

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA
LEMBAGA TERHADAP KEPUASAN MUZAKI DALAM
BERINFAQ DI LAZNAS DARUT TAUHID (DT) PEDULI
CABANG ACEH**



Disusun Oleh:

**RONI RISWANDA
NIM. 140602211**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2020 M / 1441 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Roni Riswanda

NIM : 140602211

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturanyang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 2 Juli 2019

Yang Menyatakan,



Roni Riswanda

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah

Dengan Judul:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Lembaga Terhadap
Kepuasan Muzaki Dalam Berinfaq Di LAZNAS Darut Tauhid
(DT) Peduli Cabang Aceh**


Disusun Oleh:


Roni Riswanda
NIM. 140602211

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

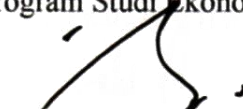
Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. T. Meldi Kesuma, SE., MM
NIP. 19750515200604 1001


Dara Amanatillah, M.Sc
NIDN. 2022028705

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah


Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag
NIP. 19710317 200801 2 007

**LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL
SKRIPSI**

Roni Riswanda
NIM. 140602211

Dengan Judul:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga Terhadap
Kepuasan Muzaki Dalam Berinfaq Di LAZNAS Darut Tauhid
(DT) Peduli Cabang Aceh**

Telah Diseminarkan Oleh Program Studi Srata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan
Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang
Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Senin, 22 Juli 2019

19 Dzulqah'dah 1440 H

Banda Aceh

Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,

Sekretaris,




Dr. T. Meldi Kesuma, SE., MM
NIP. 19750515200604 1001

Dara Amanatillah, M.Sc
NIDN. 2022028705

Penguji I,

Penguji II,



Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 19640314 199203 1 003



Winni Dian Safitri, S.SI., M.Si
NIDN. 1

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



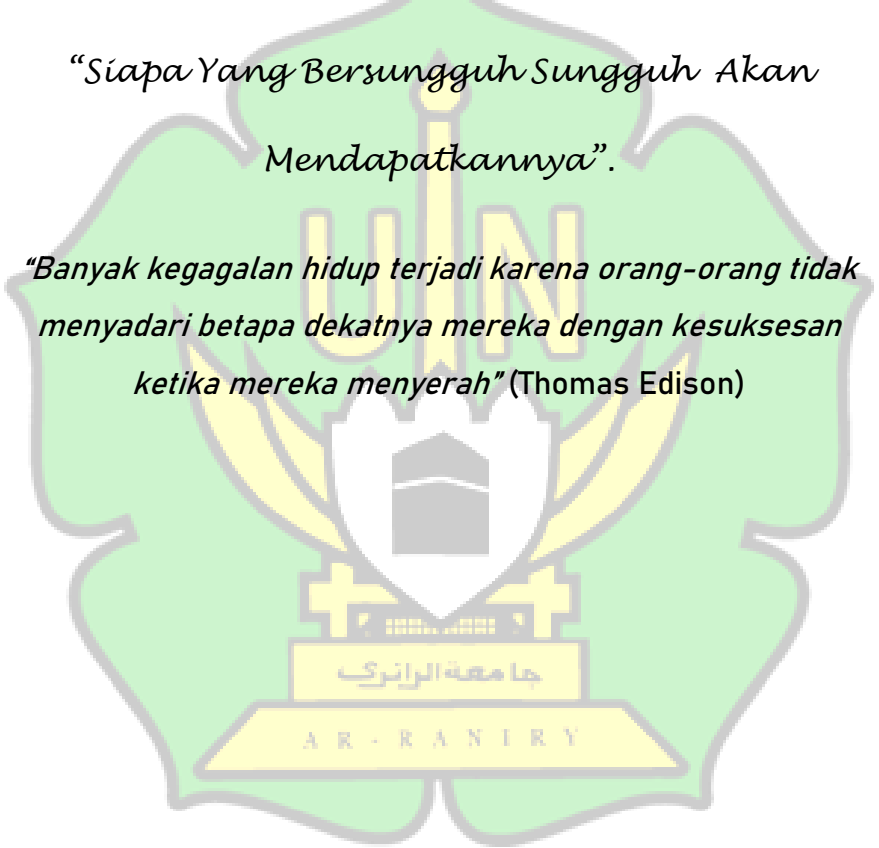
Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 19640314 199203 1 003

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

مَنْ جَدَّ وَجَدَ

“Siapa Yang Bersungguh Sungguh Akan Mendapatkannya”.

“Banyak kegagalan hidup terjadi karena orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan kesuksesan ketika mereka menyerah” (Thomas Edison)



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahrabbi'l'amin, puji dan syukur senantiasa peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang mana dengan kuasa dan rahmatnya memberikan ilmu kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam juga senantiasa tercurahkan kepada rasul pilihan Allah yaitu Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, alim ulama dan seluruh kaum muslimin yang setia kepadanya hingga akhir zaman.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak hambatan yang telah peneliti temui. Namun karena kasih sayang Allah SWT, kemuliaan Nabi Muhammad SAW, keikhlasan hati dan kerja keras penulis, serta doa, motivasi maupun bantuan dari berbagai pihak, maka kesulitan dan hambatan yang peneliti temui dapat dilalui dengan baik. Demikian peneliti menyadari bahwa, skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, maka melalui tulisan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam dan Ibu Cut Dian Fitri, SE, M.Si, Ak selaku Sekretaris Prodi Ekonomi

Syariah Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

3. Dr. T. Meldi Kesuma, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dara Amanatillah, M. Sc selaku Dosen Pembimbing II yang berkenan meluangkan waktu ditengah-tengah kesibukannya. Terima kasih atas kebaikan, masukan dan pengarahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Muhammad Arifin Ph,D selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Penasehat Akademik, dosen-dosen dan staff akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terimakasih atas ilmu pengetahuan yang telah diberikan, semoga penulis senantiasa dapat memanfaatkan dan mengaplikasikannya dalam kehidupan masyarakat.
6. Kurniawan selaku Kepala cabang Darut Tauhid (DT) Peduli Cabang Aceh, yang telah memberikan data dan kontribusinya dalam rangka menyelesaikan skripsi ini.
7. Terimakasih yang teramat besar yang tak terhingga kepada Ayahanda Ikhwan Idham dan Ibunda Yusniar yang telah memberikan banyak hal berarti dalam kehidupan penulis. Cinta, kasih, sayang, doa dan dukungan yang begitu besar yang semua itu tak akan tergantikan dengan apapun.
8. Untuk keluarga-keluarga terdekat yang telah memberikan motivasi kepada penulis dalam membuat tugas ini.

9. Untuk teman teman seperjuangan, satu kelas, satu unit yang telah memberikan dukungan dan semangat. Dan seluruh pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.
10. Teruntuk sahabat-sahabatku T.Dicky Zoelfatan, Yusniar, Muhammad Nauval, Lutfi Multazam dan banyak lainnya yang bahkan tak bisa saya sebutkan satu per satu di lembar skripsi ini, terima kasih atas doa, dukungan dan motivasinya.

Akhir kata, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada bantuan semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan namanya satu-persatu. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Banda Aceh, 2 Juli 2019
Penulis,



Roni Riswanda

AR-RANIRY

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z̤
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z̤	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauला*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / َ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / ِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / ُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/al- Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr ; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Roni Riswanda
NIM : 140602211
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Muzaki Dalam Berinfaq di LAZNAS Darut Tauhid (DT) Peduli Cabang Aceh
Tanggal Sidang : 22 Juli 2019
Tebal : 157
Pembimbing I : Dr. Teuku Meldi Kesuma, SE., MM
Pembimbing II : Dara Amanatillah, M.Sc

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh. Sampel penelitian ini dari populasi yaitu 89 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive sampling*. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner.

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik regresi linear berganda, uji t, uji f, dan uji determinasi. Kemudian diolah menggunakan *SPSS ver.25*. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan citra lembaga secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan muzaki. Sedangkan perolehan dari uji simultan (F) adalah ($0,000 < 0,05$) dan $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan $df(2) \alpha = 5\%$, maka ($61,224 < 3,95$) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra lembaga secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan muzaki.

Hasil Adjusted R^2 sebesar 68,5 % artinya bahwa besarnya pengaruh kepuasan muzaki dapat dijelaskan oleh variasi variabel kualitas pelayanan dan citra lembaga. Sedangkan sisanya sebesar 31,5 % dijelaskan oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam persamaan model yang digunakan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga, Kepuasan Muzaki.

