3)

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Sangadji dan Sopiha (2013:100) Kualitas Pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Gronroos dan Lovelock dkk. (2010:154) kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Fandy Tjiptono (2022:198) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Kotler dalam Fajar Laksana, pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Fajar Laksana, 2008:85).

Definisi lain kualitas pelayanan menurut Wyckoff dalam Lovelock yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012:270) merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian

atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Selanjutnya definisi kualitas pelayanan menurut Mauludin (2013:67) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh.

Jadi kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yaitu berupa tingkat mutu atau keunggulan seperti yang diharapkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Menurut Crow and Crow, penyebab minat salah satunya berasal dari faktor emosional yaitu minat yang mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut (Abdur Rahman Saleh, 2004:264). Dalam hal ini jika seseorang mendapatkan kualitas pelayanan yang baik maka diharapkan dapat menimbulkan minat *Muzakki* untuk menyalurkan zakatnya

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh BAZNAS bekerja sama dengan FEM IPB pada tahun 2011 menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menyalurkan zakat pada LAZ informal atau formal berfokus pada kualitas pelayanan yang baik yaitu transparansi, akses, kemudahan, dan kepuasan. Hal ini

sesuai dengan hasil sintesis berbagai riset yang dilakukan oleh Gronroos yang mengemukakan kriteria kualitas jasa yang dipersepsikan baik antara lain *professionalism and skill*, *accessibility and flexibility*, dan *reputation and credibility*. Kriteria kualitas jasa yang *professionalism and skill* dapat ditunjukkan dengan kepuasan seseorang yang menyalurkan zakat di LAZ, *accessibility and flexibility* berupa akses dan kemudahan menjangkau LAZ, dan *reputation and credibility* seperti transparansi dalam penyaluran zakat ke *mustahik*.

b. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono, dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *Intangible*, konsumen umumnya menggunakan beberapa dimensi sebagai berikut (Fandy Tjiptono, 2009:26) :

1) Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2) Keandalan (*Reliability*)

Kehandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

3) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tanggapan yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan menyangkut pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko, atau keraguan.

5) Empati (*Emphaty*)

Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Parasuraman, Zeithaml, dan Bery dalam mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas jasa yaitu (Heru Widiyanta, 2007:19) :

- 1) Reliabilitas
- 2) Responsitivitas
- 3) Kompetensi, Kesopanan, Kredibilitas, Keamanan
- 4) Akses, Komunikasi, Kemampuan memahami pelanggan

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry menemukan *Overlapping* diantara beberapa dimensi, kemudian disederhanakan menjadi lima dimensi pokok. Kompetensi, Kesopanan, Kredibilitas, dan Keamanan disatukan menjadi jaminan (*Assurance*). Akses, Komunikasi dan Kemampuan memahami pelanggan diintegrasikan menjadi empati (*Emphaty*). Lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya :

- 1) *Reliability* (Keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan layanan secara akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- 2) *Responsiveness* (Daya Tanggap) merupakan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan/konsumen dan merespon permintaan pelanggan, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- 3) *Assurance* (Jaminan) yaitu perilaku para karyawan berupa kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- 4) *Emphaty* (Empati) yaitu Perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- 5) *Tangible* (Bukti Fisik) merupakan penampilan fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

3. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), religiusitas adalah pengabdian terhadap agama: kesalehan: orang kuat itu mungkin tidak terlalu kuat, tetapi sadar amat tinggi (Depdikbud, 944). Menurut Robert Nuttin dalam Djalaludin dorongan beragama merupakan salah satu dorongan yang bekerja dalam diri manusia sebagaimana dorongan-dorongan yang lainnya seperti makan, minum, intelek, dan sebagainya. Sejalan dengan hal itu maka dorongan beragamapun menuntut untuk dipenuhi, sehingga pribadi manusia itu mendapat kepuasan dan ketenangan. Selain itu dorongan beragama juga merupakan kebutuhan insaniah yang timbulnya dari gabungan berbagai faktor penyebab yang bersumber dari rasa keagamaan (Djalaludin, 1995:89).

Hingga saat ini memang belum ada satupun definisi tentang agama (*religion*) yang dapat diterima secara umum, karena para filsuf, sosiolog, psikolog merumuskan agama menurut caranya masing-masing, menurut sebagian filsuf, religion adalah “*Supertitious structure of incoheren metaphysical notion*”. Sebagian ahli sosiolog lebih senang menyebut religion. Dengan demikian, hakikat beragama atau religiusitas merupakan hal terpenting dalam kehidupan manusia, karena manusia dalam berbagai aspek kehidupan yang mereka perankan akan dipertanggungjawabkan setelah meninggal dunia. Dari sini kita dapat memahami, bahwa

aktivitas beragama yang erat berkaitan dengan religiusitas, bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan ritual (ibadah) saja, melainkan juga pada aktivitas-aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan batin (Jamaludin Ancok dan Fuad Anshari Suroso, 2001:76)

Religi atau jiwa agama, pertama kali muncul di tengah-tengah kita sebagai pengalaman personal dan sebagai lembaga sosial. Pada tingkat personal, agama berkaitan dengan apa yang kita imani secara pribadi, bagaimana agama berfungsi dalam kehidupan kita, bagaimana pengaruh agama pada apa yang kita pikirkan, rasakan, atau lakukan. Sedangkan pada tingkat sosial, agama dapat kita lihat pada kegiatan kelompok-kelompok sosial keagamaan. Setiap diri kita adalah bagian dari anggota kelompok keagamaan (Jamaludin Ancok dan Fuad Anshari Suroso, 2001:32).

Dalam islam, religiusitas pada garis besarnya tercermin dalam pengamalan akidah, syariah, dan akhlak, atau dengan ungkapan lain: iman, islam, dan ihsan. bila semua unsur itu telah dimiliki oleh seseorang, maka dia itulah insan beragama yang sesungguhnya (Efendi, 2008:12).

Anggasari membedakan antara istilah religi atau agama dengan religiusitas. Agama atau religi menunjuk pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek yang dihayati oleh individu. Hal ini selaras dengan pendapat Dister yang mengartikan

religiusitas sebagai keberagaman, yang berarti adanya unsur internalisasi agama itu dalam diri individu. Lindridge dalam Firmansyah (2010:13) menyatakan bahwa religiusitas dapat diukur dengan kehadiran lembaga keagamaan dan pentingnya agama dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama disertai dengan tingkat pengetahuan terhadap agamanya yang diwujudkan dalam pengamalan nilai-nilai agama yakni dengan mematuhi aturan-aturan dan menjalankan kewajiban-kewajiban dengan keikhlasan hati dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan ibadah.

Menurut Robert Nuttin dorongan beragama merupakan salah satu dorongan yang bekerja dalam diri manusia sebagaimana dorongan-dorongan yang lainnya seperti makan, minum, intelek, dan sebagainya (Djalaludin, 1995:89). Menurut Crow and Crow penyebab minat dapat berasal dari dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan untuk makan, ingin tahu, dan seks (Abdur Rahman Saleh, 2004:264). Dorongan untuk beragamapun menuntut untuk dipenuhi sehingga seseorang mendapatkan kepuasan dan ketenangan. Dorongan beragama juga merupakan kebutuhan insaniah yang timbulnya dari gabungan faktor penyebab yang bersumber dari rasa keagamaan

b. Dimensi-dimensi religiusitas

Menurut Glock & Stark dalam Djamaludin Ancok ada lima dimensi religiusitas yaitu (Djamaludin Ancok, 1994:77):

- 1) Dimensi keyakinan. Dimensi ini berisi pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin tersebut. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan dimana para penganut diharapkan akan taat. Walaupun demikian, isi dan ruang lingkup keyakinan itu bervariasi tidak hanya di antara agama-agama, tetapi seringkali juga di antara tradisi-tradisi dalam agama yang sama.
- 2) Dimensi praktik agama. Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Praktik-praktik keagamaan ini terdiri dari dua kelas penting yaitu ritual dan ketaatan.
- 3) Dimensi pengalaman. Dimensi ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan tertentu, meski tidak tepat jika dikatakan bahwa seseorang yang beragama dengan baik pada suatu waktu akan mencapai pengetahuan subjektif dan langsung mengenai kenyataan terakhir (bahwa ia akan mencapai suatu kontak dengan kekuatan supranatural)
- 4) Dimensi pengetahuan agama. Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak

memiliki sejumlah mengenai dasar, keyakinan, ritus, kitab suci, dan tradisi.

- 5) Dimensi pengamalan atau konsekuensi. Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Walaupun agama banyak menggariskan bagaimana pemeluknya seharusnya berpikir dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari, tidak sepenuhnya jelas sebatas mana konsekuensi-konsekuensi agama merupakan bagian dari komitmen keagamaan atau semata-mata berasal dari agama.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas

Menurut Barmawi (2006:35) Kondisi religiusitas seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, para ahli memberikan pandangan bermacam-macam. Darajat mengemukakan ada dua faktor, yaitu faktor perkembangan yang berhubungan dengan perkembangan psikis yang dilalui seseorang; dan faktor lingkungan yang merupakan faktor luar yang mempengaruhi kehidupan beragama yakni keluarga, sekolah, masyarakat, dan latar belakang keagamaan.

Jalaluddin menyebutkan adanya faktor intern dan faktor ekstern, faktor intern meliputi heriditas (keturunan), usia kepribadian dan kondisi kejiwaan. Faktor ekstern meliputi lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat.

Berbeda dengan Thoules (2000:34), dia mengemukakan adanya empat faktor yang mempengaruhi religiusitas seseorang, yaitu

- 1) Faktor sosial, yaitu semua pengaruh sosial seperti pendidikan dan pengaruh orang tua, tradisi, ataupun tekanan sosial.
- 2) Faktor alami, moral afektif, yaitu pengalaman yang alami seperti konflik moral atau pengalaman emosional.
- 3) Faktor kebutuhan, seperti kebutuhan rasa aman, cinta, harga diri, kebutuhan yang timbul karena ada kematian.
- 4) Faktor intelektual, yaitu berhubungan dengan proses pemikiran verbal terutama dalam pembentukan keyakinan-keyakinan beragama.

Adanya beberapa pandangan tersebut dapat disimpulkan bahwa religiusitas seseorang yang kaitannya dengan zakat adalah pemahaman terhadap agama islam, pemahaman terhadap zakat dan hukumnya, serta konsistensi menunaikan zakat.

4. Citra Lembaga

a. Pengertian citra lembaga

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian citra adalah: (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (2) gambaran yang dimiliki produk; (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi (Soleh Soemirat, 2012:144). Menurut Hill Canton dan Sukatendel yang dikutip oleh

Soemirat dan Ardianto mengatakan bahwa citra adalah pesan, kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan (Soemirat & Ardianto, 2003:111)

Frank Jeffkins dalam bukunya *PR Technique*, menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang/individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Menurut Kotler dalam Firsan Nova, pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realita (yang terlihat) dari perusahaan itu (Firsan Nova, 2009:298).

Jadi citra lembaga adalah kesan atau persepsi seseorang terhadap lembaga atau produknya yang dipengaruhi oleh faktor di luar kontrol lembaga.

Dalam proses pembentukan citra seperti yang diungkapkan oleh John S. Nimpoeno dalam laporan penelitian tentang tingkah laku konsumen yaitu dari stimulus/rangsang-persepsi-kognisi-motivasi-sikap-respon/perilaku. Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut (Soleh Soemirat, 2012:114). Sikap mengandung tiga unsur yaitu kognitif (pengetahuan), afektif (emosi,

perasaan), dan konatif (tindakan). Dengan demikian pembentukan citra lembaga oleh individu berkaitan dengan faktor emosional yang ada dalam diri seseorang. Jika kesan yang diperoleh seseorang mengenai LAZ formal yang profesional, amanah, dan transparansi diharapkan memberikan daya dorongan atau motivasi seseorang untuk menyalurkan zakatnya

b. Elemen Citra Perusahaan

Menurut Shirley Harrison dalam Lisa Permata (2011:4) informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen sebagai berikut:

- 1) *Personality*, keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial.
- 2) *Reputation*, hal yang dilakukan perusahaan dan diyakini public sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain, seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.
- 3) *Value*, nilai-nilai yang dimiliki perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.
- 4) *Corporate Identity*, adalah komponen-komponen yang mempermudah mengenal publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra

Citra perusahaan memiliki lima dimensi seperti yang dirumuskan oleh LeBlanc dan Nguyen dalam Rifyal Dahlawy Chalil (2012:24) yang mana kelima dimensi tersebut secara rinci terdiri dari:

- 1) Identitas Perusahaan (*Corporate Image*) merupakan karakteristik (kepribadian) dan ciri-ciri khusus yang melekat pada perusahaan, seperti nama, logo, harga yang ditawarkan, level dan kualitas iklan yang mudah dipahami oleh konsumen. Komponen identitas perusahaan ini memiliki peran yang sangat penting sebagai *Positioning* perusahaan dalam lingkungan persaingan industri.
- 2) Reputasi Perusahaan (*Corporate Reputation*) merupakan jaminan akan kualitas pelayanan dari perusahaan, yang merupakan bentuk dari tindakan yang dilakukan perusahaan secara konsisten sepanjang waktu. Reputasi berkaitan dengan jaminan akan pelayanan yang handal, dan tidak ada kegagalan/cacat (*Zero Defect*). Reputasi perusahaan selalu dijadikan sebagai pertimbangan oleh konsumen untuk memutuskan menggunakan pelayanan yang sama di waktu yang akan datang, hal ini dikarenakan reputasi perusahaan merefleksikan kredibilitas perusahaan yang dapat dipercaya.
- 3) Pelayanan Yang Ditawarkan (*Service Offering*) merupakan bentuk tindakan dari perusahaan yang berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik pada konsumen, seperti

menyediakan berbagai kemudahan-kemudahan yang dibutuhkan konsumen dalam melakukan transaksi di perbankan.

- 4) Lingkungan Fisik (*Physical Environment*) merupakan kondisi lingkungan pada saat jasa diproduksi oleh konsumen yang dapat mendukung kenyamanan konsumen selama menggunakan jasa perusahaan. Kondisi lingkungan dapat berupa tampilan tata ruang yang menarik, tampilan karyawan, fasilitas ruangan yang baik, suasana yang nyaman, dan lainnya. Lingkungan fisik sangat mendukung komunikasi yang dilakukan perusahaan terkait dengan citra yang akan dibentuk.
- 5) Hubungan Perseorangan (*Contact Personnel*) merupakan bentuk interaksi yang dilakukan oleh para karyawan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh konsumen sangat bergantung dari cara penyampaian pelayanan yang dilakukan oleh karyawan. Pelayanan yang baik, profesional, dan penuh kesungguhan merupakan kunci utama dari kualitas pelayanan yang disampaikan.

5. Minat

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut Bimo Walgito (1981: 38).

W. S Winkel (1983 : 38) mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-

bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu, sedangkan menurut Witherington (1985 : 38) minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi tertentu yang mengandung sangkut paut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar.

Faktor-faktor yang mendasari minat menurut Crow&Crow yang diterjemahkan oleh Z. Kasijan (1984 : 4) yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor dorongan yang bersifat sosial dan faktor yang berhubungan dengan emosional. Faktor dari dalam dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Timbulnya minat dari diri seseorang juga dapat didorong oleh adanya motivasi sosial yaitu mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat dimana seseorang berada. Sedangkan faktor emosional memperlihatkan ukuran intensitas seseorang dalam menanam perhatian terhadap suatu kegiatan atau obyek tertentu.

Sedangkan menurut Sumadi Suryabrata (2002:68) definisi minat adalah “Suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh”. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya.

Minat dapat diartikan sebagai “Kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik, perhatian, gairah dan keinginan”. Pendapat lain tentang pengertian minat yaitu yang diungkapkan oleh T. Albertus yang

diterjemahkan Sardiman A.M (2006:32), minat adalah “Kesadaran seseorang bahwa suatu obyek, seseorang, suatu soal maupun situasi yang mengandung sangkut paut dengan dirinya”.

Menurut Hilgard yang dikutip oleh Slameto (2003:57) minat adalah “Kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan”. Kegiatan yang diminati seseorang diperhatikan terus-menerus yang disertai dengan rasa senang. Sedangkan menurut Holland yang dikutip oleh Djaali (2007:122) mengatakan bahwa “Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu”.

Oleh karena itu minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang yang menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat pada suatu yang diminatinya. Seseorang yang berminat pada suatu obyek maka akan cenderung merasa senang bila berkecimpung di dalam obyek tersebut sehingga cenderung akan memperhatikan perhatian yang besar terhadap obyek. Perhatian yang diberikan tersebut dapat diwujudkan dengan rasa ingin tahu dan mempelajari obyek tersebut.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka teoritis atau konsep adalah suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan antara satu teori dengan teori lainnya. Sehingga masalah yang diteliti menjadi jelas penyelesaiannya (Ginting dan Situmorang, 2008:97). Kegunaan kerangka konseptual adalah untuk mendesain hipotesis

dan pengukuran untuk menguji hipotesis atau bahkan mungkin akan menciptakan konsep baru untuk menyatakan pemikiran peneliti.

Menurut Sumadi Suryabrata (2002:68) definisi minat adalah “Suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh”. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya.

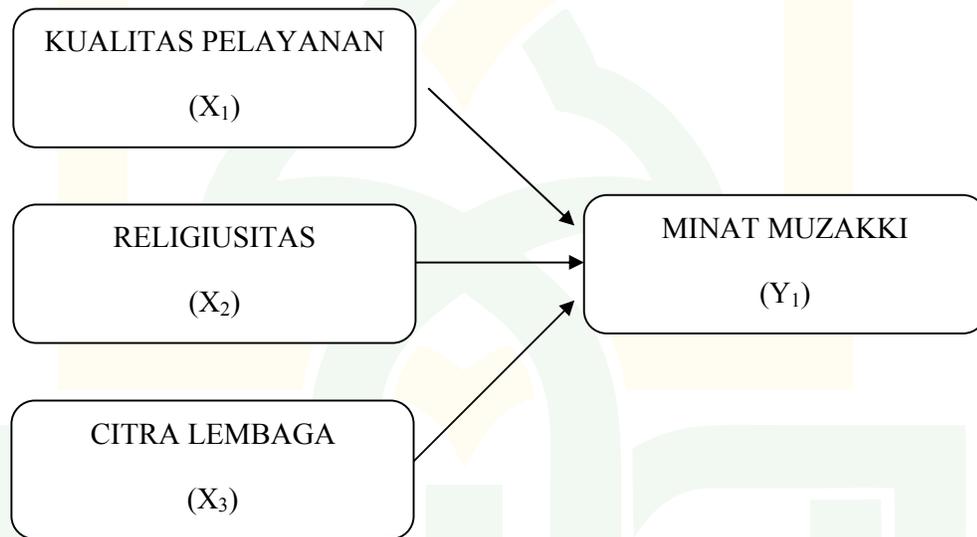
Minat muzakki dalam penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rendi (2017:87) dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra lembaga. Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yaitu berupa tingkat mutu atau keunggulan seperti yang diharapkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya (Ahmad Rendi, 2017:25).

Dalam penelitian yang lain, minat muzakki juga dipengaruhi oleh religiusitas seperti dalam M. Abdul Rouf (2011:6) minat muzakki di pengaruhi oleh kepercayaan, religiusitas, dan pendapatan muzakki. Religiusitas sendiri menurut Glock dan Strak dalam Sari, Yunita dkk (2012:312) adalah tingkat konsepsi seseorang terhadap agama dan tingkat komitmen seseorang terhadap agamanya. Robert Nuttin dalam Djalaluddin (1995:89) kebutuhan insaniah yang timbulnya dari gabungan berbagai faktor penyebab yang bersumber dari rasa keagamaan

Menurut Hill Canton dan Sukatendel yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto mengatakan bahwa citra adalah pesan, kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan (Soemirat & Ardianto, 2003:111)

Jadi citra lembaga adalah kesan atau persepsi seseorang terhadap lembaga atau produknya yang dipengaruhi oleh faktor di luar kontrol lembaga.

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka model kerangka konseptual yang digunakan adalah sebagai berikut



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Berdasarkan pada rumusan masalah, tujuan penelitian dan kerangka konseptual yang telah dijelaskan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis Mayor

Adalah hipotesis mengenai kaitan seluruh variabel dan seluruh subjek penelitian (Tukiran Taniredja, 2012:26). Adapun

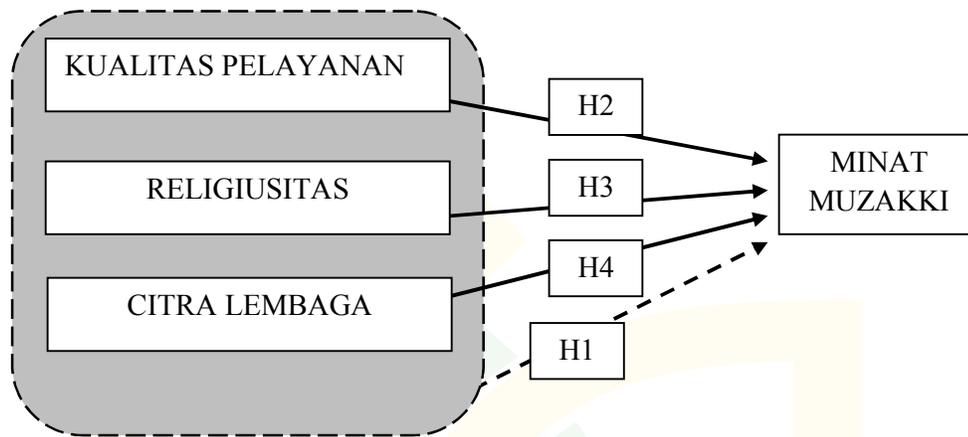
hipotesis mayor dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh dan signifikan kualitas pelayanan, religiusitas, dan citra lembaga secara simultan terhadap minat *Muzakki* untuk menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember (H1)

2. Hipotesis Minor

Adalah hipotesis mengenai kaitan sebagian dari variabel, atau dengan kata lain pecahan dari hipotesis mayor (Tukiran Taniredja, 2012:26). Adapun hipotesis minor dalam penelitian ini adalah:

- a. Hipotesis minor pertama : terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap minat muzakki menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember (H2)
- b. Hipotesis minor kedua : terdapat pengaruh signifikan Religiusitas terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember (H3)
- c. Hipotesis minor ketiga : terdapat pengaruh signifikan Citra Lembaga terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember (H4)

Berdasarkan penjabaran yang telah dikemukakan, maka hipotesis dapat digambarkan sebagai berikut



Gambar 2.2
Hipotesis Penelitian

- > : Pengaruh Simultan
-----> : Pengaruh Parsial

IAIN JEMBER

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) yang akan dilakukan di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember. Penelitian ini bersifat Explanatori. Menurut Sugiyono (2012:21) penelitian eksplanatori merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan yang lain. Sedangkan karakteristik penelitian ini bersifat replikasi, sehingga hasil uji hipotesis harus didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya, yang diulang dengan kondisi lain yang kurang lebih sama.

Adapun variabel yang diteliti adalah pengaruh kualitas pelayanan, religiusitas, dan citra lembaga terhadap minat *Muzakki* untuk menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember dan data penelitian berupa angka-angka serta analisisnya menggunakan statistika.

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda, dan ukuran lain yang menjadi objek perhatian atau kumpulan seluruh objek yang menjadi perhatian. Sedangkan sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian. Populasi dalam penelitian ini adalah semua *muzakki* di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember.

Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari para responden. Data yang diambil adalah dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Maka sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul

representatif (mewakili). Sedangkan untuk pengambilan sampel, karena jumlah populasi tidak diketahui, maka peneliti menggunakan pendapat dari Ferdinand sebagaimana di kutip dalam F. Lesmana (2017:28) bahwa jumlah sampel yang representatif untuk bisa mendapatkan *goodness of fit* yang baik adalah jumlah indikator dikalikan 5-10. Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 18 indikator maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \text{Jumlah indikator} \times 5$$

$$= 18 \times 5$$

$$= 90 \text{ responden}$$

Sampel yang diambil adalah sebagian dari jumlah muzakki yang ada di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember dan jumlah sampel di bulatkan menjadi 100.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* yaitu dengan pendekatan *accidental sampling* yaitu peneliti memilih responden dengan cara mendatangi responden ketika berkunjung ke kantor LAZ Nurul Hayat Cabang Jember atau ke acara rutin yang diadakan oleh LAZ Nurul Hayat Cabang Jember di Masjid Nur Inka Patrang Jember lalu memilih calon responden yang secara kebetulan ditemui.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Metode Angket (Kuesioner)

Metode kuesioner adalah suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan responden merespon daftar pertanyaan atau

pernyataan tersebut. Instrumen dalam penelitian ini bersifat tertutup maksudnya bersifat tertutup adalah pertanyaan dan alternatif- alternatif jawaban telah disediakan oleh peneliti.

Kuesioner yang dipakai di sini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan. Dan pengukurannya menggunakan skala likert, yaitu skala yang berisi 4 tingkat (*a four-point likert scale*) preferensi jawaban. Alasan penggunaan skala 4 daripada skala 5 adalah untuk mencari perlawanan dari masing-masing pilihan, sehingga didapatkan hasil penghitungan yang valid. Adapun pilihan jawaban dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Alternatif jawaban dengan skala likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Kuesioner dalam penelitian ini diberikan kepada para *muzakki* di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember.

b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, buku harian, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya yang berkaitan dengan obyek penelitian. Dalam hal ini peneliti ingin mendapatkan data tentang profil dan pendaaygunaan zakat di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember.

c. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian.

Wawancara disini ditujukan kepada pihak manajemen pada LAZ Nurul Hayat Cabang Jember untuk mendapatkan informasi mengenai manajemen LAZ Nurul Hayat Cabang Jember, perkembangan LAZ Nurul Hayat Cabang Jember dan sebagainya.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuisioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Sugiyono (2014:92) menyatakan bahwa “Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala *Likert*. Sugiyono (2014:134) menyatakan bahwa “Skala *Likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial”.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghazali, 2009:134). Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk atau variabel. Apabila korelasi masing-masing skor pertanyaan dengan skor total menunjukkan hasil yang signifikan atau kurang dari $\alpha \leq 0,05$ maka kuisisioner dikatakan valid.

b. Uji Realibilitas

Reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005:41). Uji reliabilitas ini digunakan tehnik Cronbach Alpha, dimana instrument dapat dikatakan handal bila Cronbach Alpha

di atas 0,6. Dalam hal ini digunakan rumus alpha dengan menggunakan software SPSS versi 14.

F. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari multikolinieritas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan normalitas. Cara yang digunakan untuk menguji penyimpangan asumsi klasik adalah sebagai berikut:

a. Uji multikoleniaritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi (3.1) dan (3.2) ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Uji ini dapat dilakukan dengan melihat nilai dan *Variance Inflation Faktor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinier (Sunyoto, 2008:80). Jika tidak terjadi multikolinieritas, maka dilakukan metode treatment dengan mengeluarkan variabel yang nilai VIF nya > 10 secara bergantian untuk dilakukan analisis ulang. Selanjutnya nilai adjusted R² dari hasil perbaikan dibandingkan dan dipilih model dengan nilai adjusted R² yang lebih besar karena memiliki variabel independen memiliki kemampuan yang lebih besar dalam menjelaskan variabel dependen.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk apakah model regresi (3.1) dan (3.2) terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika *variance* berbeda disebut heterokedastisitas. Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu vertikal, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak terjadi heterokedastisitas, maka dilakukan transformasi dalam bentuk model regresi dengan cara membagi antara model regresi dan salah satu variabel independen yang digunakan dalam model tersebut. (Ghozali, 2006:105)

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable terikat dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Artinya criteria

berdistribusi normal apabila tampilan grafiknya menunjukkan pola penyebaran disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

2. Analisis Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dimana variabel independen yang memengaruhi variabel dependen.

Pertama akan dianalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dimana variabel independen sebagai faktor yang memengaruhi minat yang diasumsikan sebagai (Y). Berikut formulasi regresi linear berganda pada penelitian ini :

$$Y = a + b_1X_1 - b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y : Minat

a : Konstanta

$b_{1,2,3,4}$: Koefisien regresi untuk variabel X_1, X_2, X_3, X_4

X_1 : Kualitas Pelayanan

X_2 : Religiusitas

X_3 : Citra Lembaga

e : Faktor pengganggu di luar model (kesalahan regresi), (Ghozali, 2013).

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009). Didalam penelitian ini uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas layanan, religiusitas, dan citra lembaga benar-benar berpengaruh terhadap variabel dependennya yaitu minat muzakki. Dengan signifikansi 5%, ($\alpha = 0,05$) kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) H_0 ditolak dan H_a diterima, apabila nilai signifikansi $< 0,05$ yang artinya bahwa variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.
- 2) H_0 diterima dan H_a ditolak, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ yang artinya bahwa variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

b. Uji F (Simultan)

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kualitas layanan, religiusitas, dan citra lembaga berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel minat muzakki sebagai variabel terikatnya. Pengujian didasarkan pada hasil nilai signifikansi 0,05 atau $\alpha = 5\%$, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut (Ghozali, 2009):

- 1) Apabila nilai signifikansi $<$ dari nilai α (5%) berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila nilai signifikansi $>$ dari nilai α (5%) berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi variabel bebas secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (J.Supranto, 2006). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

IAIN JEMBER

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI

A. Paparan Data

1. Gambaran Umum Reponden Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden, yaitu para muzakki atau biasa disebut dengan donatur oleh Nurul Hayat, maka dapat diketahui gambaran umum tentang jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan.

Untuk lebih jelasnya dibawah ini dikemukakan satu persatu gambaran umum responden penelitian.

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1.
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Total	
		N	%
1	Laki-laki	44	44
2	Perempuan	56	56
Total		100	100

Sumber : Data yang diolah

Dari tabel 4.1 diatas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan. Hal ini terjadi karena di lapangan, pihak perempuan sebagai pengelola keuangan dari suaminya, sehingga yang lebih sering menyetorkan dana zakat adalah perempuan.

b. Usia Responden

Tabel 4.2.
Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Usia

No	Usia (tahun)	Total	
		N	%
1	17 – 25	16	16
2	25 – 35	47	47
3	35 – 45	35	35
4	45 – 55	2	2
5	>55	0	0
Total		100	100

Sumber : Data yang diolah

Dari tabel 4.2 diatas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia 25 – 35 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa umur 25 – 35 tahun merupakan usia produktif seseorang dalam hal ekonomi.

c. Pekerjaan Responden

Tabel 4.3.
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Usia (tahun)	Total	
		N	%
1	Pelajar	7	7
2	Pegawai Swasta	33	33
3	Pegawai Negeri	3	3
4	Wiraswasta	25	25
5	Professional	3	3
6	Lain-Lain	29	29
Total		100	100

Sumber : Data yang diolah

Dari tabel 4.3 diatas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai pegawai swasta. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai swasta mempunyai tingkat kesadaran yang lebih

tinggi untuk menunaikan zakat daripada muzakki dengan jenis pekerjaan yang lain. Disamping itu, faktor pendapatan yang fluktuatif menyebabkan mereka lebih mendekati kepada Allah YME dengan salah satu bukti berupa pelaksanaan perintah zakat dengan baik.

d. Pendapatan Responden

Tabel 4.4.
Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan Responden

No	Pendapatan (Rp)	Total	
		N	%
1	$\leq 2.000.000$	41	41
2	2.000.001 - 4.000.000	56	56
3	4.000.001 - 6.000.000	3	3
4	$> 6.000.000$	0	0
Total			

Sumber : Data yang diolah

Dari tabel 4.1 diatas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pendapatan antara Rp. 2.000.001 – Rp. 4.000.000. dari pertanyaan sebelumnya yang menyebutkan jenis pekerjaan, sebagian besar pekerjaannya adalah pegawai swasta, tetapi kebanyakan mempunyai pekerjaan sampingan, sehingga jawaban dari pertanyaan ini mayoritas adalah pendapatan dari pekerjaan utama sebagai pegawai swasta. Hal ini menunjukkan kalau responden sudah masuk dalam kategori wajib zakat.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Dari hasil angket yang disebarkan kepada 100 orang responden, yaitu muzakki (donatur) LAZ Nurul Hayat Cabang Jember, dapat diketahui

gambaran variabel dalam penelitian ini, baik variabel independen maupun variabel dependen. Variabel independennya antara lain : kualitas pelayanan dengan menggunakan *Serv Qual*, adapun indikator-indikatornya adalah *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Variabel independen berikutnya adalah religiusitas dengan indikator-indikator berupa keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama, dan pengamalan. Variabel independen terakhir adalah citra lembaga dengan indikator berupa *Personality*, *Reputation*, *Value*, dan *Corporate Identity*. Kemudian variabel dependennya adalah minat muzakki dengan indikator berupa *Interest*, *Desire* dan *Conviction*. Setelah dilakukan tabulasi jawaban yang diberikan oleh responden, sesuai dengan kriteria penilaian sebagaimana lampiran 1 dalam laporan penelitian ini, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = setuju, 4 = sangat setuju.

a. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepihak lain. Untuk pengukuran kualitas layanan, maka digunakan alat ukur *Servqual* (*Service Quality*) yang meliputi *Tangibles* (bukti langsung), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (Empati)

Tabel 4.5.
Jawaban Responden Tentang Variabel Kualitas Layanan

No	Variabel X1	Nilai Jawaban							
		1		2		3		4	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Butir 1	-	-	1	1	72	72	27	27
2	Butir 2	-	-	-	-	54	54	46	46
3	Butir 3	-	-	2	2	57	57	41	41
4	Butir 4	-	-	-	-	71	71	29	29
5	Butir 5	-	-	1	1	70	70	29	29

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X1 pertanyaan (butir) 1 tentang pelayanan di Nurul Hayat yang cepat dan akurat. Dari 100 responden terdapat 1 responden (1 %) yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 72 responden (72 %) yang menyatakan setuju dan 27 responden (27 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa setiap pelayanan yang ada di Nurul Hayat cepat dan akurat adalah setuju.

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X1 pertanyaan (butir) 2 tentang kondisi kantor di Nurul Hayat cabang Jember yang ditata ddengan bersih dan rapi. Dari 100 responden terdapat 54 responden (54 %) yang menyatakan setuju dan 46 responden (46 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa penataan kantor di Nurul Hayat bersih dan rapi adalah setuju.

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X1 pertanyaan (butir) 3 tentang kantor Nurul Hayat yang terasa nyaman. Dari 100 responden terdapat 2 responden (2 %) yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 57 responden (57 %) yang menyatakan setuju dan 41 responden (41 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa kantor Nurul Hayat terasa nyaman adalah setuju.

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X1 pertanyaan (butir) 4 tentang informasi yang diberikan kepada muzakki sangat jelas, tepat dan dapat dipercaya. Dari 100 responden terdapat 71 responden (71 %) yang menyatakan setuju dan 29 responden (27 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan informasi yang diberikan kepada muzakki sangat jelas, tepat dan dapat dipercaya adalah setuju.

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X1 pertanyaan (butir) 5 tentang karyawan Nurul Hayat yang ramah dan selalu siap membantu. Dari 100 responden terdapat 1 responden (1 %) yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 70 responden (70 %) yang menyatakan setuju dan 29 responden (29 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa karyawan Nurul Hayat yang ramah dan selalu siap membantu adalah setuju.

b. Religiusitas

Religiusitas adalah pengabdian *Muzakki* terhadap ajaran agama Islam dengan menunaikan kewajiban untuk menyalurkan zakat untuk penghasilan yang telah mencapai *nisab*

Tabel 4.6.
Jawaban Responden Tentang Variabel Religiusitas

No	Variabel X1	Nilai Jawaban							
		1		2		3		4	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Butir 6	-	-	-	-	8	8	92	92
2	Butir 7	-	-	-	-	10	10	90	90
3	Butir 8	-	-	-	-	71	71	29	29
4	Butir 9	53	53	44	44	3	3-		-
5	Butir 10	68	68	30	30	2	2	-	-

Sumber : Lampiran 4

1) Keyakinan

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X2 pertanyaan (butir) 6 tentang keyakinan bahwa menunaikan zakat adalah kewajiban bagi orang islam. Dari 100 responden terdapat 8 responden (8 %) yang menyatakan setuju dan 92 responden (92 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa menunaikan zakat adalah kewajiban bagi orang islam adalah setuju.

2) Praktik Agama

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X2 pertanyaan (butir) 7 tentang keyakinan bahwa dengan menunaikan zakat akan membersihkan harta saya. Dari 100 responden terdapat 10 responden (10 %) yang menyatakan setuju dan 90 responden (90 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa menunaikan zakat dapat membersihkan harta adalah setuju.