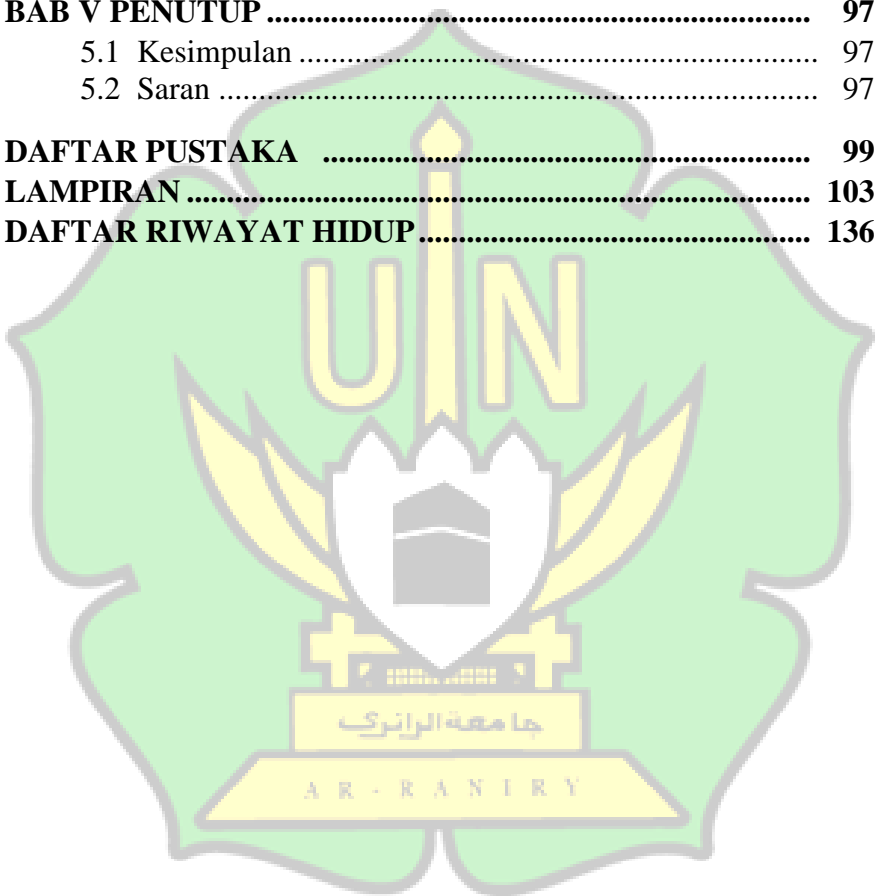
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Kepuasan Konsumen	11
2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	11
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	13
2.1.3 Kepuasan Konsumen dalam Islam.....	14
2.1.4 Indikator Kepuasan Konsumen.....	17
2.2 Kualitas Pelayanan.....	18
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	18
2.2.2 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan.....	20
2.2.3 Kualitas Pelayanan dalam Islam	22
2.2.4 Indikator Kualias Pelayanan	26

2.3	Citra Lembaga.....	27
2.3.1	Pengertian Citra Lembaga	27
2.3.2	Jenis-Jenis Citra	28
2.3.3	Indikator Citra	30
2.4	Infaq	31
2.4.1	Pengertian Infaq.....	31
2.4.2	Dasar Hukum Infaq.....	21
2.4.3	Macam-Macam Infaq.....	33
2.5	Penelitian terdahulu.....	34
2.6	Pengaruh Antar Variabel	41
2.6.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Muzaki	41
2.6.2	Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Muzaki	42
2.7	Kerangka Pemikiran.....	43
2.8	Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1	Jenis Penelitian.....	45
3.2	Lokasi dan Objek Penelitian	45
3.3	Populasi dan Sampel	45
3.3.1	Populasi.....	45
3.3.2	Sampel.....	46
3.4	Definisi Operasional	47
3.5	Data dan Sumber Data	50
3.5.1	Data Primer	50
3.6	Teknik Pengumpulan Data	50
3.6.1	Angket.....	51
3.7	Skala Pengukuran.....	51
3.8	Instrumen Penelitian	52
3.8.1	Uji Validitas	52
3.8.2	Uji Reabilitas.....	53
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	53
3.9	Teknik Analisis Data.....	55
3.9.1	Analisis Regresi Linear Berganda	55
3.10	Pengujian Hipotesis.....	56
3.10.1	Uji Parsial (Uji t)	56

3.10.2 Uji Simultan (Uji F).....	58
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Profil Darut Tauhid Peduli (DT Peduli).....	60
4.2 Program DT Peduli	65
4.3 Data Deskripsi Responden	71
4.3.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
4.3.2 Identitas Reponden Berdasarkan Usia	73
4.3.3 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	74
4.3.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	75
4.3.5 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan.....	75
4.4 Uji Instrumen Penelitian	77
4.4.1 Uji Validitas.....	77
4.4.2 Uji Reabilitas	78
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	79
4.5.1 Uji Normalitas	79
4.5.2 Uji Heterokedastisitas	82
4.5.3 Uji Multikolinearitas.....	84
4.6 Analisis Deskriptif	85
4.7 Teknik Analisis Data.....	88
4.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda	88
4.8 Penguji Hipotesis	90
4.8.1 Penguji Secara Parsial.....	90
4.8.2 Pengujian Secara Simultan	92
4.8.3 Uji Koefisien Determinasi	93
4.9 Pembahasan.....	94
4.9.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Muzaki dalam Berinfan di DT Peduli Cabang Aceh	94
4.9.2 Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Muzaki dalam Berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.....	95

4.9.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Muzaki dalam Berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh	95
4.9.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Muzaki dalam Berinfaq di DT Peduli Aceh	96
BAB V PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	103
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	136

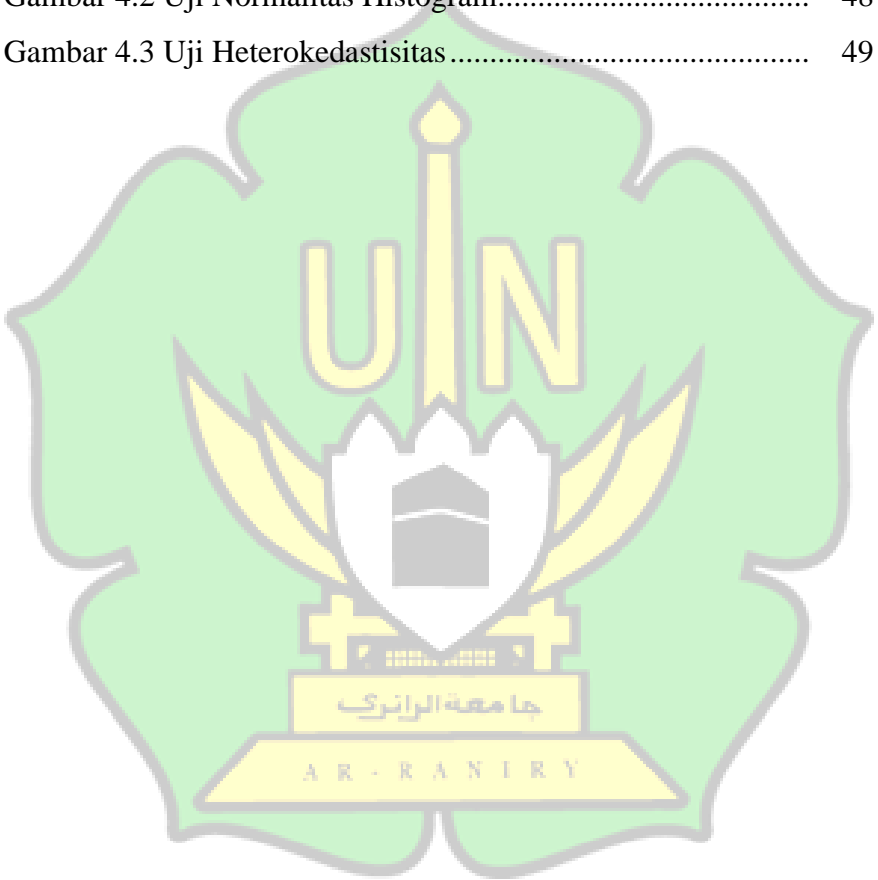


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Penghimpunan ZIS di Indonesia (Tahun 2011-2015	27
Tabel 1.2 Jumlah Muzaki yang Berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh	42
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Indikator.....	45
Tabel 3.2 Skala Likert	46
Tabel 3.3 Interval Penilaian Jawaban Responden	47
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	48
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	50
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	52
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan.....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji validitas.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.9 Analisis Regresi.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji t test.....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji F test.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	60