3) Pengalaman

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X2 pertanyaan (butir) 8 tentang keyakinan bahwa telah melakukan zakat maal dengan benar. Dari 100 responden terdapat 71 responden (71 %) yang menyatakan setuju dan 29 responden (29 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa setiap muzakki melakukan zakat maal dengan benar adalah setuju.

4) Pengetahuan Agama

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X2 pertanyaan (butir) 9 tentang adanya perasaan terpaksa dalam menunaikan zakat. Dari 100 responden terdapat 53 responden (53 %) yang menyatakan sangat tidak setuju, 44 responden (44 %) menyatakan tidak setuju,

dan 3 responden (3 %) menyatakan setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa muzakki menunaikan zakat bukan karena perasaan terpaksa.

5) Pengamalan

. Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X2 pertanyaan (butir) 10 tentang adanya perasaan tidak berdosa ketika tidak menunaikan zakat. Dari 100 responden terdapat 68 responden (68 %) yang menyatakan sangat tidak setuju, 30 responden (30 %) menyatakan tidak setuju dan 2 responden (2 %) menyatakan setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tidak merasa berdosa ketika tidak menunaikan zakat adalah Sangat tidak setuju..

c. Citra Lembaga

Citra lembaga merupakan gambaran muzakki mengenai nurul hayat jember sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) sebagai lembaga yang amanah, transparan dan professional. Pengukurannya menggunakan empat dimensi yaitu *personality*, *reputation*, *value*, serta *corporate identity*.

Tabel 4.7.
Jawaban Responden Tentang *Personality* Nurul Hayat

No	Variabel X3	Nilai Jawaban							
		1		2		3		4	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Butir 11	-	-	-	-	61	61	39	39

Lanjutan Tabel 4.7

No	Variabel X3	1		2		3		4	
2	Butir 12	-	-	-	-	31	31	69	69
3	Butir 13	-	-	-	-	41	41	59	59
4	Butir 14	-	-	1	1	6	6	93	93
5	Butir 14	-	-	1	1	13	13	86	86

Sumber : Lampiran 4

1) *Personality*

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X3 pertanyaan (butir) 11 tentang gambaran keseluruhan LAZ Nurul Hayat sebagai lembaga yang dapat dipercaya. Dari 100 responden terdapat 61 responden (61 %) yang menyatakan setuju dan 39 responden (39 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa LAZ Nurul Hayat merupakan LAZ yang dapat dipercaya adalah setuju.

2) *Reputation*

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X3 pertanyaan (butir) 11 tentang pengalaman Nurul Hayat dalam mengelola Zakat secara optimal dan tepat sasaran. Dari 100 responden terdapat 31 responden (31 %) yang menyatakan setuju dan 69 responden (69 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa pengelolaan dana zakat di Nurul Hayat optimal dan tepat sasaran adalah sangat setuju.

3) *Value*

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X3 pertanyaan (butir) 13 tentang value Nurul Hayat berupa sikap karyawan yang ramah dan sopan. Dari 100 responden terdapat 41 responden (41 %) yang menyatakan setuju dan 59 responden (59 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa sikap karyawan Nurul Hayat yang ramah dan sopan dalam melayani muzakki adalah sangat setuju.

4) *Corporate identity*

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X3 pertanyaan (butir) 14 tentang logo Nurul Hayat yang mudah diingat dan mudah dikenali. Dari 100 responden terdapat 1 responden (1 %) yang menyatakan tidak setuju, 6 responden (6 %) menyatakan setuju dan 93 responden (93 %) menyatakan sangat setuju. Sedangkan pertanyaan (butir) 14 tentang Warna *Branding* Nurul Hayat yang mudah diingat dan mudah dikenali. Dari 100 responden terdapat 1 responden (1 %) yang menyatakan tidak setuju, 13 responden (13 %) menyatakan setuju dan 86 responden (86 %) menyatakan sangat setuju

Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa identitas Nurul Hayat berupa logo atau warna *branding* yang mudah diingat dan mudah dikenali adalah sangat setuju.

d. Minat

Minat merupakan kecenderungan yang menetap pada diri muzakki untuk menyalurkan zakat pada LAZ Nurul Hayat cabang Jember. Pengukurannya menggunakan tiga dimensi yaitu, ketertarikan, keinginan, dan keyakinan.

Tabel 4.8.
Jawaban Responden Tentang Variabel Minat Muzakki

No	Variabel Y	Nilai Jawaban							
		1		2		3		4	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Butir 15	-	-	-	-	14	14	86	86
2	Butir 16	10	10	36	36	24	24	30	30
3	Butir 17	-	-	1	1	32	32	67	67

Sumber : Lampiran 4

1) Ketertarikan

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Y pertanyaan (butir) 15 tentang ketertarikan untuk menyalurkan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. Dari 100 responden terdapat 14 responden (14 %) menyatakan setuju dan 86 responden (86 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa minat untuk menyalurkan zakat dipengaruhi oleh ketertarikan adalah sangat setuju.

2) Keinginan

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Y pertanyaan (butir) 16

tentang keinginan diri sendiri untuk menyalurkan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. Dari 100 responden terdapat 10 responden (10 %) menyatakan sangat tidak setuju, 36 responden (36 %) menyatakan tidak setuju, 24 responden (24 %) menyatakan setuju, dan sisanya sebanyak 30 responden (30 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa minat untuk menyalurkan zakat dipengaruhi oleh keinginan sendiri adalah tidak setuju

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Y pertanyaan (butir) 17 tentang keyakinan untuk menyalurkan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. Dari 100 responden terdapat 1 responden (1 %) menyatakan tidak setuju, 32 responden (32 %) menyatakan setuju dan 67 responden (67 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa minat untuk menyalurkan zakat dipengaruhi oleh keyakinan adalah sangat setuju

B. Analisis Hasil Penelitian

1. Analisis uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan terlebih dahulu pengujian terhadap instrument penelitian. Dalam hal ini adalah kuesioner yang digunakan yaitu dengan pengujian validitas dan reliabilitas instrument/kuesioner, agar nantinya dapat diperoleh data/hasil penelitian

yang valid dan reliable. Dalam penelitian ini terdapat 18 item, 4 variabel penelitian dengan jumlah responden 100 orang sebagai berikut :

a. Pengujian Validitas

Sebelum instrument (kuesioner) disebarikan kepada 100 orang muzakki Nurul Hayat Cabang Jember sebagai sumber data primer atau responden sebenarnya, adapun hasil uji validitas dan reliabilitas variabel adalah sebagai berikut :

Uji validitas di dalam penelitian ini menggunakan construct validity, yaitu diuji dengan mengkorelasikan masing-masing pertanyaan atau item dengan skor total untuk masing-masing variabel. Suatu item pada kuesioner disebut valid jika koefisien korelasinya positif dan lebih besar dari 0,30. Hasil uji validitas secara lengkap disajikan pada lampiran 3, dan secara ringkas disajikan pada tabel berikut ini..

1) Uji Validitas Indikator Variabel Kualitas Layanan (X1)

Hasil uji validitas terhadap butir-butir pertanyaan sebagai indikator variabel kualitas layanan (X1) yang terdiri dari *tangibles* (item pertanyaan 1), *reliability* (item pertanyaan 2), *responsiveness* (item pertanyaan 3), *assurance* (item pertanyaan 4), dan *empathy* (item pertanyaan 5). Adapun hasil uji validitas tersebut bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.9.
Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Kualitas Layanan (X₁)

No	Butir Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
1	X ₁ Pertanyaan 1	0,876	0,000	Valid
2	X ₁ Pertanyaan 2	0,735	0,000	Valid
3	X ₁ Pertanyaan 3	0,823	0,000	Valid
4	X ₁ Pertanyaan 4	0,900	0,000	Valid
5	X ₁ Pertanyaan 5	0,906	0,000	Valid

Sumber : Lampiran 3

Dari tabel 4.18 diatas, dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pertanyaan variabel kualitas layanan pada $\alpha \leq 0,05$ berstatus valid, sehingga keseluruhan skor indikator-indikator tersebut dapat memberikan representasi yang baik pada variabel tersebut.

2) Uji Validitas Indikator Variabel Religiusitas (X₂)

Hasil uji validitas terhadap butir-butir pertanyaan sebagai indikator variabel Religiusitas (X₂) yang terdiri dari keyakinan (item pertanyaan 1), praktik agama (item pertanyaan 2), pengalaman (item pertanyaan 3), pengetahuan agama (item pertanyaan 4), dan pengamalan (item pertanyaan 5). Adapun hasil uji validitas tersebut bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.10.
Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Religiusitas (X₂)

No	Butir Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)	(4)
1	X ₂ Pertanyaan 1	0,467	0,000	Valid
2	X ₂ Pertanyaan 2	0,453	0,000	Valid
3	X ₂ Pertanyaan 3	0,787	0,002	Valid

Lanjutan Tabel 4.10.

(1)	(2)	(3)	(4)	(4)
4	X ₂ Pertanyaan 4	0,642	0,000	Valid
5	X ₂ Pertanyaan 5	0,640	0,000	Valid

Sumber : Lampiran 3

Dari tabel 4.19 diatas, dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pertanyaan variabel religiusitas pada $\alpha \leq 0,05$ berstatus valid, sehingga keseluruhan skor indikator-indikator tersebut dapat memberikan representasi yang baik pada variabel tersebut.

3) Uji Validitas Indikator Variabel Citra Lembaga (X₃)

Hasil uji validitas terhadap butir-butir pertanyaan sebagai indikator variabel Citra Lembaga (X₃) yang terdiri dari personality (item pertanyaan 1), Reputation (item pertanyaan 2), Value (item pertanyaan 3), dan Corporate identity (item pertanyaan 4 dan 5). Adapun hasil uji validitas tersebut bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.11.

Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Citra Lembaga (X₃)

No	Butir Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
1	X ₃ Pertanyaan 1	0,606	0,000	Valid
2	X ₃ Pertanyaan 2	0,819	0,000	Valid
3	X ₃ Pertanyaan 3	0,776	0,000	Valid
4	X ₃ Pertanyaan 4	0,566	0,000	Valid
5	X ₃ Pertanyaan 5	0,489	0,000	Valid

Sumber : Lampiran 3

Dari tabel 4.20 diatas, dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pertanyaan variabel citra lembaga pada $\alpha \leq 0,05$ berstatus

valid, sehingga keseluruhan skor indikator-indikator tersebut dapat memberikan representasi yang baik pada variabel tersebut.

4) Uji Validitas Indikator Variabel Minat Muzakki (Y1)

Hasil uji validitas terhadap butir-butir pertanyaan sebagai indikator variabel Minat Muzakki (Y_1) yang terdiri dari ketertarikan (item pertanyaan 1), keinginan (item pertanyaan 2), dan keyakinan (item pertanyaan 3). Adapun hasil uji validitas tersebut bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.12.
Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Minat Muzakki (Y_1)

No	Butir Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
1	Y_1 Pertanyaan 1	0,467	0,002	Valid
2	Y_1 Pertanyaan 2	0,453	0,000	Valid
3	Y_1 Pertanyaan 3	0,787	0,000	Valid

Sumber : Lampiran 3

Dari tabel 4.12 diatas, dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pertanyaan variabel minat muzakki pada $\alpha \leq 0,05$ berstatus valid, sehingga keseluruhan skor indikator-indikator tersebut dapat memberikan representasi yang baik pada variabel tersebut.

b. Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan Cronbach Alpha. Instrumen dikatakan reliable apabila memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 (Nunnaly, 1978:39). Hasil reliabilitas secara lengkap disajikan pada lampiran 2, dan secara ringkas disajikan pada tabel 4.22 berikut ini.

Tabel 4.13.
Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Minat Muzakki (Y_1)

No	Variabel	Koefisien Alpha Cronbach	Keterangan
1	Kualitas Layanan (X_1)	0,899	Reliable
2	Religiusitas (X_2)	0,752	Reliable
3	Citra Lembaga (X_3)	0,888	Reliable
	Minat Muzakki (Y_1)	0,812	Reliable

Sumber : Lampiran 3

2. Analisis Statistik Inferensial

Tahapan-tahapan untuk melakukan analisis statistik inferensial dapat dilakukan sebagai berikut

a. Pengujian asumsi klasik (uji persyaratan analisis)

Untuk memastikan bahan variabel-variabel yang diteliti dapat dianalisa dengan korelasi dan regresi berganda, harus memenuhi beberapa persyaratan uji analisis sebagai berikut :

1) Uji Normalitas

Distribusi normal sangat penting dalam statistik inferensial untuk mengetahui apakah variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas untuk mendeteksi apakah distribusi data variabel bebas dan terikat adalah normal.

Suatu data memiliki variabel berdekatan yang dapat dilihat pada tampilan visual normal probability plot. Deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a) Jika data menyebar disekitar diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas;
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Karena data menyebar disekitar diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas (Lampiran 6)

2) Uji multikolinieritas

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel bebas dan untuk mengetahui apakah terjadi multikolinieritas atau tidak.

Uji multikolinieritas dapat dilihat dari beberapa syarat, yaitu:

- a) Besarnya koefisien VIF (*Variance Inflation Factor*), karena koefisien VIF variabel kualitas layanan sebesar 1,429; variabel religiusitas sebesar 1,250, dan variabel citra lembaga sebesar 1,568 adalah di sekitar 1 maka tidak terjadi multikolinieritas (lampiran 6)
- b) Besarnya angka tolerance, karena koefisien tolerance variabel kualitas layanan sebesar 0,890; variabel religiusitas sebesar 0,870; dan variabel citra lembaga sebesar 0,938 adalah mendekati 1 maka tidak terjadi multikolinieritas (lampiran 6);

c) Besarnya korelasi antar variabel independen.

Untuk mengetahui korelasi antar variabel bebas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.14.
Koefisien Korelasi antar Variabel Bebas

Variabel Bebas	Kualitas layanan	Religiusitas	Citra Lembaga
Kualitas Layanan	1,000	0,328	0,337
Religiusitas	0,328	1,000	0,332
Citra Lembaga	0,337	0,332	1,000

Sumber : Lampiran 6

Karena koefisien korelasi antar variabel bebas di bawah 0,5 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji heteroskedastisitas

Karena tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. (Lampiran 6)

3. Hasil Analisis Model Regresi

Fungsi regresi yang dihasilkan dari data yang teruji validitas dan reliabilitasnya dengan program statistical paket for social science (SPSS) versi 14.00 untuk menganalisis lebih lanjut tentang model regresi dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Perhitungan analisis regresi berganda menggunakan SPSS for windows versi 14.00 tampak pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.15.
Rekapitulasi Hasil Uji Regresi Berganda variabel X terhadap
Variabel Y

	Koefisien Regresi	Signifikansi
Konstanta	5,02E-016	1,000
X ₁	0,517	0,000
X ₂	0,148	0,042
X ₃	0,194	0,040
Multiple R	= 0,647	F _{Hitung} = 23,068
R Square	= 0,419	Signifikan F = 0,000
Adjust R Square	= 0,401	
Standart Error	= 0,774	

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diatas maka model persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 5,02E-016 + 0,517 X_1 + 0,148 X_2 + 0,194 X_3 + e$$

Persamaan garis regresi linear berganda ini dapat dilihat besarnya pengaruh variabel bebas yaitu terdiri dari Kualitas Layanan (X₁), Religiusitas (X₂), dan Citra Lembaga (X₃), terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y₁).

Penjelasan dari hasil persamaan regresi linear berganda diatas adalah sebagai berikut:

- 1) Besarnya nilai konstanta (a) menunjukkan nilai yang positif yaitu 5,02E-016 dimana mempunyai arti adanya pengaruh yang positif terhadap minat muzakki menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y₁) apabila variabel Kualitas Layanan

(X_1), Religiusitas (X_2), dan Citra Lembaga (X_3) tetap atau konstan.

- 2) Variabel Kualitas Layanan (X_1) mempunyai nilai positif atau pengaruh yang positif terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1)
- 3) Variabel Religiusitas (X_2) mempunyai nilai positif atau pengaruh yang positif terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1)
- 4) Variabel Citra Lembaga (X_3) mempunyai nilai positif atau pengaruh yang positif terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1)

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi untuk variabel bebas (X) yang tidak lain adalah variabel Kualitas Layanan (X_1) sebesar 0,517, Religiusitas (X_2) sebesar 0,148, dan Citra Lembaga (X_3) sebesar 0,194 memiliki pengaruh yang positif terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1)

b. Analisis Varian Hasil Regresi

Analisis varian hasil regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar garis regresi penafsiran variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Layanan (X_1), Religiusitas (X_2), dan Citra Lembaga (X_3), terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.

Berdasarkan analisis garis regresi linear berganda diperoleh hasil seperti pada tabel berikut :

Tabel 4.16.
Pengaruh Variabel Bebas (X) terhadap Variabel Terikat (Y)

Variabel	R	R _{Square}	Adjust R _{Square}	%
X ₁ , X ₂ , X ₃ , Y ₁ ,	0,647	0,419	0,401	40,1

Sumber : Lampira 5

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang berfungsi untuk mengukur besarnya proporsi sumbangan variabel bebas (X) terhadap naik turunnya variabel terikat diperoleh nilai sebesar 0,401. Adapun besarnya proporsi sumbangan variabel 3 variabel bebas secara simultan adalah

$$\text{Adjust R Square} \times 100 \% = 0,401 \times 100 \% = 40,1 \%$$

Angka tersebut diatas menunjukkan bahwa variabel bebas yang meliputi kualitas layanan (X₁), religiusitas (X₂), dan citra lembaga (X₃) bersama-sama (serentak) menjelaskan (mempengaruhi) perubahan variabel terikat yaitu minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y₁) sebesar 40,1 %. Nilai tersebut juga menunjukkan bahwa diantara variabel bebas (X₁ sampai dengan X₃) memiliki hubungan atau kondisi, namun ada pengaruh variabel lain terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y₁) diluar model ini atau dengan kata lain variabel yang tidak diteliti sebesar 59,9 % yang berasal dari $100 \% - 40,1 \% = 59,9 \%$ yang ditunjukkan oleh variabel pengganggu (e) yang terdapat pada persamaan garis linear berganda diatas

C. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini ada dua yang akan diuji dengan menggunakan uji regresi linear berganda secara serentak (simultan) dan uji regresi linear berganda parsial. Berikut disajikan hasil hipotesis dengan perincian sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Pertama (Uji Hipotesis Serentak)

Hipotesis pertama menyatakan secara serentak ada pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan (X_1), religiusitas (X_2), dan citra lembaga (X_3), terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1). Untuk menguji hipotesis pertama ini digunakan uji regresi berganda melalui uji F dimana uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Hasil perhitungan komputer menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 23,068 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dimana tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0,05; sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hal ini sesuai dengan hipotesis pertama yang diajukan, sehingga **hipotesis pertama diterima**.

2. Uji Hipotesis Kedua (Uji Hipotesis Parsial)

Hipotesis kedua menyatakan variabel kualitas layanan (X_1), religiusitas (X_2), dan citra lembaga (X_3), terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1). Untuk membuktikan kebenarannya perlu diuji dengan menggunakan uji regresi

parsial melalui uji t, dimana uji t ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat sekaligus dapat diketahui pula variabel bebas yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikat. Hasil rekapitulasi pengujian hipotesis kedua ini tersaji dalam tabel berikut,

Tabel 4.17.
Rekapitulasi Pengaruh Variabel Bebas (X)
Terhadap Variabel Terikat (Y)

Variabel Penelitian	Label	Koefisien Regresi	Signifikansi
X ₁	Kualitas Layanan	0,517	0,000
X ₂	Religiusitas	0,148	0,042
X ₃	Citra Lembaga	0,194	0,40

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan tabel diatas dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas yaitu kualitas layanan (X₁), religiusitas (X₂), dan citra lembaga (X₃), secara parsial mempunyai pengaruh terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y₁) dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Layanan

Hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti secara parsial variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat muzakki untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y₁).

b. Variabel Religiusitas

Hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa variabel religiusitas dengan tingkat signifikansi sebesar $0,042 < 0,05$. Hal ini berarti secara parsial variabel religiusitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat muzakki untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1).

c. Variabel Citra Lembaga

Hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa variabel citra lembaga dengan tingkat signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$. Hal ini berarti secara parsial variabel citra lembaga mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat muzakki untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1).

Berdasarkan penjelasan diatas, dimana semua variabel bebas yaitu variabel kualitas layanan (X_1), religiusitas (X_2), dan citra lembaga (X_3), secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat minat muzakki menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1), sehingga **hipotesis kedua dinyatakan diterima**.

D. Pembahasan

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, maka pada bagian ini, akan menguraikan hasil analisis penelitian dan hasil temuan secara teori maupun secara praktek yang berkorelasi dengan penelitian ini. Dengan menggunakan program SPSS Versi 14.0 for Windows, maka data primer hasil penelitian diolah dan dianalisis melalui model statistik regresi linear berganda.

1. Pengaruh Serentak (Simultan)

Berdasarkan hasil analisis regresi dapat dibuktikan bahwa variabel kualitas layanan (X_1), religiusitas (X_2), dan Citra Lembaga (X_3), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1). Hal ini dapat dilihat dari hasil Adjust R_{Square} Sebesar 0,401. Data yang digunakan adalah Adjust R_{Square} bukan R_{Square} dikarenakan variabel bebas dalam penelitian ini berjumlah lebih dari dua variabel. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, religiusitas, maupun citra lembaga, akan meningkatkan minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.

Hasil Uji Serentak ini sejalan dengan penelitian dari Ahmad Rendi (2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat muzakki.

2. Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap Minat Muzakki (Y_1)

Dari analisis regresi diperoleh hasil bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember dengan koefisiensi regresi sebesar 0,517. Hal ini berarti bahwa setiap usaha Pimpinan Nurul Hayat dalam meningkatkan kualitas layanan yang terdiri dari *tangibles* (bukti nyata), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati), dapat meningkatkan minat muzakki untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. Hal ini sesuai dengan pendapat responden yang menyatakan bahwa kelima

pertanyaan/item yang termasuk dalam variabel kualitas layanan mempunyai nilai yang tinggi. Ini di duga terjadi karena sebagian besar responden dalam memberikan jawaban pada angket kualitas layanan pengukurannya dari sikap santri khidmat (sebutan karyawan di Nurul Hayat) yang sering mengunjungi para muzakki.

Berdasarkan uji pengaruh secara parsial ternyata variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh positif sebesar 51,7% dan signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$). Berdasarkan penjelasan tersebut diatas, maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh LAZ Nurul Hayat Cabang Jember akan semakin meningkatkan minat Muzakki dalam menunaikan zakat.

Hal ini sesuai dengan dasar teoritik menurut BAZNAS dan FEM IPB (2011) bahwa kualitas pelayanan yang baik seperti transparansi, akses, kemudahan, dan kepuasan merupakan faktor yang mempengaruhi minat muzakki untuk menyalurkan zakatnya di LAZ informal maupun formal.

Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian dari Ahmad Rendi (2017:87) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat.

3. Pengaruh Religiusitas (X_2) terhadap Minat Muzakki (Y_1)

Dari analisis regresi diperoleh hasil bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember dengan koefisiensi regresi sebesar 0,148. Hal ini berarti bahwa setiap usaha Pimpinan Nurul Hayat dalam meningkatkan religiusitas yang terdiri dari keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama, dan pengamalan, dapat meningkatkan minat muzakki untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.

Apabila dilihat dari gambaran indikator-indikator masing-masing variabel, menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung memberi nilai rendah terhadap indikator-indikator dari variabel religiusitas. Ini berarti tingkat religiusitas muzakki dapat dikategorikan rendah jumlahnya. Sedangkan sebagian besar responden cenderung memberikan jawaban dengan nilai tinggi terhadap indikator-indikator dari variabel minat muzakki yang artinya muzakki mempunyai minat yang tinggi untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.

Berdasarkan uji pengaruh secara parsial ternyata variabel religiusitas mempunyai pengaruh positif sebesar 14,8 % dan signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (tingkat signifikansi sebesar 0,042 <0,05). Berdasarkan penjelasan tersebut diatas, maka dapat dikatakan bahwa variabel religiusitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.

Hal ini sesuai dengan dasar teoritik dari Abdur Rahman Saleh (2004:264) bahwa penyebab minat salah satunya adalah berasal dari dorongan dari dalam individu, sedangkan religiusitas merupakan salah satu kebutuhan insaniyah yang harus diberikan kepuasan dan ketenangan. Sehingga ketika religiusitas terpenuhi dengan baik, akan menciptakan minat yang tinggi.

Hasil analisa berikut sejalan dengan penelitian dari M Abdul Rouf (2011:103) yang mengatakan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dengan t hitung sebesar 3,945 dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

4. Pengaruh Citra Lembaga (X_3) terhadap Minat Muzakki (Y_1)

Dari analisis regresi diperoleh hasil bahwa variabel citra lembaga berpengaruh positif terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember dengan koefisiensi regresi sebesar 0,194. Hal ini berarti bahwa setiap usaha Pimpinan Nurul Hayat dalam meningkatkan citra lembaga yang terdiri dari personality, reputation, value, corporate identity, dapat meningkatkan minat muzakki untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. Hal ini sesuai dengan pendapat responden yang menyatakan bahwa kelima pertanyaan/item yang termasuk dalam variabel kualitas mempunyai nilai yang tinggi.

Berdasarkan uji pengaruh secara parsial ternyata variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh positif sebesar 19,4 % dan signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (tingkat signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$).

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas, maka dapat dikatakan bahwa variabel citra lembaga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.

Hasil analisa ini sesuai dengan teori dari Soleh Soemirat (2012:114) yang mengatakan bahwa citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Sehingga ketika dalam faktanya kesan yang didapatkan seseorang terhadap suatu LAZ yang informal maupun formal adalah transparan, amanah, dan professional akan meningkatkan minat dalam menyalurkan zakat.

Hal ini berkebalikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanifah Nur Aini yang mengatakan kalau Citra lembaga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki.

E. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini sudah dirancang dan dilakukan dengan sebaik-baiknya, namun hasil penelitian ini sepenuhnya masih mengandung beberapa keterbatasan diantaranya :

1. Karena penelitian ini bersifat kuantitatif, maka data yang diperoleh kemudian diolah dimungkinkan terjadi bias. Hal ini bisa terjadi karena responden saat mengisi/memberikan jawaban pada angket yang diberikan cenderung untuk menyenangkan peneliti atau khawatir terhadap kemungkinan terjadinya kerenggangan ikatan emosional dengan pihak Nurul Hayat Cabang Jember, bahkan tidak menutup

kemungkinan mengisinya asal saja karena malas mencerna dan mempelajari angket lebih serius.

2. Adanya variabel minat muzakki memungkinkan responden untuk cenderung menjawab kategori tinggi dikarenakan ingin dianggap sebagai muzakki yang loyal dan konsisten dalam menunaikan zakat.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab terdahulu, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dari penelitian ini adalah:

1. Dari ketiga variabel bebas ternyata secara bersama-sama (serentak) mempunyai pengaruh sebesar 40,1 % terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. Temuan ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember perlu memperhatikan variabel kualitas layanan, religiusitas, dan citra lembaga.
2. Adapun variabel Kualitas Layanan (X_1), mempunyai pengaruh sebesar 51,7 % terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1)
3. Adapun variabel Religiusitas (X_2), mempunyai pengaruh sebesar 14,8 % terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1)
4. Adapun variabel Citra Lembaga (X_3), mempunyai pengaruh sebesar 19,4 % terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1)

B. Saran

Saran-saran yang perlu dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Mempertahankan dan juga meningkatkan kualitas layanan dari Nurul Hayat Cabang Jember kepada muzakki seperti mempererat komunikasi

kepada muzakki, memberikan follow up terhadap perkembangan ekonomi muzakki, dll.

2. Meningkatkan tingkat religiusitas muzakki dengan lebih menyemarakkan kegiatan pengajian sebagaimana yang sudah berjalan setiap minggu kedua di Masjid Nur Inka di Brigif Patrang.
3. Meningkatkan citra lembaga dengan sering mengadakan kegiatan yang melibatkan masyarakat luas dalam hal ekonomi maupun pemberdayaan umat sebagai langkah promosi agar semakin dikenal dan dipercaya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Hamid. 2008. *Potensi dan Ironi Zakat*. Jakarta:PIRAC
- Ancok, Djameludin dan Suroso, Fuat Nashori. 1994 *Psikologi Islam Solusi Antara Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- Ancok, Djameludin dan Suroso, Fuat Nashori. 2005 *Psikologi Islam Solusi Antara Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: RinekaCipta,
- Arikunto Suharsimi, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi revisi VI.Jakarta: Rineka Cipta.
- Aritonang R Lerbin R, *Kepuasan Pelanggan Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005
- Beik, Irfan Syauqi. 2009. *Analisis Peran Zakat dalam Mengentaskan Kemiskinan.Jurnal Pemikiran dan Gagasan, Zakat and Empowering*. Jakarta: Indonesia Magnifiance of Zakat
- Berman, B. and Evans, Jr. 2007.*Retail Management: A Strategic Approach* (10thed.). Prentice Hall
- Bimo Walgito. 1981. *Pengantar Psikologi Umum*, diterbitkan oleh Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.
- Djuanda, Gustian et, al. 2006. *Pelaporan Zakat Pengurang Pajak Penghasilan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. E-Firdausy, M. Irfan. 2009. *Dahsyatnya Sedekah*. Yogyakarta: Cemerlang Publishing.
- Ghozali Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19,Edisi V*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidhuddin Didin. 1998. *Panduan Praktis Tentang Zakat, Infaq dan Shodaqoh*. Jakarta : Gema Insani.
- Istijanto. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran (Cara Praktis Meniliti Konsumen dan Pesaing)*. Jakarta : Gramedia.
- Jalaluddin. 1997. *Psikologi Agama*. Ed. 1.Cet. 2. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jalaluddin. 2005. *Memahami Perilaku Keagamaan dengan Menerapkan Prinsip-prinsip Psikologi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Jalaluddin. 2010. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Juanda, Gustian, dkk, 2006. *Pelaporan Zakat Pengurang Pajak Penghasilan*, Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008.*Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.

- Laksana, Fajar, 2008, *Marketing Management, Jilid Satu, Edisi Sebelas*, Jakarta: PT. Indeks
- Lovelock, Christopher.,Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa (Manusia,Teknologi, Strategi)*. Terjemahan oleh Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putra. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta:Salamba Empat.
- Moeliono Anton M. dkk, 1999.*Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Nova, Firsan. 2009. *CRISIS Publik Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Pascasarjana*. Jember: IAIN Jember.
- Priyanto, Dwi. 2012. *Belajar Praktik Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS*. Yogyakarta:Gava Media
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen pendekatan praktis disertai: Himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, Y. Dkk. 2012. *Religiusitas pada hijabers community Bandung*. Bandung : Fakultas Psikologi Universitas Islam Bandung.
- Schiffman, G, L. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Soemirat, Soleh, dan Elvinaro Ardianto. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudirman. 2007. *Zakat Dalam Arus Pusaran Moderintas*. Malang : UIN MalangPress.
- Sugiyono. 2007. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Thouless, Robert H. 2000. *Pengantar Psikologi Agama*. Ed. 1.Cet. 3. Jakarta: Rajawali Press
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Publishing
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publishing
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*. Jakarta : Andi
- Tukiran Taniredja, 2010. *Penelitian Kuantitatif Suatu Pengantar*, Bandung: Alfabeta,
- Wening Purbatin Palupi Soenjoto. 2017. *Mengkaji Krisis Ekonomi Global Menurut Perspektif Islam*. Tafaqquh.
- Z. Kasijan. 1984. *Psikologi Pendidikan*. Surabaya : P.T Bina Aksara.

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Azy Athoillah Yazid

NIM : 0839215003

Program : Ekonomi Syariah

Institusi : Pascasarjana IAIN Jember

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa tesis ini yang berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MUZAKKI DALAM MENUNAIKAN ZAKAT DI NURUL HAYAT CABANG JEMBER” secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 01 Nopember 2017

Saya yang menyatakan,



AZY ATHOILLAH YAZID
NIM. 0839215003

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan



KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MUZAKKI DALAM MENUNAIKAN ZAKAT DI NURUL HAYAT CABANG JEMBER

Identitas Peneliti

Nama : Azy Athoillah Yazid
NIM : 0839215003
Program Studi : Pascasarjana Ekonomi Syariah
Lembaga : IAIN Jember

Dalam rangka menyelesaikan pendidikan strata dua (S2) pada jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Jember, penulis melaksanakan penelitian sebagai bentuk tugas dan kewajiban yang harus dilakukan. Secara akademik penelitian ini bertujuan ingin menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki untuk menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Jember.

Berdasarkan hal tersebut, dimohon dengan hormat kesediaan saudara untuk mengisi kuisisioner yang peneliti ajukan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dan kerahasiaan dari jawaban yang diberikan akan dijaga sepenuhnya. Penelitian ini hanya semata-mata sebagai bahan penelitian penyusunan tesis, maka sangat dibutuhkan pendapat dari responden untuk melengkapi penelitian ini. Informasi yang anda berikan sangat berarti bagi penelitian ini. Atas bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Azy Athoillah Yazid

Petunjuk Pengisian:

A. Bagian I

Berilah tanda silang (x) terhadap jawaban yang Bapak/ Ibu/ Saudara pilih.

1. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Umur
 - a. 17-25 tahun
 - b. 25-35 tahun
 - c. 35-45 tahun
 - d. 45-55 tahun
 - e. > 55 tahun
3. Pekerjaan
 - a. Pelajar/ Mahasiswa
 - b. Pegawai swasta
 - c. Pegawai Negeri
 - d. Wiraswasta
 - e. Profesional (dokter, arsitek, dosen, dll)
 - f. Lain-lain
4. Pendapatan pribadi perbulan (Dalam satuan Rupiah)
 - a. $\leq 2.000.000$
 - b. 2.000.001 - 4.000.000
 - c. 4.000.001 - 6.000.000
 - d. $> 6.000.000$

B. Bagian II

Berikan pernyataan anda dengan memberikan tanda \surd pada 4 pilihan jawaban yang tersedia, dimana keterangan dari 4 pilihan jawaban yaitu:

STS : Sangat Tidak Setuju = skor 1

TS : Tidak Setuju = skor 2

S : Setuju = skor 3

SS : Sangat Setuju = skor 4

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut saudara paling tepat dengan cara memberikan tanda cek list (\checkmark) pada setiap pertanyaan.