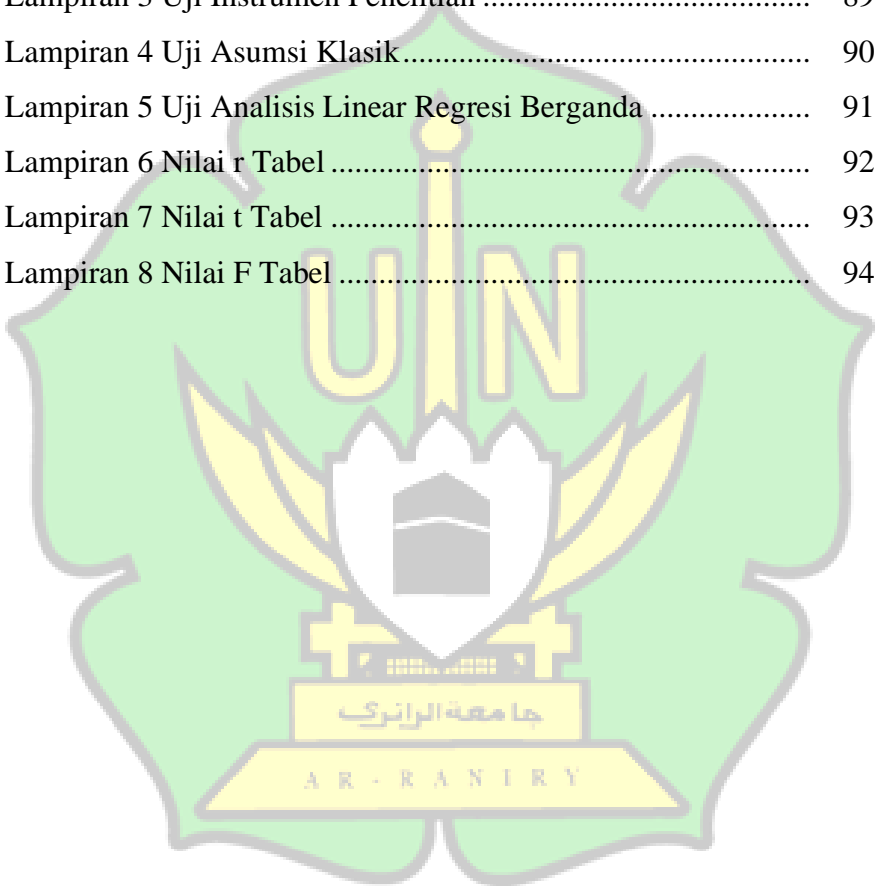
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	46
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	47
Gambar 4.2 Uji Normalitas Histogram.....	48
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas	49



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner.....	84
Lampiran 2 Data Input.....	86
Lampiran 3 Uji Instrumen Penelitian	89
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	90
Lampiran 5 Uji Analisis Linear Regresi Berganda	91
Lampiran 6 Nilai r Tabel	92
Lampiran 7 Nilai t Tabel	93
Lampiran 8 Nilai F Tabel	94



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia. Di Indonesia terdapat lembaga semi pemerintah yang berwenang untuk melakukan pengelolaan dan pendistribusian dana zakat, infaq dan sedekah yaitu Badan Amil Zakat dari tingkat Nasional (BAZNAS) sampai dengan Badan Amil Zakat tingkat daerah (BAZDA). Selain itu, ada juga lembaga *non* pemerintah yang diberi nama Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) dan juga Lembaga Amil Zakat Daerah (LAZDA). Setiap dana zakat, infaq, dan sedekah yang berhasil dikumpulkan oleh BAZNAS atau LAZNAS akan disalurkan kepada orang-orang yang berhak menerimanya yang diharapkan mampu mengurangi tingkat perbedaan pendapatan dalam masyarakat. Dengan demikian, diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat terutama dari golongan yang menerima zakat sehingga mereka bisa hidup dengan layak dan mandiri tanpa ketergantungan kepada orang lain (Iqbal, 2009).

Sistem pengelolaan zakat di Indonesia terdapat dalam Undang-Undang RI No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat yang di dalamnya mengatur tentang pengelolaan zakat dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengumpulan sampai pada tahap pendistribusian dan

pendayagunaannya. Adapun pengumpulan zakat dilakukan oleh Amil Zakat yang terdiri atas unsur masyarakat dan pemerintah yang pembentukannya disesuaikan dengan tingkat daerah dan wilayahnya.

Manajemen sebuah organisasi pengelola zakat, infaq dan sedekah dapat diukur dengan 3 kata kunci yaitu: Amanah, Professional dan Transparan. Tiga kata kunci tersebut dinamakan dengan prinsip “*Good Organization Governance*”. Dengan penerapan ketiga prinsip tersebut maka sebuah organisasi pengelola zakat akan lebih dipercaya oleh masyarakat luas (Sholahuddin, 2006).

Perkembangan lembaga pengelola zakat di Indonesia telah menunjukkan kemajuan yang cukup signifikan, meski terdapat kendala dan kekurangan yang perlu diperbaiki dimasa yang akan datang. Kemajuan tersebut melahirkan kebutuhan terhadap sistem yang dimiliki oleh setiap lembaga pengelola zakat yang dituntut agar bekerja secara profesional, amanah, transparan dan akuntabel. Menurut laporan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), penerimaan zakat di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ketahun sebesar 15-27 %. Hal ini terlihat dari perolehan zakat 5 tahun terakhir.

Gambar 1.1
Penghimpunan ZIS di Indonesia (Tahun 2011 – 2015)



Sumber : BAZNAS (2016)

Berdasarkan gambar 1.1 diatas dapat dilihat bahwa penghimpunan dana ZIS di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ketahun dengan pertumbuhan yang berbeda beda. Tahun 2011 penghimpunan ZIS mengalami pertumbuhan tetapi hanya 15%. Selanjutnya tahun 2012 penghimpunan ZIS di Indonesia terus mengalami pertumbuhan sampai dengan 27%. Kemudian tahun tahun selanjutnya sampai dengan tahun 2015 penghimpunan mengalami pertumbuhan sebesar 22%.

Salah satu Lembaga Amil Zakat Nasional di Indonesia adalah Darut Tauhid (DT) Peduli. DT Peduli merupakan sebuah

Lembaga Amil Zakat Nasional dan merupakan lembaga nirlaba yang bergerak dibidang penghimpunan dana Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS) yang didirikan pada tanggal 16 juni 1999 oleh K.H Abdullah Gymnastiar sebagai bagian dari yayasan Darut Tauhid dengan tekad menjadi Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang amanah, profesional, dan jujur berdasarkan pada Ukhuwah Islamiyah. DT Peduli sekarang ini telah memiliki 26 cabang diseluruh Indonesia termasuk salah satunya di Aceh yang diresmikan pada tanggal 5 April 2017(<https://dpu-daaruttauhid.org>).

Sebagai lembaga swadaya masyarakat Lembaga Amil Zakat DT Peduli cabang Aceh berusaha untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya dana zakat, infaq dan sedekah untuk kesejahteraan umat. Hal ini dibuktikan dalam sejarah perkembangan Islam yang diawali sejak kepemimpinan Rasulullah SAW bahwa zakat, infaq dan sedekah menjadi pendapatan utama bagi negara yang peranannya sangat penting untuk sarana pengembangan agama Islam, pendidikan, pengembangan infrastruktur dan untuk kepentingan kesejahteraan sosial masyarakat.

Perkembangan DT Peduli cabang Aceh saat ini sudah mampu bersaing dengan lembaga-lembaga pengelola infaq milik swasta lainnya. Hal ini terlihat dari jumlah muzaki yang terus mengalami peningkatan. Berikut ini merupakan tabel data jumlah muzaki infaq DT Peduli cabang Aceh bulan Agustus sampai dengan bulan Desember tahun 2018:

Tabel 1.2
Jumlah Muzakki yang berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh
Bulan Agustus – Desember, 2018

No	Bulan	Jumlah Muzaki
1.	Agustus 2018	480 Orang
2.	September 2018	540 Orang
3.	Oktober 2018	650 Orang
4.	November 2018	710 Orang
5.	Desember 2018	770 Orang

Sumber : DT Peduli Cabang Aceh (2018)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat kita lihat bahwa jumlah muzaki Infaq DT Peduli cabang Aceh tahun 2018 dari bulan Agustus mengalami peningkatan sampai akhir bulan Desember. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam menyalurkan infaqnya melalui DT Peduli cabang Aceh terus meningkat.

Setiap LAZ tentunya berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat termasuk Lembaga Amil Zakat Nasional DT Peduli cabang Aceh. Pelayanan prima merupakan salah satu strategi lembaga yang cenderung mempunyai program kerja yang hamper sama antara LAZ satu dengan yang lainnya. Secara umum pelayanan yang diberikan oleh DT Peduli cabang Aceh sama dengan lembaga lainnya seperti salam, senyum, sapa, sopan dan santun dalam melayani setiap nasabah, yang membedakannya adalah bagaimana sumber daya manusianya (SDM) dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Menurut Bramasetia dalam Sutomo dkk (2017) banyaknya LAZ tidak menimbulkan persaingan namun memberikan pilihan kepada masyarakat untuk menyalurkan infaqnya melalui lembaga

yang dapat dipercayainya sehingga setiap LAZ akan berusaha menunjukkan program- program dan kinerja yang optimal dalam pengelolaan ZIS. LAZ juga akan menjaga kepuasan muzaki dalam menyalurkan zakat, infaq dan sedekahnya sehingga tidak berpindah ke lembaga lain atau menyalurkan secara langsung kepada yang berhak menerimanya (*Mustahik*). LAZ yang amanah, bertanggung jawab dan memiliki kredibilitas yang dapat menyebabkan masyarakat percaya dan menyalurkan infaqnya. Jika pelayanan yang diberikan memuaskan, tentunya masyarakat akan puas serta semakin percaya dalam menyalurkan infaqnya melalui lembaga tersebut.