NO.	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
KUALITAS PELAYANAN					
1.	Pelayanan di Nurul Hayat Kabupaten Jember akurat				
2.	Kantor Nurul Hayat Kabupaten Jember ditata dengan rapi				
3	Kantor Nurul Hayat Kabupaten Jember terasa nyaman				
4.	Karyawan Nurul Hayat memberikan informasi yang dibutuhkan muzakki dengan jelas, tepat, dan dapat dipercaya				
5.	Karyawan Nurul Hayat ramah dan selalu siap membantu muzakki				
Religiusitas					
6.	Menurut saya, menunaikan zakat maal adalah kewajiban bagi orang islam				
7.	Saya percaya bahwa menunaikan zakat maal akan membersihkan harta saya				
8.	Saya yakin saya sudah menunaikan zakat maal sesuai dengan ajaran agama				
9.	Ada perasaan terpaksa bagi saya dalam menunaikan zakat maal				
10	Saya merasa TIDAK berdosa jika TIDAK menunaikan zakat maal				
Citra Lembaga					
11.	LAZ Nurul Hayat Cabang Jember merupakan LAZ yang dapat dipercaya				
12.	LAZ Nurul Hayat Cabang Jember merupakan LAZ				

	yang menjalankan tanggung jawab sosial dengan baik				
13.	Manajemen LAZ Nurul Hayat Cabang Jember mempunyai kepedulian terhadap muzakki dan mustahiq				
14	Logo LAZ Nurul Hayat Cabang Jember mudah diingat				
15.	Warna Branding Nurul Hayat Cabang Jember mudah diingat				
Minat					
16.	Saya menunaikan zakat maal di Nurul Hayat Jember karena keinginan saya sendiri				
17.	Saya menunaikan zakat maal di Nurul Hayat Jember karena ada dorongan emosional				
18.	Saya menunaikan zakat maal di Nurul Hayat Jember karena ada motif social				



Lampiran 2 : Data Observasi Lapangan



	X1-1	X1-2	X1-3	X1-4	X1-5	X1J	X1R
1	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
2	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	16,00	3,20
3	3,00	3,00	2,00	3,00	2,00	13,00	2,60
4	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
5	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	17,00	3,40
6	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
7	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
8	2,00	4,00	4,00	3,00	3,00	16,00	3,20
9	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	14,00	2,80
10	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	17,00	3,40
11	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
12	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
13	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
14	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
15	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
16	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
17	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
18	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
19	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	16,00	3,20
20	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	16,00	3,20
21	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	18,00	3,60
22	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
23	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
24	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
25	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
26	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	16,00	3,20
27	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
28	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
29	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
30	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	16,00	3,20
31	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
32	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
33	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
34	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
35	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
36	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	17,00	3,40
37	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	17,00	3,40
38	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	16,00	3,20
39	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
40	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
41	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
42	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
43	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	16,00	3,20
44	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
45	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	17,00	3,40
46	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	18,00	3,60
47	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	17,00	3,40

	X1-1	X1-2	X1-3	X1-4	X1-5	X1J	X1R
48	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	16,00	3,20
49	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	17,00	3,40
50	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	17,00	3,40
51	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
52	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
53	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	16,00	3,20
54	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
55	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
56	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
57	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
58	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
59	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
60	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
61	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
62	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
63	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
64	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
65	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
66	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
67	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
68	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	17,00	3,40
69	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	17,00	3,40
70	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
71	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
72	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	17,00	3,40
73	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	17,00	3,40
74	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
75	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
76	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
77	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
78	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
79	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
80	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
81	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
82	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
83	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
84	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
85	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
86	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
87	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
88	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
89	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
90	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	16,00	3,20
91	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
92	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
93	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
94	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	16,00	3,20

	X1-1	X1-2	X1-3	X1-4	X1-5	X1J	X1R
95	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
96	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
97	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
98	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	18,00	3,60
99	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
100	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00



	X2-1	X2-2	X2-3	X2-4	X2-5	X2J	X2R
1	3,00	4,00	3,00	2,00	1,00	13,00	2,60
2	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
3	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
4	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
5	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
6	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
7	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
8	4,00	4,00	3,00	2,00	1,00	14,00	2,80
9	4,00	3,00	3,00	2,00	1,00	13,00	2,60
10	4,00	4,00	3,00	2,00	1,00	14,00	2,80
11	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
12	3,00	4,00	3,00	2,00	1,00	13,00	2,60
13	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
14	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
15	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	11,00	2,20
16	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
17	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
18	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
19	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
20	4,00	4,00	3,00	1,00	2,00	14,00	2,80
21	3,00	4,00	3,00	1,00	1,00	12,00	2,40
22	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	13,00	2,60
23	4,00	3,00	3,00	2,00	1,00	13,00	2,60
24	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
25	4,00	4,00	3,00	3,00	2,00	16,00	3,20
26	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
27	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
28	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
29	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
30	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
31	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	11,00	2,20
32	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
33	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
34	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
35	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
36	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
37	4,00	4,00	3,00	2,00	1,00	14,00	2,80
38	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
39	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
40	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
41	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
42	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
43	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
44	4,00	4,00	4,00	2,00	1,00	15,00	3,00
45	4,00	4,00	3,00	2,00	1,00	14,00	2,80
46	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
47	4,00	4,00	3,00	2,00	1,00	14,00	2,80

	X2-1	X2-2	X2-3	X2-4	X2-5	X2J	X2R
48	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
49	4,00	4,00	3,00	2,00	1,00	14,00	2,80
50	4,00	4,00	3,00	2,00	1,00	14,00	2,80
51	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
52	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
53	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
54	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
55	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
56	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
57	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
58	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
59	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
60	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
61	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
62	4,00	4,00	4,00	2,00	1,00	15,00	3,00
63	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	11,00	2,20
64	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
65	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
66	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
67	4,00	4,00	4,00	2,00	1,00	15,00	3,00
68	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
69	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
70	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
71	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
72	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
73	4,00	3,00	3,00	2,00	1,00	13,00	2,60
74	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
75	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
76	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
77	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
78	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
79	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
80	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
81	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
82	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
83	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
84	4,00	3,00	3,00	2,00	1,00	13,00	2,60
85	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
86	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
87	4,00	3,00	3,00	2,00	1,00	13,00	2,60
88	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
89	4,00	4,00	3,00	3,00	2,00	16,00	3,20
90	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
91	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
92	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
93	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00
94	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60

	X2-1	X2-2	X2-3	X2-4	X2-5	X2J	X2R
95	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
96	4,00	4,00	3,00	1,00	1,00	13,00	2,60
97	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
98	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	14,00	2,80
99	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
100	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	15,00	3,00



	X3-1	X3-2	X3-3	X3-4	X3-5	X3J	X3R
1	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
2	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
3	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	19,00	3,80
4	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
5	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
6	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
7	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
8	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
9	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
10	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
11	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
12	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
13	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
14	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
15	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
16	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
17	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
18	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
19	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
20	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
21	3,00	3,00	4,00	2,00	2,00	14,00	2,80
22	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
23	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
24	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
25	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
26	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
27	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
28	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	19,00	3,80
29	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
30	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
31	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
32	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
33	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
34	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
35	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
36	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
37	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
38	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
39	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
40	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	19,00	3,80
41	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
42	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
43	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
44	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
45	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
46	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
47	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00

	X3-1	X3-2	X3-3	X3-4	X3-5	X3J	X3R
48	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
49	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
50	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
51	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
52	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	19,00	3,80
53	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
54	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
55	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
56	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
57	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	19,00	3,80
58	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
59	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
60	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
61	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
62	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
63	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
64	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
65	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
66	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
67	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
68	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
69	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
70	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
71	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
72	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
73	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
74	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
75	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
76	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
77	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
78	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
79	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
80	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
81	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
82	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
83	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
84	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
85	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	18,00	3,60
86	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
87	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
88	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
89	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	15,00	3,00
90	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	16,00	3,20
91	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	19,00	3,80
92	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	19,00	3,80
93	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80
94	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	16,00	3,20

	X3-1	X3-2	X3-3	X3-4	X3-5	X3J	X3R
95	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
96	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	16,00	3,20
97	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	17,00	3,40
98	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
99	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	19,00	3,80
100	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	19,00	3,80



	Y1-1	Y1-2	Y1-3	Y1J	Y1R
1	3,00	4,00	4,00	11,00	3,67
2	4,00	3,00	4,00	11,00	3,67
3	4,00	3,00	3,00	10,00	3,33
4	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
5	4,00	3,00	4,00	11,00	3,67
6	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
7	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
8	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
9	4,00	1,00	4,00	9,00	3,00
10	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
11	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
12	3,00	3,00	3,00	9,00	3,00
13	4,00	3,00	4,00	11,00	3,67
14	4,00	3,00	4,00	11,00	3,67
15	3,00	3,00	3,00	9,00	3,00
16	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
17	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
18	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
19	4,00	3,00	4,00	11,00	3,67
20	4,00	2,00	2,00	8,00	2,67
21	3,00	3,00	3,00	9,00	3,00
22	3,00	3,00	3,00	9,00	3,00
23	4,00	2,00	3,00	9,00	3,00
24	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
25	3,00	3,00	3,00	9,00	3,00
26	4,00	4,00	3,00	11,00	3,67
27	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
28	3,00	4,00	4,00	11,00	3,67
29	4,00	2,00	3,00	9,00	3,00
30	4,00	3,00	4,00	11,00	3,67
31	4,00	2,00	3,00	9,00	3,00
32	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
33	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
34	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
35	4,00	1,00	3,00	8,00	2,67
36	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
37	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
38	4,00	3,00	4,00	11,00	3,67
39	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
40	3,00	4,00	4,00	11,00	3,67
41	4,00	2,00	3,00	9,00	3,00
42	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
43	4,00	3,00	4,00	11,00	3,67
44	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
45	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
46	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
47	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00

	Y1-1	Y1-2	Y1-3	Y1J	Y1R
48	4,00	3,00	4,00	11,00	3,67
49	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
50	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
51	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
52	3,00	4,00	4,00	11,00	3,67
53	4,00	3,00	4,00	11,00	3,67
54	4,00	3,00	4,00	11,00	3,67
55	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
56	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
57	3,00	4,00	4,00	11,00	3,67
58	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
59	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
60	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
61	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
62	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
63	4,00	2,00	3,00	9,00	3,00
64	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
65	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
66	4,00	1,00	3,00	8,00	2,67
67	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
68	4,00	1,00	3,00	8,00	2,67
69	4,00	1,00	3,00	8,00	2,67
70	4,00	2,00	3,00	9,00	3,00
71	4,00	1,00	3,00	8,00	2,67
72	4,00	1,00	3,00	8,00	2,67
73	4,00	3,00	3,00	10,00	3,33
74	4,00	1,00	3,00	8,00	2,67
75	4,00	1,00	3,00	8,00	2,67
76	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
77	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
78	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
79	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
80	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
81	4,00	4,00	4,00	12,00	4,00
82	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
83	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
84	4,00	2,00	3,00	9,00	3,00
85	4,00	1,00	3,00	8,00	2,67
86	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
87	4,00	2,00	3,00	9,00	3,00
88	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
89	3,00	3,00	3,00	9,00	3,00
90	4,00	4,00	3,00	11,00	3,67
91	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
92	3,00	4,00	4,00	11,00	3,67
93	4,00	2,00	3,00	9,00	3,00
94	4,00	3,00	4,00	11,00	3,67

	Y1-1	Y1-2	Y1-3	Y1J	Y1R
95	4,00	2,00	4,00	10,00	3,33
96	3,00	3,00	3,00	9,00	3,00
97	3,00	3,00	3,00	9,00	3,00
98	4,00	3,00	4,00	11,00	3,67
99	4,00	3,00	3,00	10,00	3,33
100	4,00	2,00	3,00	9,00	3,00



Lampiran 3 : Analisis Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Religiusitas (X_2), Citra Lembaga (X_3), dan Minat Muzakki (Y_1).



Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Layanan)

[DataSet1] D:\Tesis Ozy\Data Tesis_2.sav

Correlations

		X1pet1	X1pet2	X1pet3	X1pet4	X1pet5	X1Jumlah
X1pet1	Pearson Correlation	1	,481**	,529**	,883**	,863**	,876**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1pet2	Pearson Correlation	,481**	1	,725**	,427**	,431**	,735**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1pet3	Pearson Correlation	,529**	,725**	1	,572**	,608**	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1pet4	Pearson Correlation	,883**	,427**	,572**	1	,978**	,900**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1pet5	Pearson Correlation	,863**	,431**	,608**	,978**	1	,906**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1Jumlah	Pearson Correlation	,876**	,735**	,823**	,900**	,906**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel X2 (Religiulitas)

[DataSet1] D:\Tesis Ozy\Data Tesis_2.sav

Correlations

		X2pert1	X2pert2	X2pet3	X2pert4	X2pert5	X2Jumlah
X2pert1	Pearson Correlation	1	,516**	,188	,000	-,092	,467**
	Sig. (2-tailed)		,000	,060	1,000	,364	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2pert2	Pearson Correlation	,516**	1	,213*	-,120	-,039	,453**
	Sig. (2-tailed)	,000		,033	,235	,701	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2pet3	Pearson Correlation	,188	,213*	1	-,455**	-,423**	,099
	Sig. (2-tailed)	,060	,033		,000	,000	,329
	N	100	100	100	100	100	100
X2pert4	Pearson Correlation	,000	-,120	-,455**	1	,629**	,642**
	Sig. (2-tailed)	1,000	,235	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2pert5	Pearson Correlation	-,092	-,039	-,423**	,629**	1	,640**
	Sig. (2-tailed)	,364	,701	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2Jumlah	Pearson Correlation	,467**	,453**	,787	,642**	,640**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel X3 (Citra Lembaga)

[DataSet2] D:\Tesis Ozy\Data Tesis_4.sav

Correlations

		X3pert1	X3pert2	X3pert3	X3pert4	X3pert5	X3Jumlah
X3pert1	Pearson Correlation	1	,314**	,458**	,075	-,061	,606**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,458	,544	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3pert2	Pearson Correlation	,314**	1	,716**	,319**	,245*	,819**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,001	,014	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3pert3	Pearson Correlation	,458**	,716**	1	,114	,045	,776**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,257	,657	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3pert4	Pearson Correlation	,075	,319**	,114	1	,664**	,566**
	Sig. (2-tailed)	,458	,001	,257		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3pert5	Pearson Correlation	-,061	,245*	,045	,664**	1	,489**
	Sig. (2-tailed)	,544	,014	,657	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3Jumlah	Pearson Correlation	,606**	,819**	,776**	,566**	,489**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Y1 (Minat)

[DataSet1] D:\Tesis Ozy\Data Tesis_9.sav

Correlations

		Y1pert1	Y1pert2	Y1pert3	Y1Jumlah
Y1pert1	Pearson Correlation	1	-,279**	,189	,128
	Sig. (2-tailed)		,005	,060	,204
	N	100	100	100	100
Y1pert2	Pearson Correlation	-,279**	1	,389**	,860**
	Sig. (2-tailed)	,005		,000	,000
	N	100	100	100	100
Y1pert3	Pearson Correlation	,189	,389**	1	,746**
	Sig. (2-tailed)	,060	,000		,000
	N	100	100	100	100
Y1Jumlah	Pearson Correlation	,788	,860**	,746**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel X1 (Kualitas Layanan)

[DataSet1] D:\Tesis Ozy\Data Tesis_2.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,899	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1pet1	3,2600	,46319	100
X1pet2	3,4600	,50091	100
X1pet3	3,3900	,52982	100
X1pet4	3,2900	,45605	100
X1pet5	3,2800	,47312	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1pet1	13,4200	2,751	,803	,866
X1pet2	13,2200	2,941	,587	,913
X1pet3	13,2900	2,693	,705	,889
X1pet4	13,3900	2,725	,841	,859
X1pet5	13,4000	2,667	,847	,856

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16,6800	4,200	2,04929	5

Uji Reliabilitas Variabel X2 (Religiulitas)

[DataSet1] D:\Tesis Ozy\Data Tesis_2.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,752	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2pert1	3,9200	,27266	100
X2pert2	3,9000	,30151	100
X2pet3	3,2900	,45605	100
X2pert4	1,5000	,55958	100
X2pert5	1,3400	,51679	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2pert1	10,0300	,817	,215	-,101 ^a
X2pert2	10,0500	,816	,167	-,077 ^a
X2pet3	10,6600	1,116	-,338	,442
X2pert4	12,4500	,593	,105	-,105 ^a
X2pert5	12,6100	,604	,157	-,182 ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13,9500	,997	,99874	5

Uji Reliabilitas Variabel Y1 (Minat)

[DataSet1] D:\Tesis Ozy\Data Tesis_9.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,812	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1pert1	6,4000	1,636	-,145	,473
Y1pert2	7,5200	,434	,146	,302
Y1pert3	6,6000	,929	,472	-,419 ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10,2600	1,629	1,27620	3

Lampiran 4 : Distribusi Frekuensi Variabel
Kualitas Pelayanan (X_1),
Religiusitas (X_2), Citra
Lembaga (X_3), dan Minat
Muzakki (Y_1).



Uji Destribusi Frekuensi Variabel X1 (Kualitas Layanan)

[DataSet1] D:\Tesis Ozy\Data Tesis_2.sav

Statistics

		X1pet1	X1pert2	X1pert3	X1pert4	X1pert5
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,2600	3,4600	3,3900	3,2900	3,2800
Std. Error of Mean		,04632	,05009	,05298	,04560	,04731
Median		3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000
Std. Deviation		,46319	,50091	,52982	,45605	,47312
Variance		,215	,251	,281	,208	,224
Range		2,00	1,00	2,00	1,00	2,00
Minimum		2,00	3,00	2,00	3,00	2,00
Maximum		4,00	4,00	4,00	4,00	4,00

Frequency Table

X1pet1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,0	1,0	1,0
3,00	72	72,0	72,0	73,0
4,00	27	27,0	27,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1pert2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	54	54,0	54,0	54,0
4,00	46	46,0	46,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1pert3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	2	2,0	2,0	2,0
3,00	57	57,0	57,0	59,0
4,00	41	41,0	41,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1pert4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	71	71,0	71,0	71,0
4,00	29	29,0	29,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1pert5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,0	1,0	1,0
	3,00	70	70,0	70,0	71,0
	4,00	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Uji Destribusi Frekuensi Variabel X2 (Religiulitas)

[DataSet1] D:\Tesis Ozy\Data Tesis_2.sav

Statistics

		X2pert1	X2pert2	X2pet3	X2pert4	X2pert5
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,9200	3,9000	3,2900	1,5000	1,3400
Std. Error of Mean		,02727	,03015	,04560	,05596	,05168
Median		4,0000	4,0000	3,0000	1,0000	1,0000
Std. Deviation		,27266	,30151	,45605	,55958	,51679
Variance		,074	,091	,208	,313	,267
Minimum		3,00	3,00	3,00	1,00	1,00
Maximum		4,00	4,00	4,00	3,00	3,00

Frequency Table

X2pert1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	8	8,0	8,0	8,0
	4,00	92	92,0	92,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

X2pert2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	10	10,0	10,0	10,0
	4,00	90	90,0	90,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

X2pet3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	71	71,0	71,0	71,0
	4,00	29	29,0	29,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

X2pert4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	53	53,0	53,0	53,0
	2,00	44	44,0	44,0	97,0
	3,00	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2pert5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	68	68,0	68,0	68,0
	2,00	30	30,0	30,0	98,0
	3,00	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Uji Destribusi Frekuensi Variabel X3 (Citra Lembaga)

[DataSet2] D:\Tesis Ozy\Data Tesis_4.sav

Statistics

		X3pert1	X3pert2	X3pert3	X3pert4	X3pert5
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,3900	3,6900	3,5900	3,9200	3,8500
Std. Error of Mean		,04902	,04648	,04943	,03075	,03860
Median		3,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000
Std. Deviation		,49021	,46482	,49431	,30748	,38599
Variance		,240	,216	,244	,095	,149
Range		1,00	1,00	1,00	2,00	2,00
Minimum		3,00	3,00	3,00	2,00	2,00
Maximum		4,00	4,00	4,00	4,00	4,00

Frequency Table

X3pert1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	61	61,0	61,0	61,0
4,00	39	39,0	39,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X3pert2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	31	31,0	31,0	31,0
4,00	69	69,0	69,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X3pert3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	41	41,0	41,0	41,0
4,00	59	59,0	59,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X3pert4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,0	1,0	1,0
3,00	6	6,0	6,0	7,0
4,00	93	93,0	93,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X3pert5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,0	1,0	1,0
	3,00	13	13,0	13,0	14,0
	4,00	86	86,0	86,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Uji Destribusi Frekuensi Variabel Y1 (Minat Zakat)

[DataSet1] D:\Tesis Ozy\Data Tesis_9.sav

Statistics

		Y1pert1	Y1pert2	Y1pert3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		3,8600	2,7400	3,6600
Std. Error of Mean		,03487	,10012	,04969
Median		4,0000	3,0000	4,0000
Std. Deviation		,34874	1,00121	,49686
Variance		,122	1,002	,247
Range		1,00	3,00	2,00
Minimum		3,00	1,00	2,00
Maximum		4,00	4,00	4,00

Frequency Table

Y1pert1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	14	14,0	14,0	14,0
4,00	86	86,0	86,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y1pert2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	10	10,0	10,0	10,0
2,00	36	36,0	36,0	46,0
3,00	24	24,0	24,0	70,0
4,00	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y1pert3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,0	1,0	1,0
3,00	32	32,0	32,0	33,0
4,00	67	67,0	67,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 5 : Analisis Regresi Linear



Analisis Regresi Linear Berganda

[DataSet1] D:\Tesis Ozy\Data Tesis_9.sav

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Zscore: X3 Rata-rata, Zscore: X2 Rata-rata, Zscore: X1 Rata-rata ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Zscore: Y1Rata-rata

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,647 ^a	,419	,401	,77411911

a. Predictors: (Constant), Zscore: X3Rata-rata, Zscore: X2Rata-rata, Zscore: X1Rata-rata

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41,471	3	13,824	23,068	,000 ^a
	Residual	57,529	96	,599		
	Total	99,000	99			

a. Predictors: (Constant), Zscore: X3Rata-rata, Zscore: X2Rata-rata, Zscore: X1Rata-rata

b. Dependent Variable: Zscore: Y1Rata-rata

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,02E-016	,077		,000	1,000
	Zscore: X1Rata-rata	,517	,093	,517	5,561	,000
	Zscore: X2Rata-rata	,148	,087	,148	1,704	,042
	Zscore: X3Rata-rata	,194	,097	,194	1,987	,040

a. Dependent Variable: Zscore: Y1Rata-rata

Lampiran 6 : Uji Normalitas, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas

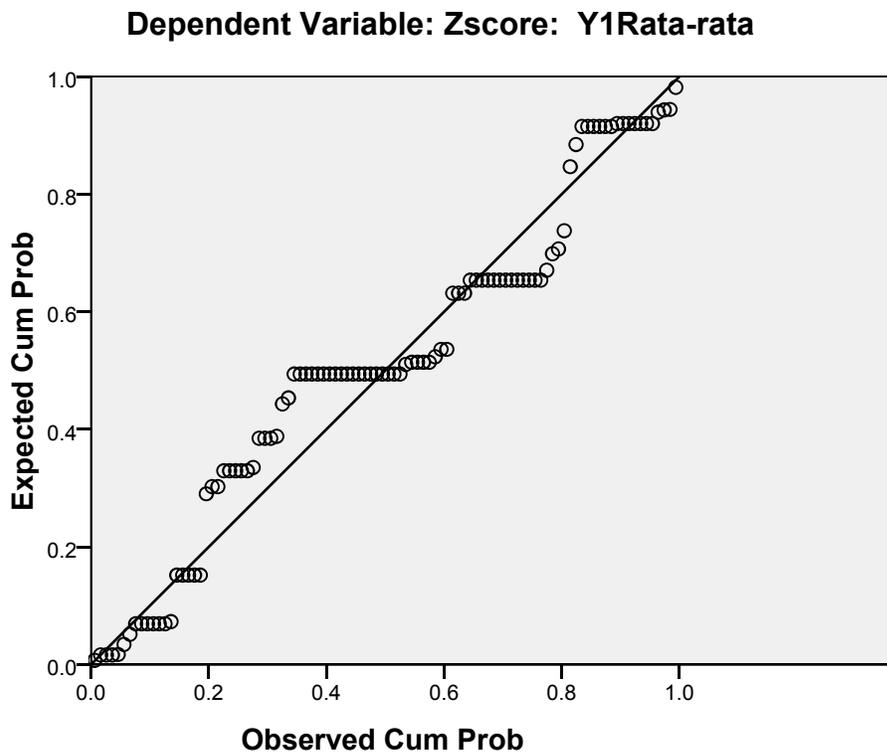


Uji Normalitas

[DataSet1] D:\Azy\Google Drive\Thesis\Tesis Final\Tesis Azy Baru\Data Azy Tes
is.sav

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Heteroskedastisitas

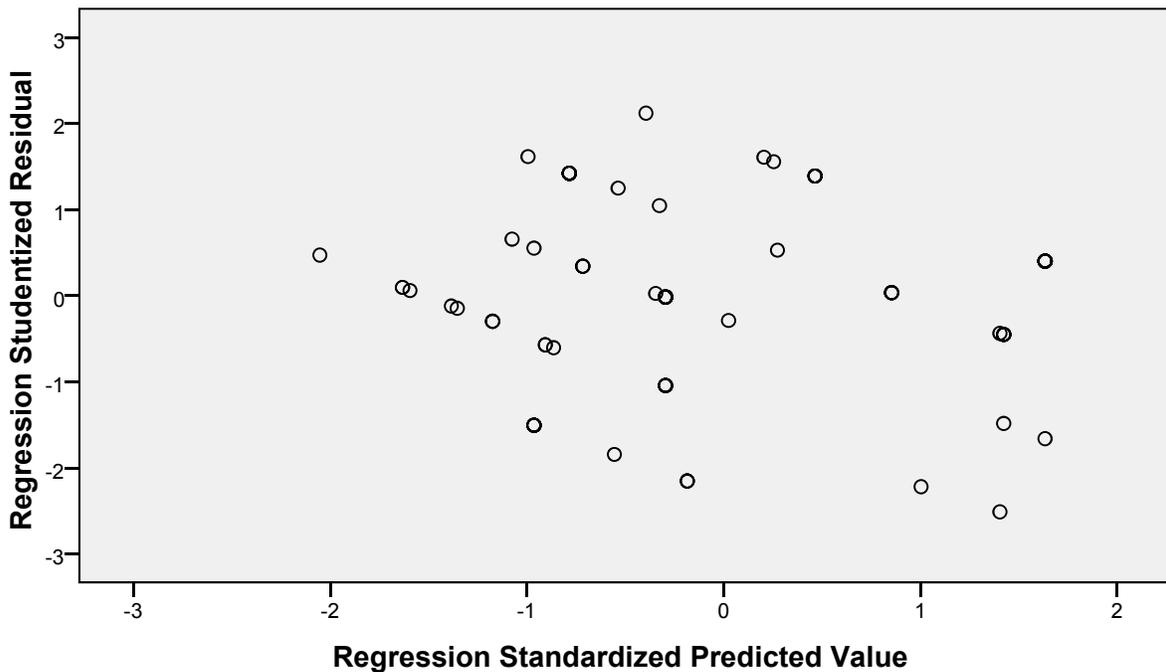
[DataSet1] D:\Azy\Google Drive\Thesis\Tesis Final\Tesis Azy Baru\Data Azy Tes
is.sav

Charts



Scatterplot

Dependent Variable: Zscore: Y1Rata-rata



Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 ^a	.419	.401	.77411911

a. Predictors: (Constant), Zscore: X3Rata-rata, Zscore: X2Rata-rata, Zscore: X1Rata-rata

b. Dependent Variable: Zscore: Y1Rata-rata

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-1.3294839	1.0573806	.0000000	.64722408	100
Std. Predicted Value	-2.054	1.634	.000	1.000	100
Residual	-1.89629507	1.61944747	.00000000	.76229981	100
Std. Residual	-2.450	2.092	.000	.985	100

a. Dependent Variable: Zscore: Y1Rata-rata



Uji Multikolinearitas

[DataSet1] D:\Azy\Google Drive\Thesis\Tesis Final\Tesis Azy Baru\Data Azy Tes is.sav

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Zscore: X3Rata-rata, Zscore: X2Rata-rata, Zscore: X1Rata-rata ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 ^a	.419	.401	.77411911

a. Predictors: (Constant), Zscore: X3Rata-rata, Zscore: X2Rata-rata, Zscore: X1Rata-rata

b. Dependent Variable: Zscore: Y1Rata-rata

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.886E-16	.077		.000	1.000
	Zscore: X1Rata-rata	.517	.093	.517	5.561	.000
	Zscore: X2Rata-rata	.148	.087	.148	1.704	.092
	Zscore: X3Rata-rata	.194	.097	.194	1.987	.050

a. Dependent Variable: Zscore: Y1Rata-rata

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Zscore: X1Rata-rata	.700	1.429
	Zscore: X2Rata-rata	.800	1.250
	Zscore: X3Rata-rata	.638	1.568

a. Dependent Variable: Zscore: Y1Rata-rata

Coefficient Correlations^a

Model			Zscore: X3Rata-rata	Zscore: X2Rata-rata	Zscore: X1Rata-rata
1	Correlations	Zscore: X3Rata-rata	1.000	-.432	-.537
		Zscore: X2Rata-rata	-.432	1.000	.328
		Zscore: X1Rata-rata	-.537	.328	1.000
1	Covariances	Zscore: X3Rata-rata	.009	-.004	-.005
		Zscore: X2Rata-rata	-.004	.008	.003
		Zscore: X1Rata-rata	-.005	.003	.009

a. Dependent Variable: Zscore: Y1Rata-rata

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension		
		Eigenvalue	Condition Index
1	1	1.511	1.000
	2	1.117	1.163
	3	1.000	1.229
	4	.372	2.016

a. Dependent Variable: Zscore: Y1Rata-rata

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Variance Proportions			
		(Constant)	Zscore: X1Rata-rata	Zscore: X2Rata-rata	Zscore: X3Rata-rata
1	1	.00	.16	.05	.23
	2	.00	.19	.49	.00
	3	1.00	.00	.00	.00
	4	.00	.65	.45	.76

a. Dependent Variable: Zscore: Y1Rata-rata

IAIN JEMBER

CURRICULUM VITAE



Nama : Azy Athoillah Yazid
Tempat, Tgl Lahir : Banyuwangi, 08 Pebruari 1992
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Belum Kawin
Alamat Sekarang : Dusun Sumbergroto RT/RW
005/001 Desa Rejoagung Kecamatan Srono Kabupaten
Banyuwangi
Telephone : 0856-5589-2545 / 0812-6154-2717
Email : ninjamodern@gmail.com / azyathoillah@gmail.com

PENDIDIKAN

FORMAL :

- 1997 – 2003 **MI Al-Ma'arif**, Rejoagung Srono Banyuwangi
- 2003 – 2006 **MTsN Srono**, Jl. Raya Srono No 171 Srono Banyuwangi
- 2006 – 2009 **SMKN Darul Ulum**, Wringinputih Muncar Banyuwangi
- 2010 – 2014 **STAI Darul Ulum**, Wringinputih Muncar Banyuwangi

NON-FORMAL :

- 2001 – 2003 **TPQ Al-Falah**, Rejoagung Srono Banyuwangi
- 2006 – 2011 **Madrasah Diniyah**, PP. Manbaul Ulum

PENGALAMAN ORGANISASI

- Sekretaris Osis MTsN Srono Periode 2003/2004 dan 2004/2005
- Pembina Pramuka MTsN Srono 2004/2005 dan 2005/2006
- Tutor Qiroati MTsN Srono 2005/2006
- Sekretaris OSIS SMKN Darul Ulum 2006/2007 dan 2007/2008
- Sekretaris dan Bendahara PP. Aulad Manbul Ulum 2010/2011
- Sekretaris BEM STAI Darul Ulum 2011/2013
- Sekretaris Alumni PP. Manbaul Ulum 2013-2016

PENGALAMAN KERJA

- 2009 – 2013 **Iseven Computer**, Purwoharjo Banyuwangi
Sebagai Operator Warnet dan Teknisi
- 2014 – 2016 **SMK Asy Syafaah**, Plampangrejo Cluring
Sebagai Guru TKJ dan Kepala Lab
- 2015 – 2017 **STAI Darul Ulum**, Wringinputih Muncar Banyuwangi
Sebagai Operator PD Dikti, EMIS, Simkopta
- 2009 – 2017 **Internet Marketer, IT Consultant**
Publisher aktif, Pemrograman Dasar (PHP, MYSQL),

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MUZAKKI DALAM MENUNAIKAN ZAKAT DI NURUL HAYAT CABANG JEMBER

Azy Athoillah Yazid

Prodi Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Jember

Email : azyathoillah@gmail.com

The quality of LAZ Services is important in raising the interest of muzakki in paying zakat in LAZ. LAZ is required to always improve the quality of service especially to muzakki to have consistency in the zakat. In addition to service quality, religiosity and agency image also have an important influence in increasing interest in muzakki.

This research aims to empirically test the variables in the research that have been formulated in the problem formulation, that is whether there is influence between service quality (X1), religiosity (X2), and institutional image (X3) to interest muzakki (Y1). Sampling in this study used Ferdinand's theory of 100 muzakki people from unknown population. The analysis was performed using Multiple Regression Analysis. Hypothesis testing is done with the help of Statistical Package for the Sciences (SPSS) software version 14.00

The results of the analysis show that the influence of Quality of Service on the interest of muzakki is positively significant, with the Coefficient of Standardize Lines direct influence of 0,517. The influence of Religiosity on the interest of muzakki is positively significant, with the Standardized Line Coefficient having a direct effect of 0.148. The Influence of Institutional Image on the interest of muzakki is positively significant, with the Standardized Line Coefficient of direct influence of 0.194

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Religiusitas, Citra Lembaga, Minat Muzakki Menunaikan Zakat

Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) merupakan ibadah yang tidak hanya berhubungan dengan nilai ketuhanan saja, namun berkaitan juga dengan hubungan kemanusiaan yang bernilai sosial (*Maliyah Ijtima'iyah*). ZIS memiliki manfaat yang sangat penting dan strategis dilihat dari sudut pandang ajaran islam maupun dari aspek pembangunan kesejahteraan umat. Penelitian Beik (2009:9) mengemukakan bahwa zakat mempunyai potensi yang bagus dalam pengentasan kemiskinan dan kesenjangan ekonomi hal ini dapat dilihat dari prosentase angka kemiskinan yang turun drastis dari angka 84 persen ke angka 74 persen

Didin Hafidhuddin dalam bukunya *zakat dalam perekonomian modern* sebagaimana dikutip oleh Beik (2009:3) mengemukakan bahwa pengelolaan zakat melalui Badan Amil Zakat (BAZ) atau Lembaga Amil Zakat (LAZ) mempunyai beberapa keuntungan diantaranya lebih sesuai dengan syariat sebagaimana sejarah nabi, kedisiplinan para *muzakki* lebih terkontrol, menghindari perasaan rendah diri dari *mustahiq*, pengelolaan dan pendayagunaan yang lebih efektif dan efisien serta sebagai bentuk penyesuaian syariat islam dengan lembaga pemerintahan.

Di Indonesia, pengelolaan Lembaga Amil Zakat diatur dalam Undang-Undang (UU) RI Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat yang menggantikan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999. Dalam UU RI Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat pasal 15 ayat (1) dinyatakan bahwa “ Dalam rangka pelaksanaan pengelolaan zakat pada tingkat provinsi dan kabupaten/kota dibentuk BAZNAS provinsi dan BAZNAS kabupaten/kota”

Di sisi lain Indonesia sebagai negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia, mempunyai potensi zakat paling tinggi di dunia. Terdapat 217 triliun rupiah potensi zakat yang ada di Indonesia dan belum semuanya terserap secara optimal hanya sekitar 1,2 % atau dibawah 2 Triliun yang bisa terhimpun (Ahmad Syafiq, 2014:148). Padahal zakat memiliki banyak manfaat. Manfaat zakat sebagai *instrument people to people transfer* seharusnya bisa menjadi jalan keluar terbaik untuk mengurangi ketimpangan dan kesenjangan ekonomi (Beik, 2009:1). Zakat yang merupakan rukun Islam ketiga, di samping mempunyai dimensi vertikal juga mempunyai dimensi horizontal. Zakat adalah sistem keuangan, ekonomi, sosial, politik, moral dan agama sekaligus. (Al-Buhuts, 2015:76).

Menurut M. Abdul Rouf (2011:6) tidak optimalnya potensi zakat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, antara lain: Pertama, ketidaktahuan kewajiban membayar zakat. Ada sebagian masyarakat yang tidak tahu bahwa dia harus membayar zakat, mereka hanya tahu bahwa zakat dilakukan pada bulan Ramadhan. Bahwa sebenarnya ada zakat lainnya yang harus mereka keluarkan. Kedua, ketidakmauan masyarakat menunaikan zakat atau kurangnya kesadaran. Terdapat sebagian masyarakat yang enggan menunaikan zakat karena perilaku kikirnya, sehingga mereka merasa tidak perlu untuk menunaikan zakat. Ketiga, ketidakpercayaan terhadap badan amil zakat/lembaga amil zakat, sehingga masyarakat mengeluarkan zakatnya langsung kepada mustahiq. Selain itu mereka juga beranggapan bahwa memberikan zakatnya secara langsung kepada mustahiq lebih *afdhol* daripada kepada lembaga pengelola zakat.

Menurut Ahmad Rendi (2017) Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat muzakki, dibuktikan dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga Terhadap Minat Masyarakat berinfak di LAZNAS DPU DT Cabang Palembang”. Sedang dalam uji serentak (simultan) Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga mempunyai pengaruh yang signifikan sebesar 51,7 %.

Dengan demikian, Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Citra Lembaga merupakan faktor penting dalam menentukan minat masyarakat untuk menunaikan zakatnya di Badan Amil Zakat/Lembaga Amil Zakat. Pengelolaan dana zakat yang lebih professional akan menjadikan Badan Amil Zakat/Lembaga Amil Zakat sebagai pilihan utama masyarakat dalam berzakat dan mengajak orang lain untuk berzakat

Salah satu LAZ yang akan di bahas disini adalah LAZ Nurul Hayat. Nurul Hayat sendiri berdiri sejak tahun 2001. Berdasarkan laman resmi yang beralamat di www.nurulhayat.org, Nurul Hayat bercita-cita untuk menjadi lembaga yang mandiri dalam artian meski Nurul Hayat adalah lembaga sosial dan dakwah namun untuk operasionalnya menggunakan dana secara mandiri jadi semua dana zakat, infaq, maupun shodaqoh yang masuk ke Nurul Hayat 100% bisa tersalurkan kepada mustahiq.