Selain memberikan pelayanan yang prima kepada muzaki, lembaga juga harus mengembangkan citra baik dari perusahaan yang terdiri dari reputasi, nama baik maupun kompetensi utamanya sehingga dapat membantu muzaki dalam mempengaruhi kepuasannya. Menurut Kotler dan Keller (2014) citra adalah kesan yang dirasakan seseorang mengenai suatu objek atau barang ataupun organisasi secara keseluruhan yang kemudian akan tersimpan dalam ingatan pelanggan (muzaki).

Dengan demikian, kualitas pelayanan dan citra lembaga merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan perilaku masyarakat untuk berinfaq di lembaga amil zakat. Pelayanan yang bersifat inovatif dan memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berinfaq serta pengelolaan dana infaq yang lebih profesional

akan menjadikan lembaga amal zakat sebagai pilihan utama masyarakat dalam berinfaq.

DT Peduli cabang Aceh memiliki beberapa program dan layanan seperti diantaranya ada program dakwah KU, program ikhtiar KU, program beasiswa KU, dan program peduli KU yang merupakan layanan yang diberikan individu atau kelompok masyarakat yang bertujuan untuk memudahkan akses ilmu agama dan kehidupan social sehingga tercipta masyarakat madani. DT Peduli cabang Aceh juga memiliki layanan yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat untuk menyalurkan dana zakat, infaq dan sedekah diantaranya yaitu *transfer* melalui rekening (*online*), layanan jemput infaq dan lain sebagainya. Tentunya hal ini merupakan hal yang menarik untuk dilakukan dan menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat terhadap DT Peduli cabang Aceh.

Kepuasan atau tidak puasnya seseorang merupakan bagian dari pengalaman seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja dengan harapan. Menurut Kotler dan Keller (2014) kepuasan pelanggan adalah hasil evaluasi setelah melakukan pembelian barang atau jasa dan pelanggan merasa bahwa barang ataupun jasa yang telah dibeli mempunyai kinerja yang sama atau melebihi harapan mereka.

Seorang muzaki memiliki kecenderungan untuk membangun nilai nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi muzaki untuk melakukan perbandingan terhadap LAZ

lainnya. Apabila lembaga memberikan pelayanan yang berkualitas baik maka muzaki akan puas dan merasa senang begitu juga dengan sebaliknya jika lembaga tersebut memberikan pelayanan yang berkualitas standar maka muzaki akan merasa kecewa.

Dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Muzaki dalam Berinfaq di LAZNAS Darut Tauhid (DT) Peduli Cabang Aceh.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh ?
2. Apakah citra lembaga berpengaruh terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan citra lembaga berpengaruh terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli CabangAceh ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra lembaga terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur tingkat kemampuan dan juga dapat memperluas wawasan saya sendiri selaku peneliti.

2. Bagi lembaga

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak pengelola sebagai masukan yang dapat menjadi pertimbangan dan menetapkan kebijakan dalam upaya memenuhi kepuasan muzaki serta sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola yang mengelola lembaga tersebut.

3. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi penelitian lebih lanjut, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan referensi bagi masyarakat yang ingin berinfaq.

1.5 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan, Dalam bab ini akan dibahas mengenai Latar belakang masalah, Rumusan masalah, Tujuan penelitian Manfaat penelitian dan Sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, Dalam bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku serta beberapa literatur *review* yang berhubungan dengan penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian, Dalam bab ini akan dibahas metode penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, variabel penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Dalam bab ini akan dijelaskan hasil penelitian serta pembahasan pembahasannya. Hasil penelitian ini meliputi: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Muzaki Dalam Berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.

Bab V Penutup, Dalam bab ini akan dikemukakan beberapa kesimpulan yang peneliti peroleh dari hasil penelitian yang dilakukan, serta peneliti akan mengemukakan beberapa saran yang mungkin berguna bagi muzaki dan juga pihak pengelola Infaq.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kepuasan Konsumen

2.1.1 Pengertian Kepuasan konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2014), kepuasan adalah hasil evaluasi pelanggan setelah melakukan pembelian barang atau jasa, dan pelanggan merasa bahwa barang atau jasa yang dibeli mempunyai kinerja yang sama atau melebihi harapan mereka. Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja lembaga tidak sesuai dengan keinginan pelanggan dan bila harapan terlalu rendah, maka pelanggan akan merasa kecewa. Jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas, namun apabila kinerja melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa senang dan sangat puas. Sedangkan menurut Rangkuti (2011) kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian.

Kepuasan konsumen dapat dirasakan setelah konsumen membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu

harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya (Meidiana, 2014).

Peter dan Olson (2010) mengungkapkan tentang kepuasan pelanggan yaitu *consumer satisfaction as the degree to which a product or service provides a pleasureable level of consumptions-related fulfillment. In other words, it is the degree to which a product's performance exceeds the consumer's exspection for it.* Kepuasan konsumen diukur dari sejauh mana suatu produk atau jasa memberikan tingkat kesenangan akan konsumsi terkait pemenuhan kebutuhan. Dengan kata lain, sejauh mana kinerja produk melebihi harapan konsumen untuk itu. Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan terlihat ketika pemenuhan kebutuhan pelanggan dengan cara mengkonsumsi atau menggunakan produk menghasilkan kesenangan dan memenuhi kebutuhan pelanggan, serta memberikan manfaat lebih yang diterima oleh pelanggan. Jika konsumen merasa puas dengan produk, layanan, atau merek, mereka akan lebih cenderung untuk terus membeli dan memberi tahu orang lain tentang pengalaman yang menguntungkan mereka dengan produk tersebut.

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa definisi kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya. Pelanggan dapat dikatakan puas dengan produk maupun pelayanan yang diberikan oleh lembaga tersebut telah sesuai bahkan melebihi harapan mereka.

2.1.2 Faktor–faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Zeithmal dan Bitner terdapat faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain adalah (Farida, 2012):

1) Aspek barang dan jasa.

Kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa dipengaruhi secara signifikan oleh penilaian konsumen terhadap fitur barang dan jasa.

2) Aspek emosi konsumen.

Emosi atau perasaan dari konsumen dapat mempengaruhi persepsi tingkat kepuasan konsumen terhadap barang dan jasa. Emosi ini berkaitan dengan suasana hati. Pada saat seorang konsumen sedang mengalami suasana hati yang gembira, emosinya akan mempengaruhi persepsi yang positif terhadap suatu jasa yang akan dikonsumsi. Sebaliknya, jika seorang konsumen sedang mengalami suasana hati yang buruk, emosinya akan membawa tanggapan yang buruk terhadap suatu jasa yang sedang dimanfaatkan olehnya walaupun penyampaian jasa tersebut tidak ada kesalahan sedikitpun.

3) Aspek pengaruh kesuksesan atau kegagalan jasa.

Konsumen terkadang dikagetkan oleh sebuah hasil suatu jasa dimana bisa lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan.

- 4) Aspek persepsi atas persamaan atau keadilan.

Konsumen akan bertanya pada diri mereka sendiri “apakah saya sudah dilayani secara adil dibandingkan dengan konsumen yang lain?”. Pemikiran mengenai persamaan dan keadilan ini dapat mengubah persepsi konsumen pada tingkat kepuasannya terhadap barang dan jasa tersebut.

- 5) Konsumen lain, keluarga, dan rekan kerja.

Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh orang lain.

2.1.3 Kepuasan Konsumen Menurut Islam

Bagi seorang muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (Lillahi Ta’ala), kemudian diikuti dengan cara yang benar, tujuan yang benar serta pemanfaatan hasil usaha yang benar pula.

Oleh sebab itu dalam memasarkan sebuah produk, seorang muslim wajib memiliki sikap jujur karena sikap jujur akan melahirkan kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen akan melahirkan kesetiaan dari konsumen tersebut (Abdullah; 2014). Sebagaimana disebutkan Allah dalam Firman Nya;

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ

فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ

اللَّهُ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: *“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkan mereka, mohonkan lah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Seseungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”* (Q.S Ali-Imran [3]: 159)

Tujuan setiap pemasaran adalah menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Jika konsumen puas terhadap barang/jasa tersebut atau terhadap pelayanan perusahaan tersebut, konsumen akan melakukan pembelian ulang. Jika konsumen tidak puas, dia tidak akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan sanksi negatif serta menginformasikan reaksi negatif itu kepada keluarga, sahabat, sehingga pemasaran produk barang/jasa tersebut tidak mencapai sasaran. Hal ini akan dapat menimbulkan kegagalan bagi perusahaan (Herdiana, 2013).

Kepuasan anggota merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan pemberi jasa, sehingga kepuasan konsumen hanya dapat dinilai berdasarkan pengalaman yang pernah dialami saat proses pemberian layanan. Menurut Kotler dan Keller (2013) kepuasan merupakan perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Apabila kinerja lebih kecil dari harapan konsumen maka akan merasakan ketidak puasan bagi konsumen. Apabila

kinerja sama dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas.