Status Nurul Hayat Cabang Jember sebagai LAZ telah mendapat respon positif dari masyarakat jember, hal ini terbukti dari penelitian Alfian Izzat El Rahman (2017) yang menyebutkan bahwa, jumlah dana yang berhasil dikumpulkan dari para donatur telah mencapai Rp. 1 Milyar per tahun 2016 ini dan lebih dari 100.000 orang yang menerima manfaat dari Nurul Hayat. Dalam penelitiannya, Alfian juga menyatakan bahwa Nurul Hayat mendapat berbagai macam penghargaan seperti *Pro Poor Awards*, Penghargaan Lembaga Peduli Anak, Panti Asuhan terbaik, dll (Alfian Izzat, 2017:70). Berbagai macam penghargaan tersebut telah mengangkat citra lembaga Nurul Hayat sebagai LAZ yang patut untuk diperhitungkan.

Sementara itu, berdasarkan wawancara dengan Bapak Syamsudin Adlawi selaku pimpinan BAZNAS Banyuwangi, mengatakan, “bahwa penghimpunan zakat di Banyuwangi di tingkat SKPD, telah di dukung oleh himbauan bupati Banyuwangi, agar semua PNS di lingkungan Pemda Banyuwangi menunaikan zakat di BAZNAS. Namun, lagi-lagi menurut

Samsyudin Adlawi, Perolehan zakat di BAZNAS Banyuwangi pada tahun 2016 baru mencapai 1,9 Milyar Rupiah (Wawancara, 2017). Hal ini menjadi alasan peneliti untuk memilih penelitian di Nurul Hayat karena meski dalam pengumpulan Zakat, Nurul Hayat tidak didukung oleh himbuan bupati, namun pada kenyataannya berhasil membukukan perolehan zakat sebesar Rp. 1.081.430.418 (Alfian Izzat, 2017:70).

Berdasarkan data diatas, peneliti tertarik untuk membuat tesis dengan judul, “FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MUZAKKI DALAM MENUNAIKAN ZAKAT DI NURUL HAYAT CABANG JEMBER”.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah faktor-faktor atau variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

Variabel *independent* atau variabel bebas (X)

a. Kualitas Pelayanan (X_1)

Menurut Parasuraman dalam Sangadji dan Sopiah (2013:100) Kualitas Pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Gronroos dan Lovelock dkk. (2010:154) kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Menurut Zeithaml dan Bitner (2002:40) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas Pelayanan di definisi operasional sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yaitu berupa tingkat mutu atau keunggulan seperti yang diharapkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Menurut Eri Sudewo dalam Ziswaf (2014:166) kualitas pelayanan juga bisa berupa pemanfaatan rekening bank, dengan tujuan agar donatur lebih mudah dalam menyalurkan dananya, selain itu juga bisa memanfaatkan layanan donatur atau *customer care* yang fungsinya sebagai berikut : (1) Mendokumentasikan data donatur (2) Mendata keluhan donatur dan dianalisa (3) Memberikan *follow up* terhadap keluhan donatur. Bahkan dengan tegas Edi Sudewo mengatakan, bila hanya mendata keluhan tanpa adanya tindak lanjut (*follow up*) maka ini dinamakan kebohongan publik.

Untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas layanan, maka digunakan alat ukur *Servqual* (*Service Quality*) yang meliputi *Tangibles* (bukti langsung), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (Empati). (Muhammad Thoriq, 2014:6)

b. Religiusitas (X_2)

Religiusitas menurut Glock dan Strak dalam Sari, Yunita dkk (2012:312) adalah tingkat konsepsi seseorang terhadap agama dan tingkat komitmen seseorang terhadap agamanya. Tingkat konseptualisasi adalah tingkat pengetahuan seseorang terhadap agamanya, sedangkan yang dimaksud dengan tingkat komitmen adalah suatu hal yang perlu dipahami secara menyeluruh, sehingga terdapat berbagai cara individu untuk menjadi religius.

Religiusitas didefinisi operasional sebagai pengabdian *Muzakki* terhadap ajaran agama Islam dengan menunaikan kewajiban untuk menyalurkan zakat untuk penghasilan yang telah mencapai *nisab*. Religiusitas *Muzakki* menurut Turner dalam Eko Satrio (2016:5) dapat diukur dengan lima dimensi yaitu: keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama, dan pengamalan.

c. Citra Lembaga (X_3)

Frank Jeffkins dalam bukunya *PR Technique*, menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang/individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya (Firsan Nova, 2009:298). Menurut Hill Canton dan Sukatendel yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto mengatakan bahwa citra adalah pesan, kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan (Soemirat & Ardianto, 2003:111)

Citra lembaga didefinisikan operasional sebagai gambaran *Muzakki* mengenai Nurul Hayat Cabang Jember sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang amanah, transparan, dan profesional. Menurut Shirley Harrison, dalam Lisa Permata (2011:4) Citra lembaga LAZ Nurul Hayat Cabang Jember dapat diukur dengan empat dimensi yaitu: *Personality* yaitu gambaran keseluruhan dari LAZ Nurul Hayat Cabang Jember sebagai LAZ yang dipercaya; *Reputation* yaitu pengalaman LAZ Nurul Hayat Cabang Jember dalam mengelola dana zakat secara optimal dan tepat sasaran; *Value* yaitu nilai-nilai yang dipegang oleh karyawan LAZ Nurul Hayat Cabang Jember seperti bersikap ramah dan sopan dalam melayani *Muzakki*; *Corporate Identity* yaitu atribut dari LAZ Nurul Hayat Cabang Jember yang memudahkan *Muzakki* mengenal lembaga seperti logo LAZ Nurul Hayat Cabang Jember yang berwarna simpel, menarik dan mudah diingat.

Variabel *dependent* atau variabel terikat (Y)

Merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Adapun variabel terikat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat muzakki. Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut Bimo Walgito (1981: 38).

Faktor-faktor yang mendasari minat menurut Crow&Crow yang diterjemahkan oleh Z. Kasijan (1984 : 4) yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor dorongan yang bersifat sosial dan faktor yang berhubungan dengan emosional. Faktor dari dalam dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Timbulnya minat dari diri seseorang juga dapat didorong oleh adanya motivasi sosial yaitu mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat dimana seseorang berada.

Minat didefinisikan operasional sebagai kecenderungan yang menetap pada diri *Muzakki* untuk menyalurkan zakat pada LAZ Nurul Hayat Cabang Jember. Menurut Lucas dan Britt dalam Nur Aini (2015:215) Minat *Muzakki* dapat diukur dengan tiga dimensi yaitu : (1) Ketertarikan (*Interest*) (2) Keinginan (*Desire*) (3) Keyakinan (*Conviction*).

Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesempatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval dalam alat ukur. Alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah Skala Likert dengan menggunakan 4 skala

KAJIAN TEORI

Pengertian Zakat

Kata zakat jika ditinjau dari segi bahasa memiliki beberapa arti diantaranya yaitu: keberkahan, pertumbuhan dan perkembangan, kesucian, dan keberesan. Sedangkan menurut istilah zakat diartikan sebagai suatu bagian dari harta dengan persyaratan tertentu yang diwajibkan bagi pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya, dengan persyaratan tertentu pula (Didin Hafidhuddin, 2002:7)

Zakat merupakan bagian dari Rukun Islam yang ke tiga, dan merupakan kewajiban bagi seluruh umat muslim. Adapun dasar hukum tentang zakat diantaranya adalah:

1) QS. at-Taubah ayat 60:

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ
وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾

Artinya : Sesungguhnya zakat-zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para muallaf yang dibujuk hatinya untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang untuk jalan Allah dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.

2) QS. at-Taubah ayat 103

﴿ خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ
سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴾

Artinya : “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka, dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu menjadi ketentraman jiwa buat mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”.

Zakat merupakan suatu ibadah *maliyah* yang memiliki hikmah dan manfaat yang sangat besar bagi muzakki maupun mustahiq yang menerimanya, diantara hikmah dan manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai bentuk perwujudan keimanan kepada Allah SWT, selain itu juga merupakan perwujudan dari rasa syukur kita kepada Allah SWT, memupuk akhlaq mulia dengan menumbuhkan rasa kemanusiaan yang tinggi, menghilangkan sifat rakus, kikir dan materialistis, membersihkan dan mengembangkan harta yang dimiliki, serta memupuk ketenangan hidup.
- 2) Sebagai bentuk *ta'awuniyah* terhadap mustahiq terutama fakir miskin, untuk membantu dan membina mereka ke arah kehidupan yang lebih sejahtera sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dengan layak, dapat beribadah dengan tenang serta dapat terhindar dari kekufuran dan perasaan iri dan dengki terhadap orang-orang yang memiliki kelebihan harta.
- 3) Sebagai pilar amal bersama dan juga sebagai bentuk jaminan sosial bagi para mustahiq, melalui pengelolaan dan pendayagunaan zakat yang optimal, maka kehidupan para mustahiq dapat diperhatikan dengan baik.
- 4) Sebagai salah satu sumber dana bagi pembangunan sarana dan prasarana yang dibutuhkan umat Islam seperti sumber dana untuk pembangunan masjid, madrasah dll.
- 5) Sebagai bentuk sosialisasi etika bisnis yang benar, bahwa di dalam harta yang kita peroleh dari kegiatan usaha maupun bisnis di dalamnya terkandung hak milik orang lain pula.
- 6) Sebagai instrumen pemerataan pendapatan dalam membangun kesejahteraan.

Pengelolaan zakat menurut Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 adalah sebuah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat (Gustian Juanda, 2006:3)

menurut caranya masing-masing, menurut sebagian filsuf, religion adalah “*Supertitious structure of incoheren metaphysical notion*”. Sebagian ahli sosiolog lebih senang menyebut religion. Dengan demikian, hakikat beragama atau religiusitas merupakan hal terpenting dalam kehidupan manusia, karena manusia dalam berbagai aspek kehidupan yang mereka perankan akan dipertanggungjawabkan setelah meninggal dunia. Dari sini kita dapat memahami, bahwa aktivitas beragama yang erat berkaitan dengan religiusitas, bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan ritual (ibadah) saja, melainkan juga pada aktivitas-aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan batin (Jamaludin Ancok dan Fuad Anshari Suroso, 2001:76)

Menurut Robert Nuttin dorongan beragama merupakan salah satu dorongan yang bekerja dalam diri manusia sebagaimana dorongan-dorongan yang lainnya seperti makan, minum, intelek, dan sebagainya (Djalaludin, 1995:89). Menurut Crow and Crow penyebab minat dapat berasal dari dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan untuk makan, ingin tahu, dan seks (Abdur Rahman Saleh, 2004:264). Dorongan untuk beragamapun menuntut untuk dipenuhi sehingga seseorang mendapatkan kepuasan dan ketenangan. Dorongan beragama juga merupakan kebutuhan insaniah yang timbulnya dari gabungan faktor penyebab yang bersumber dari rasa keagamaan

Citra Lembaga

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian citra adalah: (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (2) gambaran yang dimiliki produk; (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi (Soleh Soemirat, 2012:144). Menurut Hill Canton dan Sukatendel yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto mengatakan bahwa citra adalah pesan, kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan (Soemirat & Ardianto, 2003:111)

Frank Jeffkins dalam bukunya *PR Technique*, menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang/individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Menurut Kotler dalam Firsan Nova, pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realita (yang terlihat) dari perusahaan itu (Firsan Nova, 2009:298).

Jadi citra lembaga adalah kesan atau persepsi seseorang terhadap lembaga atau produknya yang dipengaruhi oleh faktor di luar kontrol lembaga.

Menurut Shirley Harrison dalam Lisa Permata (2011:4) informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen sebagai berikut: (1) *Personality*, (2) *Reputation*, (3) *Value*, (4) *Corporate Identity*.

Minat

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut Bimo Walgito (1981: 38).

W. S Winkel (1983 : 38) mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu, sedangkan menurut Witherington (1985 : 38) minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi tertentu yang mengandung sangkut paut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar.

Faktor-faktor yang mendasari minat menurut Crow&Crow yang diterjemahkan oleh Z. Kasijan (1984 : 4) yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor dorongan yang bersifat sosial dan faktor yang berhubungan dengan emosional. Faktor dari dalam dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Timbulnya minat dari diri seseorang juga

dapat didorong oleh adanya motivasi sosial yaitu mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat dimana seseorang berada. Sedangkan faktor emosional memperlihatkan ukuran intensitas seseorang dalam menanam perhatian terhadap suatu kegiatan atau obyek tertentu

Oleh karena itu minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang yang menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat pada suatu yang diminatinya. Seseorang yang berminat pada suatu obyek maka akan cenderung merasa senang bila berkecimpung di dalam obyek tersebut sehingga cenderung akan memperhatikan perhatian yang besar terhadap obyek. Perhatian yang diberikan tersebut dapat diwujudkan dengan rasa ingin tahu dan mempelajari obyek tersebut.

Hipotesis

1. Hipotesis Mayor

Adalah hipotesis mengenai kaitan seluruh variabel dan seluruh subjek penelitian (Tukiran Taniredja, 2012:26). Adapun hipotesis mayor dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh dan signifikan kualitas pelayanan, religiusitas, dan citra lembaga secara simultan terhadap minat *Muzakki* untuk menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember (H1)

2. Hipotesis Minor

Adalah hipotesis mengenai kaitan sebagian dari variabel, atau dengan kata lain pecahan dari hipotesis mayor (Tukiran Taniredja, 2012:26). Adapun hipotesis minor dalam penelitian ini adalah:

- a. Hipotesis minor pertama : terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap minat muzakki menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember (H2)
- b. Hipotesis minor kedua : terdapat pengaruh signifikan Religiusitas terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember (H3)
- c. Hipotesis minor ketiga : terdapat pengaruh signifikan Citra Lembaga terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember (H4)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat Explanatori. Menurut Sugiyono (2012:21) penelitian eksplanatori merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan yang lain. Sedangkan karakteristik penelitian ini bersifat replikasi, sehingga hasil uji hipotesis harus didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya, yang diulang dengan kondisi lain yang kurang lebih sama.

Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari para responden. Data yang diambil adalah dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Maka sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Sedangkan untuk pengambilan sampel, karena jumlah populasi tidak diketahui, maka peneliti menggunakan pendapat dari Ferdinand sebagaimana di kutip dalam F. Lesmana (2017:28) bahwa jumlah sampel yang representatif untuk bisa mendapatkan *goodness of fit* yang baik adalah jumlah indikator dikalikan 5-10. Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 18 indikator maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 18 \times 5 \\ &= 90 \text{ responden} \end{aligned}$$

Sampel yang diambil adalah sebagian dari jumlah muzakki yang ada di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember dan jumlah sampel di bulatkan menjadi 100. Teknik pengambilan

sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* yaitu dengan pendekatan *accidental sampling* yaitu peneliti memilih responden dengan cara mendatangi responden ketika berkunjung ke kantor LAZ Nurul Hayat Cabang Jember atau ke acara rutin yang diadakan oleh LAZ Nurul Hayat Cabang Jember di Masjid Nur Inka Patrang Jember lalu memilih calon responden yang secara kebetulan ditemui

PAPARAN DATA

a. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Untuk pengukuran kualitas layanan, maka digunakan alat ukur *Servqual (Service Quality)* yang meliputi *Tangibles* (bukti langsung), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (Empati)

Tabel 4.5.
Jawaban Responden Tentang Variabel Kualitas Layanan

No	Variabel X1	Nilai Jawaban							
		1		2		3		4	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Butir 1	-	-	1	1	72	72	27	27
2	Butir 2	-	-	-	-	54	54	46	46
3	Butir 3	-	-	2	2	57	57	41	41
4	Butir 4	-	-	-	-	71	71	29	29
5	Butir 5	-	-	1	1	70	70	29	29

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X1 pertanyaan (butir) 1 tentang pelayanan di Nurul Hayat yang cepat dan akurat. Dari 100 responden terdapat 1 responden (1 %) yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 72 responden (72 %) yang menyatakan setuju dan 27 responden (27 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa setiap pelayanan yang ada di Nurul Hayat cepat dan akurat adalah setuju.

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X1 pertanyaan (butir) 2 tentang kondisi kantor di Nurul Hayat cabang Jember yang ditata dengan bersih dan rapi. Dari 100 responden terdapat 54 responden (54 %) yang menyatakan setuju dan 46 responden (46 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa penataan kantor di Nurul Hayat bersih dan rapi adalah setuju.

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X1 pertanyaan (butir) 3 tentang kantor Nurul Hayat yang terasa nyaman. Dari 100 responden terdapat 2 responden (2 %) yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 57 responden (57 %) yang menyatakan setuju dan 41 responden (41 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa kantor Nurul Hayat terasa nyaman adalah setuju.

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X1 pertanyaan (butir) 4 tentang informasi yang diberikan kepada muzakki sangat jelas, tepat dan dapat dipercaya. Dari 100 responden terdapat 71 responden (71 %) yang menyatakan setuju dan 29 responden (27 %) menyatakan sangat setuju. Dengan

demikian secara keseluruhan dapat dikatakan informasi yang diberikan kepada muzakki sangat jelas, tepat dan dapat dipercaya adalah setuju.

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X1 pertanyaan (butir) 5 tentang karyawan Nurul Hayat yang ramah dan selalu siap membantu. Dari 100 responden terdapat 1 responden (1 %) yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 70 responden (70 %) yang menyatakan setuju dan 29 responden (29 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa karyawan Nurul Hayat yang ramah dan selalu siap membantu adalah setuju.

b. Religiusitas

Religiusitas adalah pengabdian *Muzakki* terhadap ajaran agama Islam dengan menunaikan kewajiban untuk menyalurkan zakat untuk penghasilan yang telah mencapai *nisab*

Tabel 4.6.
Jawaban Responden Tentang Variabel Religiusitas

No	Variabel X1	Nilai Jawaban							
		1		2		3		4	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Butir 6	-	-	-	-	8	8	92	92
2	Butir 7	-	-	-	-	10	10	90	90
3	Butir 8	-	-	-	-	71	71	29	29
4	Butir 9	53	53	44	44	3	3-		-
5	Butir 10	68	68	30	30	2	2	-	-

Sumber : Lampiran 4

1) Keyakinan

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X2 pertanyaan (butir) 6 tentang keyakinan bahwa menunaikan zakat adalah kewajiban bagi orang islam. Dari 100 responden terdapat 8 responden (8 %) yang menyatakan setuju dan 92 responden (92 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa menunaikan zakat adalah kewajiban bagi orang islam adalah setuju.

2) Praktik Agama

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X2 pertanyaan (butir) 7 tentang keyakinan bahwa dengan menunaikan zakat akan membersihkan harta saya. Dari 100 responden terdapat 10 responden (10 %) yang menyatakan setuju dan 90 responden (90 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa menunaikan zakat dapat membersihkan harta adalah setuju.

3) Pengalaman

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X2 pertanyaan (butir) 8 tentang keyakinan bahwa telah melakukan zakat mal dengan benar. Dari 100 responden terdapat 71 responden (71 %) yang menyatakan setuju dan 29 responden (29 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa setiap muzakki melakukan zakat maal dengan benar adalah setuju.

4) Pengetahuan Agama

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X2 pertanyaan (butir) 9 tentang adanya perasaan terpaksa dalam menunaikan zakat. Dari 100 responden terdapat 53 responden (53 %) yang menyatakan sangat tidak setuju, 44 responden (44 %) menyatakan tidak setuju, dan 3 respondenn (3 %) menyatakan setuju.

Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa muzakki menunaikan zakat bukan karena perasaan terpaksa.

5) Pengamalan

. Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X2 pertanyaan (butir) 10 tentang adanya perasaan tidak berdosa ketika tidak menunaikan zakat. Dari 100 responden terdapat 68 responden (68 %) yang menyatakan sangat tidak setuju, 30 responden (30 %) menyatakan tidak setuju dan 2 responden (2 %) menyatakan setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tidak merasa berdosa ketika tidak menunaikan zakat adalah Sangat tidak setuju..

c. Citra Lembaga

Citra lembaga merupakan gambaran muzakki mengenai nurul hayat jember sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) sebagai lembaga yang amanah, transparan dan professional. Pengukurannya menggunakan empat dimensi yaitu *personality*, *reputation*, *value*, serta *corporate identity*.

Tabel 4.7.

Jawaban Responden Tentang *Personality* Nurul Hayat

No	Variabel X3	Nilai Jawaban							
		1		2		3		4	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Butir 11	-	-	-	-	61	61	39	39

Lanjutan Tabel 4.7

No	Variabel X3	1		2		3		4	
2	Butir 12	-	-	-	-	31	31	69	69
3	Butir 13	-	-	-	-	41	41	59	59
4	Butir 14	-	-	1	1	6	6	93	93
5	Butir 14	-	-	1	1	13	13	86	86

Sumber : Lampiran 4

1) *Personality*

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X3 pertanyaan (butir) 11 tentang gambaran keseluruhan LAZ Nurul Hayat sebagai lembaga yang dapat dipercaya. Dari 100 responden terdapat 61 responden (61 %) yang menyatakan setuju dan 39 responden (39 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa LAZ Nurul Hayat merupakan LAZ yang dapat dipercaya adalah setuju.

2) *Reputation*

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X3 pertanyaan (butir) 11 tentang pengalaman Nurul Hayat dalam mengelola Zakat secara optimal dan tepat sasaran. Dari 100 responden terdapat 31 responden (31 %) yang menyatakan setuju dan 69 responden (69 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa pengelolaan dana zakat di Nurul Hayat optimal dan tepat sasaran adalah sangat setuju.

3) *Value*

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X3 pertanyaan (butir) 13 tentang value Nurul Hayat berupa sikap karyawan yang ramah dan sopan. Dari 100 responden terdapat 41 responden (41 %) yang menyatakan setuju dan 59 responden (92 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa sikap karyawan Nurul Hayat yang ramah dan sopan dalam melayani muzakki adalah sangat setuju.

4) *Corporate identity*

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel X3 pertanyaan (butir) 14 tentang logo Nurul Hayat yang mudah diingat dan mudah dikenali. Dari 100 responden terdapat 1 responden (1 %) yang menyatakan tidak setuju, 6 responden (6 %) menyatakan setuju dan 93 responden (93 %) menyatakan sangat setuju. Sedangkan pertanyaan (butir) 14 tentang Warna *Branding* Nurul Hayat yang mudah diingat dan mudah dikenali. Dari 100 responden terdapat 1 responden (1 %) yang menyatakan tidak setuju, 13 responden (13 %) menyatakan setuju dan 86 responden (86 %) menyatakan sangat setuju

Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa identitas Nurul Hayat berupa logo atau warna *branding* yang mudah diingat dan mudah dikenali adalah sangat setuju.

d. Minat

Minat merupakan kecenderungan yang menetap pada diri muzakki untuk menyalurkan zakat pada LAZ Nurul Hayat cabang Jember. Pengukurannya menggunakan tiga dimensi yaitu, ketertarikan, keinginan, dan keyakinan.

Tabel 4.8.

Jawaban Responden Tentang Variabel Minat Muzakki

No	Variabel Y	Nilai Jawaban							
		1		2		3		4	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Butir 15	-	-	-	-	14	14	86	86
2	Butir 16	10	10	36	36	24	24	30	30
3	Butir 17	-	-	1	1	32	32	67	67

Sumber : Lampiran 4

1) Ketertarikan

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Y pertanyaan (butir) 15 tentang ketertarikan untuk menyalurkan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. Dari 100 responden terdapat 14 responden (14 %) menyatakan setuju dan 86 responden (86 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa minat untuk menyalurkan zakat dipengaruhi oleh ketertarikan adalah sangat setuju.

2) Keinginan

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Y pertanyaan (butir) 16 tentang keinginan diri sendiri untuk menyalurkan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. Dari 100 responden terdapat 10 responden (10 %) menyatakan sangat tidak setuju, 36 responden (36 %) menyatakan tidak setuju, 24 responden (24 %) menyatakan setuju, dan sisanya sebanyak 30 responden (30 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa minat untuk menyalurkan zakat dipengaruhi oleh keinginan sendiri adalah tidak setuju

Berdasarkan data empirik yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Y pertanyaan (butir) 17 tentang keyakinan untuk menyalurkan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. Dari 100 responden terdapat 1 responden (1 %) menyatakan tidak setuju, 32 responden (32 %) menyatakan setuju dan 67 responden (67 %) menyatakan sangat setuju. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa minat untuk menyalurkan zakat dipengaruhi oleh keyakinan adalah sangat setuju

PEMBAHASAN

Analisis Hasil Regresi

Analisis varian hasil regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar garis regresi penafsiran variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Layanan (X_1), Religiusitas (X_2),

dan Citra Lembaga (X_3), terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.

Berdasarkan analisis garis regresi linear berganda diperoleh hasil seperti pada tabel berikut :

Tabel 4.16.

Pengaruh Variabel Bebas (X) terhadap Variabel Terikat (Y)

Variabel	R	R _{Square}	Adjust R _{Square}	%
X_1, X_2, X_3, Y_1	0,647	0,419	0,401	40,1

Sumber : Lampira 5

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang berfungsi untuk mengukur besarnya proporsi sumbangan variabel bebas (X) terhadap naik turunnya variabel terikat diperoleh nilai sebesar 0,401. Adapun besarnya proporsi sumbangan variabel 3 variabel bebas secara simultan adalah

$$\text{Adjust R Square} \times 100 \% = 0,401 \times 100 \% = 40,1 \%$$

Angka tersebut diatas menunjukkan bahwa variabel bebas yang meliputi kualitas layanan (X_1), religiusitas (X_2), dan citra lembaga (X_3) bersama-sama (serentak) menjelaskan (mempengaruhi) perubahan variabel terikat yaitu minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1) sebesar 40,1 %. Nilai tersebut juga menunjukkan bahwa diantara variabel bebas (X_1 sampai dengan X_3) memiliki hubungan atau kondisi, namun ada pengaruh variabel lain terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1) diluar model ini atau dengan kata lain variabel yang tidak diteliti sebesar 59,9 % yang berasal dari $100 \% - 40,1 \% = 59,9 \%$ yang ditunjukkan oleh variabel pengganggu (e) yang terdapat pada persamaan garis linear berganda diatas

Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini ada dua yang akan diuji dengan menggunakan uji regresi linear berganda secara serentak (simultan) dan uji regresi linear berganda parsial. Berikut disajikan hasil hipotesis dengan perincian sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Pertama (Uji Hipotesis Serentak)

Hipotesis pertama menyatakan secara serentak ada pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan (X_1), religiusitas (X_2), dan citra lembaga (X_3), terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1). Untuk menguji hipotesis pertama ini digunakan uji regresi berganda melalui uji F dimana uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Hasil perhitungan komputer menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 23,068 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dimana tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0,05; sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hal ini sesuai dengan hipotesis pertama yang diajukan, sehingga **hipotesis pertama diterima**.

2. Uji Hipotesis Kedua (Uji Hipotesis Parsial)

Hipotesis kedua menyatakan variabel kualitas layanan (X_1), religiusitas (X_2), dan citra lembaga (X_3), terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1). Untuk membuktikan kebenarannya perlu diuji dengan menggunakan uji regresi parsial melalui uji t, dimana uji t ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat sekaligus dapat diketahui pula variabel bebas yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikat. Hasil rekapitulasi pengujian hipotesis kedua ini tersaji dalam tabel berikut,

Tabel 4.17.

Rekapitulasi Pengaruh Variabel Bebas (X)
Terhadap Variabel Terikat (Y)

Variabel Penelitian	Label	Koefisien Regresi	Signifikansi
X ₁	Kualitas Layanan	0,517	0,000
X ₂	Religiusitas	0,148	0,042
X ₃	Citra Lembaga	0,194	0,40

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan tabel diatas dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas yaitu kualitas layanan (X₁), religiusitas (X₂), dan citra lembaga (X₃), secara parsial mempunyai pengaruh terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y₁)

1. Pengaruh Serentak (Simultan)

Berdasarkan hasil analisis regresi dapat dibuktikan bahwa variabel kualitas layanan (X₁), religiusitas (X₂), dan Citra Lembaga (X₃), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y₁). Hal ini dapat dilihat dari hasil Adjust R_{Square} Sebesar 0,401. Data yang digunakan adalah Adjust R_{Square} bukan R_{Square} dikarenakan variabel bebas dalam penelitian ini berjumlah lebih dari dua variabel. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, religiusitas, maupun citra lembaga, akan meningkatkan minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.

Hasil Uji Serentak ini sejalan dengan penelitian dari Ahmad Rendi (2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat muzakki.

2. Pengaruh Kualitas Layanan (X₁) terhadap Minat Muzakki (Y₁)

Dari analisis regresi diperoleh hasil bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember dengan koefisiensi regresi sebesar 0,517. Hal ini berarti bahwa setiap usaha Pimpinan Nurul Hayat dalam meningkatkan kualitas layanan yang terdiri dari *tangibles* (bukti nyata), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati), dapat meningkatkan minat muzakki untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. Hal ini sesuai dengan pendapat responden yang menyatakan bahwa kelima pertanyaan/item yang termasuk dalam variabel kualitas layanan mempunyai nilai yang tinggi. Ini di duga terjadi karena sebagian besar responden dalam memberikan jawaban pada angket kualitas layanan pengukurannya dari sikap santri khidmat (sebutan karyawan di Nurul Hayat) yang sering mengunjungi para muzakki.

Berdasarkan uji pengaruh secara parsial ternyata variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh positif sebesar 51,7% dan signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05). Berdasarkan penjelasan tersebut diatas, maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh LAZ Nurul Hayat Cabang Jember akan semakin meningkatkan minat Muzakki dalam menunaikan zakat.

Hal ini sesuai dengan dasar teoritik menurut BAZNAS dan FEM IPB (2011) bahwa kualitas pelayanan yang baik seperti transparansi, akses, kemudahan, dan kepuasan merupakan faktor yang mempengaruhi minat muzakki untuk menyalurkan zakatnya di LAZ informal maupun formal.

Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian dari Ahmad Rendi (2017:87) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat.

3. Pengaruh Religiusitas (X₂) terhadap Minat Muzakki (Y₁)

Dari analisis regresi diperoleh hasil bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember dengan koefisiensi regresi sebesar 0,148. Hal ini berarti bahwa setiap usaha Pimpinan Nurul Hayat dalam meningkatkan religiusitas yang terdiri dari keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama, dan pengamalan, dapat meningkatkan minat muzakki untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.

Apabila dilihat dari gambaran indikator-indikator masing-masing variabel, menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung memberi nilai rendah terhadap indikator-indikator dari variabel religiusitas. Ini berarti tingkat religiusitas muzakki dapat dikategorikan rendah jumlahnya. Sedangkan sebagian besar responden cenderung memberikan jawaban dengan nilai tinggi terhadap indikator-indikator dari variabel minat muzakki yang artinya muzakki mempunyai minat yang tinggi untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.

Berdasarkan uji pengaruh secara parsial ternyata variabel religiusitas mempunyai pengaruh positif sebesar 14,8 % dan signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (tingkat signifikansi sebesar $0,042 < 0,05$). Berdasarkan penjelasan tersebut diatas, maka dapat dikatakan bahwa variabel religiusitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.

Hal ini sesuai dengan dasar teoritik dari Abdur Rahman Saleh (2004:264) bahwa penyebab minat salah satunya adalah berasal dari dorongan dari dalam individu, sedangkan religiusitas merupakan salah satu kebutuhan insaniyah yang harus diberikan kepuasan dan ketenangan. Sehingga ketika religiusitas terpenuhi dengan baik, akan menciptakan minat yang tinggi.

Hasil analisa berikut sejalan dengan penelitian dari M Abdul Rouf (2011:103) yang mengatakan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dengan t hitung sebesar 3,945 dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

4. Pengaruh Citra Lembaga (X_3) terhadap Minat Muzakki (Y_1)

Dari analisis regresi diperoleh hasil bahwa variabel citra lembaga berpengaruh positif terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember dengan koefisiensi regresi sebesar 0,194. Hal ini berarti bahwa setiap usaha Pimpinan Nurul Hayat dalam meningkatkan citra lembaga yang terdiri dari personality, reputation, value, corporate identity, dapat meningkatkan minat muzakki untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. Hal ini sesuai dengan pendapat responden yang menyatakan bahwa kelima pertanyaan/item yang termasuk dalam variabel kualitas mempunyai nilai yang tinggi.

Berdasarkan uji pengaruh secara parsial ternyata variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh positif sebesar 19,4 % dan signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (tingkat signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$). Berdasarkan penjelasan tersebut diatas, maka dapat dikatakan bahwa variabel citra lembaga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.

Hasil analisa ini sesuai dengan teori dari Soleh Soemirat (2012:114) yang mengatakan bahwa citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Sehingga ketika dalam faktanya kesan yang didapatkan seseorang terhadap suatu LAZ yang informal maupun formal adalah transparan, amanah, dan professional akan meningkatkan minat dalam menyalurkan zakat.

Hal ini berkebalikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanifah Nur Aini yang mengatakan kalau Citra lembaga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab terdahulu, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dari penelitian ini adalah:

1. Dari ketiga variabel bebas ternyata secara bersama-sama (serentak) mempunyai pengaruh sebesar 40,1 % terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. Temuan ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember perlu memperhatikan variabel kualitas layanan, religiusitas, dan citra lembaga.
2. Adapun variabel Kualitas Layanan (X_1), mempunyai pengaruh sebesar 51,7 % terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1)
3. Adapun variabel Religiusitas (X_2), mempunyai pengaruh sebesar 14,8 % terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1)
4. Adapun variabel Citra Lembaga (X_3), mempunyai pengaruh sebesar 19,4 % terhadap minat muzakki dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember (Y_1)

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Hamid. 2008. *Potensi dan Ironi Zakat*. Jakarta:PIRAC
- Ancok, Djamaludin dan Suroso, Fuat Nashori. 1994 *Psikologi Islam Solusi Antara Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- Ancok, Djamaludin dan Suroso, Fuat Nashori. 2005 *Psikologi Islam Solusi Antara Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: RinekaCipta,
- Arikunto Suharsimi, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi revisi VI.Jakarta: Rineka Cipta.
- Aritonang R Lerbin R, *Kepuasan Pelanggan Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005
- Beik, Irfan Syauqi. 2009. *Analisis Peran Zakat dalam Mengentaskan Kemiskinan.Jurnal Pemikiran dan Gagasan, Zakat and Empowering*. Jakarta: Indonesia Magnifiance of Zakat
- Berman, B. and Evans, Jr. 2007.*Retail Management: A Strategic Approach* (10thed.). Prentice Hall
- Bimo Walgito. 1981. *Pengantar Psikologi Umum*, diterbitkan oleh Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.
- Djuanda, Gustian et, al. 2006. *Pelaporan Zakat Pengurang Pajak Penghasilan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. E-Firdausy, M. Irfan. 2009. *Dahsyatnya Sedekah*. Yogyakarta: Cemerlang Publishing.
- Ghozali Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19,Edisi V*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidhuddin Didin. 1998. *Panduan Praktis Tentang Zakat, Infaq dan Shodaqoh*. Jakarta : Gema Insani.
- Istijanto. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran (Cara Praktis Meniliti Konsumen dan Pesaing)*. Jakarta : Gramedia.
- Jalaluddin. 1997. *Psikologi Agama*. Ed. 1.Cet. 2. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jalaluddin. 2005. *Memahami Perilaku Keagamaan dengan Menerapkan Prinsip-prinsip Psikologi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Jalaluddin. 2010. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

- Juanda, Gustian, dkk, 2006. *Pelaporan Zakat Pengurang Pajak Penghasilan*, Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Laksana, Fajar, 2008, *Marketing Management, Jilid Satu, Edisi Sebelas*, Jakarta: PT. Indeks
- Lovelock, Christopher., Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi)*. Terjemahan oleh Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putra. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salamba Empat.
- Moeliono Anton M. dkk, 1999. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Nova, Firsan. 2009. *CRISIS Publik Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Pascasarjana*. Jember: IAIN Jember.
- Priyanto, Dwi. 2012. *Belajar Praktik Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen pendekatan praktis disertai: Himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, Y. Dkk. 2012. *Religiusitas pada hijabers community Bandung*. Bandung : Fakultas Psikologi Universitas Islam Bandung.
- Schiffman, G, L. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Soemirat, Soleh, dan Elvinaro Ardianto. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudirman. 2007. *Zakat Dalam Arus Pusaran Moderintas*. Malang : UIN Malang Press.
- Sugiyono. 2007. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Thouless, Robert H. 2000. *Pengantar Psikologi Agama*. Ed. 1. Cet. 3. Jakarta: Rajawali Press
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Publishing
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publishing
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*. Jakarta : Andi
- Tukiran Taniredja, 2010. *Penelitian Kuantitatif Suatu Pengantar*, Bandung: Alfabeta,
- Wening Purbatin Palupi Soenjoto. 2017. *Mengkaji Krisis Ekonomi Global Menurut Perspektif Islam*. Tafaqquh.
- Z. Kasijan. 1984. *Psikologi Pendidikan*. Surabaya : P.T Bina Aksara.