Untuk mengimplementasikan *marketing concept*, perusahaan harus memiliki informasi yang lengkap tentang keinginan konsumen agar produk yang dijual sesuai dengan selera konsumen dan dapat terjual dengan sendirinya (Herdiana, 2013).

Preferensi konsumsi dan alokasi anggaran seorang muslim itu mencakup 4 pilihan, yaitu pilihan pertama terdiri dari kebutuhan duniawi (*wordly needs*) dan kebutuhan ibadah (*cause of Allah*) pilihan kedua terdiri dari konsumsi masa sekarang (*present consumption*) dan konsumsi masa depan (*future consumption*), pilihan ketiga terdiri dari kebutuhan daruriyyah (*essentials*), kebutuhan hajiyyah (*complimentarities*) dan kebutuhan tahsiniyyah (*amelioratories*) dan pilihan keempat terdiri dari berbagai pilihan bebas (*choice between substitutes*). Preferensi konsumsi dalam Islam mencakup pilihan tersebut diatas, sedangkan ekonomi konvensional hanya membatasi pada pilihan kedua dan keempat saja dan mengabaikan pilihan kesatu dan ketiga. Hal ini disebabkan oleh konsep rasionalitas dalam ekonomi konvensional yang digerakkan oleh motif *self interest* sehingga motif tersebut akan mempengaruhi proses keputusan konsumen (Anita, 2011).

Sementara itu, dalam ekonomi Islam, preferensi konsumsi seorang muslim dimotivasi oleh masalah, sehingga pilihan konsumsinya selalu berupaya untuk menyeimbangkan kepentingan dunia dan akhirat, memperhitungkan konsumsi saat ini dan akan

datang, memprioritaskan kebutuhan daruriyyah, mengokohkannya dengan hajjiyyah dan memperindah dengan tahsiniyyah serta menggunakan *choice between substitutes* mana kala diperlukan. Berdasarkan uraian diatas, maka pada prinsipnya etika konsumsi Islam meliputi konsumsi berorientasi dunia dan akhirat, keutamaan prioritas pemenuhan kebutuhan, konsumsi dengan memperhatikan etika dan norma, tidak melakukan kemubaziran, konsumsi dengan mengutamakan kesederhanaan (Anita, 2011).

2.1.4 Indikator Kepuasan Konsumen

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014) indikator kepuasan peanggan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan
Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.
2. Minat berkunjung kembali
Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa yang terkait.
3. Kesediaan merekomendasi
Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman dan keluarga.

2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.1 Pengertian kualitas pelayanan

Definisi kualitas pelayanan jasa menurut Wyckop dalam Rosady (2016), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jika layanan jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang 'ideal' (unggul). Sebaliknya jika layanan jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai pelayanan itu buruk. Maka dengan demikian baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia layanan suatu jasa dalam upaya untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten, tepat dan memuaskan (Rosady, 2016).

Kualitas pelayanan adalah hasil evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap layanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan, oleh karena itu dari sudut pengguna kualitas pelayanan didefinisikan sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan (Lovelock et al, 2010).

Definisi pelayanan menurut Hasibuan (dalam Soleh, 2012) adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya (Soleh, 2012). Assauri mengungkapkan bahwa

keberhasilan produk sangat ditentukan pula oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya (Sofjan, 2015).

Menurut Tho'in (2011) bahwa kualitas pelayanan lebih menitik beratkan pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja karyawan baik internal maupun eksternal. Kualitas, dalam organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah didefinisikan, karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen. Secara umum dikatakan bahwa kualitas adalah karakteristik produk/jasa, yang ditentukan oleh pemakai dan diperoleh melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan (Tho'in, 2011).

Kualitas pelayanan suatu lembaga selalu berkaitan dengan pelayanan prima. Pelayanan prima yaitu pelayanan yang baik atau pelayanan yang terbaik. Pelayanan prima (*customer care*) merupakan faktor kunci dalam keberhasilan perusahaan. Di era *buyer's market*, produk yang dihasilkan para produsen/penjual relatif sama, harga relatif sama, promosi dan distribusi antar barang yang satu dengan yang lain pun relatif sama. Oleh karena itu, pelayanan merupakan salah satu faktor yang bisa membedakan

antara perusahaan satu dengan yang lainnya. Apabila perusahaan tumbuh dan berkembang dan tetap bertahan dalam persaingan, keuntungan dan pendapatan juga akan terus meningkat. Oleh karena itu, pelayanan yang prima adalah hal yang sangat penting (Sopiah dan Etta, 2016).

Menurut Sunyoto (2015) Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Harapan para pelanggan ini didasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal (iklan dan berbagai bentuk promosi perusahaan lainnya) (Sunyoto, 2015).

2.2.2 Prinsip Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2004) ada 6 prinsip pokok dalam kualitas pelayanan yang meliputi:

a. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa itu maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

b. Pendidikan

Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

c. Perencanaan

Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

d. Review

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan untuk mencapai tujuan kualitas.

e. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan *stakeholder* perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.

f. Penghargaan dan Pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang

berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

2.2.3 Kualitas Pelayanan Dalam Islam

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain (Rustiana, 2017). Hal ini tampak dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 267 yang mengatakan bahwa :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ
وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ
اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya, dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.” (Q.S Al-Baqarah [2]: 267).

a. Dimensi *reliable* (kehandalan)

Dimensi *reliable* (kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa (Rustiana, 2017). Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Quran surah An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya : “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.” (Q.S An-Nahl [16]: 91).

b. Dimensi *responsiviness* (daya tanggap)

Dimensi *responsiviness* (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang

ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya, pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan konsumen merupakan suatu amanat. Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak kepada ketidakberhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Untuk itu kepercayaan konsumen sebagai suatu amanat hendaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidangnya dan mengerjakannya secara cepat dan tepat (Rustiana, 2017).

c. Dimensi *assurance* (jaminan)

Dimensi *assurance* (jaminan) berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta aspek terhadap konsumen. Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun, dan lemah lembut maka akan meningkatkan persepsi yang positif dan nilai bagi konsumen terhadap lembaga penyedia jasa. Assurance ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap lembaga penyedia layanan. Baik buruknya pelayanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan lembaga

atau perusahaan pemberi jasa layanan. Dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan lemah lembut akan menjadi jaminan rasa aman bagi konsumen dan yang berdampak pada kesuksesan lembaga penyedia layanan jasa (Rustiana, 2017).

Dalam salah satu hadisnya Rasulullah SAW. memerintahkan kepada kita agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan “bermanfaat bagi sesama” sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang. Hal ini beliau sampaikan dalam sebuah hadist yang diriwayatkan sahabat Jabir bin Abdillah “

Artinya : *“sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi sesama”*.

d. Dimensi *empathy* (empati)

Dimensi *empathy* (empati) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada konsumen. Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik.

Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, melayani transaksi konsumen dengan senang hati, membantu konsumen ketika dirinya mengalami kesulitan dalam bertransaksi atau hal lainnya berkenaan dengan pelayanan lembaga. Kesiediaan memberikan perhatian dan

membantu akan meningkatkan persepsi dan sikap positif konsumen terhadap layanan lembaga. Hal ini yang akan mendatangkan kesukaan, kepuasan dan meningkatkan loyalitas konsumen (Rustiana, 2017).

e. Dimensi *tangibles* (bukti fisik)

Dimensi *tangibles* (bukti fisik) dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya. Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting, namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan (Rustiana, 2017).

2.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml, parasuraman dan Berry (dalam Hardiansyah; 2011) ada 5 indikator kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut :

a. *Tangibles* (Bukti fisik)

Tangibles adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.

b. *Reliability* (Kehandalan)

Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

c. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Responsiveness adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

d. *Assurance* (Jaminan dan Kepastian)

Assurance adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

e. *Empathy*

Empathy adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

2.3 Citra Lembaga

2.3.1 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 Somirat; 2012). Sedangkan Jeffkins (2013) menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang/individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Menurut Kotler dalam Nova (2011), Pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor diluar kontrol perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realita (yang terlihat) diperusahaan itu.

Menurut Kasali (2003) citra perusahaan merupakan kesan psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan dimata khalayak publiknya yang berdasarkan pengetahuan, tanggapan, serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya. Citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya terus mengembangkan kreativitas bahkan memberi manfaat lebih bagi orang lain.

Dari definisi diatas dapat kita simpulkan bahwa citra lembaga/perusahaan adalah kesan/persepsi seorang terhadap lembaga atau produknya yang dipengaruhi oleh faktor diluar kontrol lembaga.

2.3.2 Jenis - Jenis Citra

Menurut Jefkins (dalam Sari, 2017) ada beberapa jenis citra (*image*) yang dikenal dalam *public relations* dan dapat dibedakan satu dengan yang lainnya sebagai berikut

a. Citra Cermin (*Mirror Image*)

Citra cermin yang diyakini oleh perusahaan yang bersangkutan terutama para pemimpinnya yang selalu merasa dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan orang luar. Setelah diadakan studi tentang tanggapan, kesan dan citra dimasyarakat

ternyata terjadi perbedaan antara yang diharapkan dengan kenyataan citra di lapangan, bisa terjadi justru mencerminkan “citra” negatif yang muncul.

b. Citra Kini (*Current Image*)

Citra merupakan kesan baik yang diperoleh dari orang lain tentang perusahaan/organisasi atau hal lain yang berkaitan dengan produknya.

c. Citra Keinginan (*Wish Image*)

Citra keinginan adalah seperti apa yang ingin dan dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga/perusahaan, atau produk yang ditampilkan tersebut dikenal menyenangkan dan diterima dengan kesan yang selalu positif yang diberikan oleh publiknya atau masyarakat umum.

d. Citra Perusahaan (*Corporate Image*)

Jenis citra ini adalah yang berkaitan dengan perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan (*corporate image*) yang positif, lebih dikenal, serta diterima oleh publiknya, tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam bidang marketing, dan hingga berkaitan dengan tanggung jawab sosial (*social care*).

e. Citra Serbaneka / Majemuk (*Multiple Image*)

Citra ini merupakan citra pelengkap dari citra perusahaan diatas, misalnya bagaimana pihak humas/PR akan menampilkan pengenalan (*awareness*) terhadap identitas perusahaan, atribut logo, seragam, para *front liner*, kondisi gedung, dekorasi lobby kantor,

dan penampilan para profesionalnya. Semua itu kemudian diidentikkan kedalam suatu citra serbaneka/majemuk (*multiple image*) yang diintegrasikan terhadap citra perusahaan (*corporate image*).

f. Citra Penampilan (*Performance Image*)

Citra penampilan ini lebih ditujukan subjeknya, bagaimana kinerja dan penampilan diri (*performance image*) para profesional pada perusahaan bersangkutan. Misal, dalam memberikan berbagai bentuk dan kualitas pelayanan, menyambut telepon, tamu, dan pelanggan sertapubliknya, harus serba menyenangkan serta memberikan kesan yang selalu baik.

2.3.3 Indikator Citra

Menurut Shirley Harrison (dalam Nur'aini dan Rasyid; 2015) ada 4 indikator dalam citra lembaga adalah sebagai berikut :

- 1 *Personality* yaitu karakteristik perusahaan yang dipahami publik seperti perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial.
- 2 *Reputasi* yaitu hal yang dilakukan perusahaan dan diyakini publik berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain, seperti kinerja keamanan transaksi sebuah perusahaan.
- 3 *Value* yaitu 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* yaitu komponen-komponen yang mempermudah publik mengenal perusahaan seperti logo, warna dan slogan.

2.4 Infaq

2.4.1 Pengertian Infaq

Secara bahasa, infaq berasal dari kata *anfaqa* yang berarti mengeluarkan sesuatu untuk kepentingan sesuatu. Sementara menurut istilah Syariat, infaq berarti mengeluarkan sebahagian dari harta atau pendapatan/penghasilan untuk kepentingan yang diperintahkan agama Islam. Jika zakat ada nisbahnya, maka infaq terbebas dari nisab. Infaq bisa dilakukan oleh siapa pun, baik yang berpenghasilan rendah maupun berpenghasilan kecil (Sanusi, 2009). Menurut undang-undang RI tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, Infaq adalah harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha diluar zakat untuk kemaslahatan umum.

2.4.2 Dasar Hukum

Syariah telah memberikan panduan kepada kita dalam berinfaq atau membelanjakan harta. Allah SWT dalam banyak ayat dan Rasulullah SAW dalam banyak hadist telah memerintahkan kita agar menginfakkan (membelanjakan) harta yang kita miliki. Allah juga memerintahkan agar seseorang membelanjakan harta untuk dirinya sendiri (QS. At-Tanghabun, 16) serta untuk menafkahi istri dan keluarga menurut kemampuannya (QS. At-Thalaq, 7). Dalam membelanjakan harta itu hendaklah yang

dibelanjakan adalah harta yang baik, bukan yang buruk khususnya dalam menunaikan infaq sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-qur'an dalam Surah Al-Baqarah: 267

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkan lah (dijalan Allah) sebahagian dari hasil usahamu yang baik baik dan sebahagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan jangan lah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (Q.S Al-Baqarah [2]: 267).

Adapun dasar hukum infaq telah banyak dijelaskan dalam Al-Qur'an diantaranya sebagai berikut :

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ ۗ وَأَحْسِنُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Dan belanjakanlah (harta bendamu) dijalan Allah, dan jangan lah kamu sengaja mencampakkan diri kamu kedalam bahaya kebinasaan dan berbuat baiklah karena sesungguhnya Allah mengasihi orang orang yang berusaha memperbaiki amalannya”. (Q.S Al- Baqarah [2]:195).

Selain itu dalam Surah Al-Baqarah 225 juga disebutkan yaitu :

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً ۗ وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

Artinya : “Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), maka Allah akan melipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. Dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki) dan kepada-Nya lah kamu dikembalikan.” (Q.S Al-Baqarah [2]:245).

2.4.3 Macam - Macam Infaq

Infaq secara hukum terbagi menjadi 4 macam antara lain sebagai berikut (An-Nawawi, 1982):

1. Infaq mubah

Mengeluarkan harta untuk perkara mubah seperti berdagang, bercocok tanam.

2. Infaq wajib

Infaq yang wajib yaitu mengeluarkan harta untuk perkara wajib seperti membayar mahar, menafkahi istri dan menafkahi istri.

3. Infaq haram

Mengeluarkan harta dengan tujuan yang diharamkan oleh Allah Swt. Yaitu:

- a. Infaq nya orang kafir untuk menghalangi syiar Islam

b. Infaq nya orang Islam kepada fakir miskin tapi tidak karena Allah Swt.

4. Infaq Sunnah

Infaq sunnah dikeluarkan dengan niat sedekah seperti infaq untuk jihad dan infaq kepada orang yang membutuhkan.

2.5 Penelitian Terdahulu

Sebelum penelitian ini dilakukan, penulis terlebih dahulu melakukan tinjauan terhadap beberapa hasil penelitian oleh orang lain. Beberapa penelitian yang pernah dilakukan berkaitan dengan judul penelitian ini yaitu:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Baharudin Adnan (2018). “Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Lemabaga Amil Zakat Dengan Kepuasan Muzakki Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Muzakki”.	Analisis regresi linear berganda	Menunjukkan bahwa secara langsung pengaruh kualitas pelayanan lembaga amil zakat memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan muzakki dan kepuasan muzaki memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas muzaki. Secara tidak langsung kualitas pelayanan lembaga amil zakat mempunyai pengaruh positif yang signifika terhadap loyalitas muzakki.

Tabel Lanjutan 2.1

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
2	Teuku Fadhil Magistra (2015). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce B2C di Jakarta Selatan".	Analisis regresi linear berganda	Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak secara signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen, kepuasan berpengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas konsumen, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sama-sama berpengaruh positif terhadap loyalitas
3	Indri Yulia Fitri dan Asma Nur Khoiriah (2016) "Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi Pada LAZ Rumah Zakat)".	Analisis regresi linear berganda	Menunjukkan bahwa kepuasan Muzakki berpengaruh positif terhadap loyalitas Muzakki LAZ Rumah Zakat, Transparansi berpengaruh positif terhadap loyalitas Muzakki LAZ Rumah Zakat dan Akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Muzakki LAZ Rumah Zakat. Secara simultan, kepuasan Muzakki, transparansi, dan akuntabilitas pada LAZ Rumah Zakat berpengaruh terhadap loyalitas Muzakki LAZ Rumah Zakat.
4	Arif Nurwanto (2015). "Pengaruh Citra Lembaga dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank BPD DIY Syari'ah".	Analisis regresi linear berganda	Menunjukkan bahwa citra lembaga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BPD DIY Syari'ah. Dan secara parsial citra lembaga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BPD DIY Syari'ah

Tabel Lanjutan 2.1

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
5	Indah Zara Putri (2018). “Strategi Marketing Communication Darut Tauhid Peduli Cabang Aceh Dalam membangun Citra Lembaga”.	Analisis regresi linear berganda	Menyatakan bahwa Strategi marketing communication DT Peduli cabang Aceh dalam membangun citra lembaga dengan cara menentukan target pemasaran, melakukan bauran pemasaran, dan melakukan bauran promosi. Dalam menjalin hubungan dengan instansi lain, upaya yang dilakukan DT Peduli cabang Aceh yaitu silaturahmi, melakukan pendekatan, follow up, dan perjanjian tertulis. Faktor pendukung DT Peduli cabang Aceh dalam membangun citra lembaga yaitu karena adanya icon K.H Gymnastiar sebagai pendiri DT Peduli yang dikenal sebagai pendakwah dan faktor penghambat DT Peduli cabang Aceh dalam membangun citra lembaga yaitu kurangnya sosialisasi kepada masyarakat
6	Fitriani Aulia Insani (2017). “Pengaruh Citra Lembaga terhadap Minat Muzakki untuk menyalurkan zakat profesi pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta	Analisis regresi linear berganda	Menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,563 yang artinya 57,3% minat untuk menyalurkan zakat profesi pada BAZNAS kota Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel citra lembaga sedangkan sisanya sebesar 42,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Tabel Lanjutan 2.1

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
7	Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliawati (2016). "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung".	Analisis regresi linear berganda	Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai (nilai p) $0.003 < 0.05$. Sebagian hasil uji menunjukkan bahwa hanya variabel empati yang memiliki sebagian pengaruh dalam kepuasan pelanggan dengan jumlah variabel yang signifikan (nilai p) berjumlah $0.021 < 0.05$
8	Indri Yulia Fitri dan Asma Khoiriyah (2016). "Pengaruh kepuasan Muzakki, transparansi dan akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) terhadap loyalitas Muzakki (Studi persepsi pada LAZ Rumah Zakat)".	Analisis regresi linear berganda	Menunjukkan bahwa kedua variabel independen yaitu kepuasan Muzakki dan transparansi mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas Muzakki artinya semakin tinggi kepuasan Muzakki dan transparansi lembaga semakin tinggi pula loyalitas Muzakki. Sedangkan variabel independen akuntabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas Muzakki

Penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian sebelumnya terdapat beberapa persamaan dan perbedaan, persamaan dan perbedaannya adalah sebagai berikut:

1. Persamaan yang terdapat pada skripsi Baharuddin Adnan (2018). Dengan penelitian terkait berkaitan dengan judul Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Lemabaga Amil

Zakat Dengan Kepuasan Muzakki Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Muzakki yaitu sama-sama dipengaruhi oleh variabel (kualitas pelayanan, kepuasan muzakki), dan perbedaan dalam penelitian ini adalah mengukur hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Muzakki dan pengaruhnya terhadap loyalitas Muzakki sedangkan dalam penelitian peneliti yaitu mengukur kualitas pelayanan dan citra lembaga berpengaruh terhadap kepuasan Muzakki.

2. Persamaan yang terdapat pada skripsi Teuku Fadhil Magistra (2015). Dengan penelitian terkait berkaitan dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce B2C di Jakarta Selatan yaitu sama-sama dipengaruhi oleh variabel (kualitas pelayanan, kepuasan), dan perbedaan dalam penelitian ini adalah Mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen sedangkan dalam penelitian peneliti terkait tentang mengukur pengaruh kualitas pelayan dan citra lembaga terhadap kepuasan Muzakki.
3. Persamaan yang terdapat pada skripsi Indri Yulia Fitri dan Asma Nur Khoiriah (2016). Dengan penelitian terkait berkaitan dengan judul Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi Pada LAZ Rumah Zakat) yaitu sama-sama dipengaruhi oleh variable (kepuasan muzakki), dan perbedaan dalam penelitian ini

adalah mengukur pengaruh kepuasan Muzakki, transparan, dan akuntabilitas terhadap loyalitas muzakki sedangkan dalam penelitian peneliti mengkaji tentang mengukur kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan muzakki.

4. Persamaan yang terdapat pada skripsi Arif Nurwanto (2015). Dengan penelitian terkait berkaitan dengan judul Pengaruh Citra Lembaga dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank BPD DIY Syariah yaitu sama-sama dipengaruhi oleh variabel (citra lembaga), dan perbedaan dalam penelitian ini adalah mengukur pengaruh citra lembaga dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BPD DIY Syariah sedangkan dalam penelitian peneliti membahas tentang mengukur kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan muzakki berinfraq di DT Peduli Cabang Aceh.
5. Persamaan yang terdapat pada skripsi Indah Zara Putri (2018). Dalam penelitian terkait berkaitan dengan judul Strategi Marketing Communication Darut Tauhid Peduli Cabang Aceh Dalam membangun Citra Lembaga yaitu sama-sama dipengaruhi oleh variabel (citra lembaga), dan perbedaan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Strategi Marketing communication DT Peduli Cabang Aceh dalam membangun citra lembaga, untuk mengetahui upaya yang dilakukan Marketing communication DT Peduli Cabang Aceh dalam menjalin hubungan dengan instansi lain dan

untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat marketing communication sedangkan dalam penelitian ini mengukur kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan muzakki berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.

6. Persamaan yang terdapat pada skripsi Fitriani Aulia Insani (2017). Dengan penelitian terkait berkaitan dengan judul Pengaruh Citra Lembaga terhadap Minat Muzakki untuk menyalurkan zakat profesi pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta sama-sama dipengaruhi oleh variabel (citra lembaga), sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah mengukur Pengaruh Citra Lembaga terhadap Minat Muzakki untuk menyalurkan zakat profesi pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta sedangkan dalam penelitian ini mengukur kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan muzakki berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh
7. Persamaan yang terdapat pada skripsi Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliawati (2016). Dengan penelitian terkait berkaitan dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung yaitu sama-sama dipengaruhi oleh Variabel (Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan), dan perbedaan dalam penelitian ini adalah mengukur Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung, sedangkan dalam penelitian peneliti mengkaji tentang mengukur kualitas

pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan muzakki berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.

8. Persamaan yang terdapat pada skripsi Indri Yulia Fitri dan Asma Khoiriyah (2016). Dengan penelitian terkait berkaitan dengan judul Pengaruh kepuasan Muzakki, transparansi dan akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) terhadap loyalitas Muzakki (Studi persepsi pada LAZ Rumah Zakat) yaitu sama-sama dipengaruhi oleh variabel (kepuasan muzakki), sedangkan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah mengukur Pengaruh kepuasan Muzakki, transparansi dan akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) terhadap loyalitas Muzakki (Studi persepsi pada LAZ Rumah Zakat), sedangkan dalam penelitian ini mengukur kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan muzakki berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh

2.6 Pengaruh Antar Variabel

2.6.1 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzaki

Kotler dalam Etta Sopiah mengemukakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan memahami dengan seksama harapan pelanggan serta

kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman kepuasan pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan pada perusahaan yang memberikan pelayanan yang memuaskan (Etta & Sopiah, 2013).

Kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan, dan kualitas pelayanan dievaluasi dari membandingkan antara harapan atas pelayanan dengan kinerja sesungguhnya setelah pelanggan mengkonsumsi jasa tersebut (Parasuraman, Zeithaml, & Berry: 1988). Berdasarkan teori diatas maka penelitian ini membentuk hipotesis sebagai berikut;

H₁ ; Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan muzaki

2.6.2 Pengaruh citra lembaga terhadap kepuasan Muzakki

Ganguli & Roy (2011) menyatakan sangat penting bagi perusahaan untuk memiliki citra yang baik karena citra akan dapat berfungsi sebagai filter dari segala kegiatan yang terjadi dalam perusahaan. Misalnya saja pada saat pelayanan yang disampaikan pihak perusahaan tidak sesuai dengan pelayanan yang diharapkan seorang konsumen, maka citra positif yang telah dimiliki akan

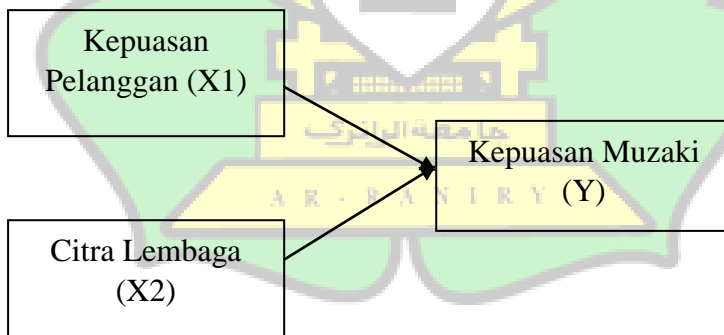
melindungi perusahaan bila konsumen tersebut menceritakan ketidakpuasannya atau menyampaikan WOM negatif kepada teman teman atau kerabatnya (Ganguli & Roy, 2011).

Berdasarkan teori dan hasil penelitian diatas, maka penelitian ini membentuk hipotesis sebagai berikut;

H₂ ; Citra lembaga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan muzaki

2.7 Kerangka Penelitian

Penelitian ini memiliki dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas pertama adalah kualitas pelayanan (X₁) dan variabel bebas kedua adalah citra lembaga (X₂) dan yang menjadi variabel terikat disini adalah kepuasan muzaki (Y). Hubungan variabel bebas dan variabel terikat tersebut dapat dilihat pada kerangka penelitian berikut ini:



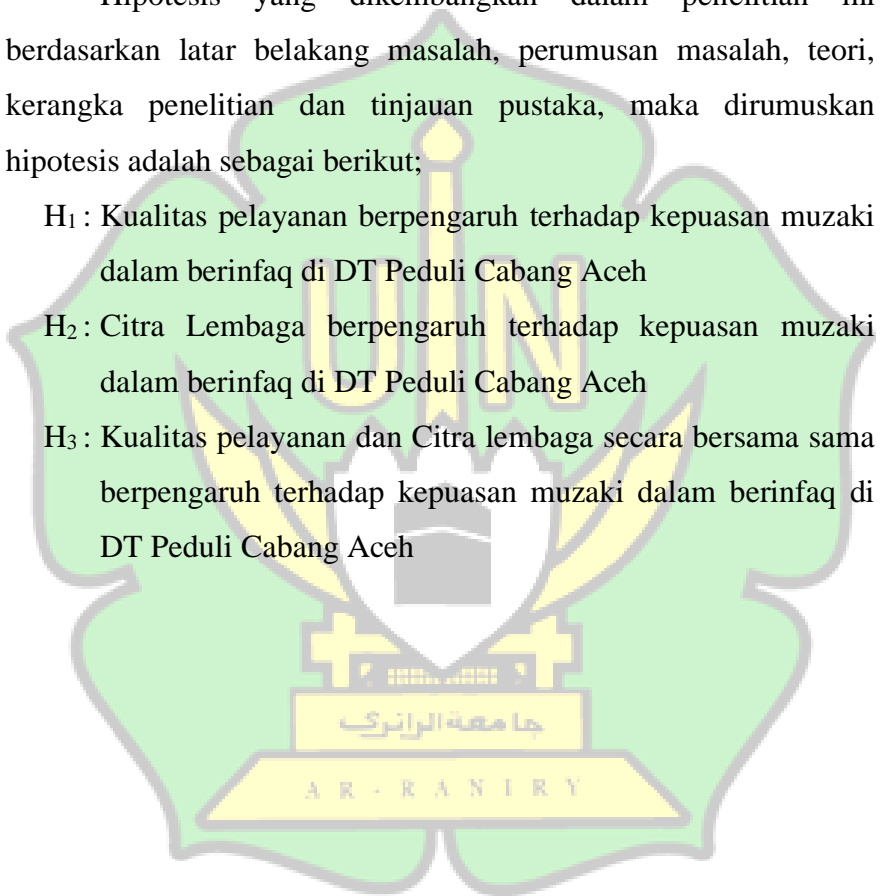
Gambar 2.1
Kerangka Penelitian

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya (Umar, 2014).

Hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, teori, kerangka penelitian dan tinjauan pustaka, maka dirumuskan hipotesis adalah sebagai berikut;

- H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh
- H₂ : Citra Lembaga berpengaruh terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh
- H₃ : Kualitas pelayanan dan Citra lembaga secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh



BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian dengan kuantitatif (*quantitative methods*). Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, sehingga data yang terdiri atas angka-angka dapat ditentukan berlandaskan data statistik. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *asosiatif kausal*. Menurut Sugiono (2013) hubungan *kausal* adalah hubungan yang bersifat sebab akibat variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2013).

3.2 Lokasi Dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di DT Peduli Cabang Aceh yang berlokasi di jalan Tgk. Daud Beureueuh no. 56 Kota Banda Aceh. Sedangkan objek penelitian dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X_1) dan citra lembaga (X_2) terhadap kepuasan Muzaki (Y) dalam berinqaf di DT Peduli cabang Aceh.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada satu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit atau

individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. (Nanang Martono; 2012). Menurut Sugiyono (2013) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah muzaki yang berinfaq di DT Peduli cabang Aceh yang berjumlah 770 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Oleh karena itu, Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan dan persyaratan tertentu sesuai dengan kaitan apa yang akan diteliti (Sugiyono; 2013).

Dalam penelitian ini, pertimbangan dan persyaratan sampel yang digunakan adalah muzaki yang berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh yang berinfaq kurang lebih 1 tahun 6 bulan. Penelitian ini menggunakan huruf slovin dalam pengambilan sampel dengan tingkat kesalahan 10%.

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Dimana:

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e= Tingkat Kesalahan 10%

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)} \\ &= \frac{770}{1 + (770 \cdot 0,1^2)} \\ &= \frac{770}{8,7} \\ &= 88,5 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan rumus di atas didapat jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 88,5 sampel. Untuk memudahkan peneliti dalam pengolahan data maka peneliti membulatkan sampel dari 88,5 menjadi 89 sampel untuk dijadikan responden.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penjelasan definisi dari variabel yang dipilih oleh peneliti. Dalam penelitian ini, terdapat 3 variabel yaitu 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Masing-

masing variabel memiliki definisi operasional tersendiri. Kemudian definisi operasional variabel ini diuraikan menjadi indikator.

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Indikator

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala	Item Pertanyaan
Variabel Independen						
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Rosady; 2016)	<i>1. Tangible</i> <i>2. Reliability</i> <i>3. Responsiveness</i> <i>4. Assurance</i> <i>5. Emphaty</i> (Hardiasyah; 2011)	1-5	Likert	A1-A5
2.	Citra Lembaga (X2)	Citra lembaga adalah	<i>1. Personality</i>	1-5	Likert	B1-B4

		kesan seseorang/in dividu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. (Frank Jeffkins; 2013)	2. <i>Reputasi</i> 3. <i>Value</i> 4. <i>Corporate identity</i> (Nur'aini dan Rasyid; 2015)			
Variabel dependen						
3.	Kepuasan muzaki (Y)	Kepuasan adalah hasil evaluasi pelanggan setelah melakukan pembelian barang atau jasa, dan pelanggan merasa bahwa barang atau jasa yang dibeli	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan (Tjiptono; 2014)	1-5	Likert	C1-C4

		mempunyai kinerja yang sama atau melebihi harapan mereka. (Kotler & Keller; 2014)				
--	--	---	--	--	--	--

Sumber: Hasil olahan penulis, 2019

3.5 Data dan Sumber Data.

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan melakukannya. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau data yang didapat dari sumber yang pertama baik dari individu ataupun perorangan seperti dari hasil angket. Dalam penelitian ini sumber data primer berasal dari responden yang dikumpulkan melalui angket oleh peneliti (Hasan, 2002).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data yang relevan, akurat dan reliabel. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1 Angket

Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket untuk mencari data langsung dari para masyarakat atau muzaki yang penulis ambil sebagai sampel. Angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab (Sugiyono; 2013). Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu angket yang disusun dengan menyediakan alternatif jawaban sehingga memudahkan responden dalam memberi jawaban dan memudahkan peneliti dalam menganalisa.

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan teknik ini untuk memperoleh data primer berupa komponen-komponen yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh. Adapun instrumen penelitian yang digunakan dalam metode ini adalah pedoman angket yang diberikan kepada responden untuk memberikan alternatif jawaban. Dalam hal ini penulis menggunakan pernyataan-pernyataan yang diajukan dan jawabannya sudah disediakan. Sehingga responden tinggal memilih di antara alternatif jawaban yang telah disediakan.

3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran untuk mengukur nilai variabel dengan instrument dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi

seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono; 2013).

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Tabel 3.2
Skala Likert

Keterangan Pilihan	Skor
1. Sangat Setuju (SS)	5
2. Setuju (S)	4
3. Kurang Setuju (KS)	3
4. Tidak Setuju (TS)	2
5. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.8 Intrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Valid didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Uji validitas ini memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklasifikasikan pada variabel-variabel yang telah ditetapkan. Apabila suatu pertanyaan mampu

mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut maka data tersebut disebut valid (Ghozali; 2011).

Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen penelitian, digunakan program SPSS 25.0 Output pada uji validitas yang diinterpretasikan adalah pada tabel *pearson correlation* yang merupakan hasil korelasi dari skor pada item dengan skor total itemnya. Dengan sampel (n) = 89 dan $\alpha = 0.05$.

3.8.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ukuran reliabilitas dapat dilihat melalui reliability statistik pada detail Cronbach alpha dalam perhitungan menggunakan SPSS 25.0 diukur berdasarkan skala 0 sampai 1. Semakin mendekati angka 1, maka instrumen dinyatakan semakin reliable (Ghozali; 2011). Dalam penelitian ini, ketentuan untuk menetapkan tingkat reliabilitas didasarkan pada kondisi sebagaiberikut:

- a. Reliabel jika nilai Cronbach alpha > 0.60
- b. Tidak reliabel jika nilai Cronbach alpha < 0.60

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam

penelitian ini memenuhi asumsiklasik atau tidak. Jika model regresi telah memenuhibeberapa asumsi klasik, maka akan diperoleh perkiraan yang tidak bias serta efisien (Ghozali; 2011). Uji asumsi klasik terdiri dari beberapa bagian, yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji parametrik) adalah data harus memiliki distribusi normal (atau berdistribusi normal). Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji grafik histogram dan uji grafik *Normal P-P Plot*. Data terdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$ (Sarjono dan Julianita, 2011).

2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedasitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas dalam model, atau dengan perkataan lain tidak terjadi heteroskedastisitas (Sarjono dan Julianita; 2011). Pendeteksian terhadap gejala heteroskedastisitas ini juga

menggunakan metode *Glejser*, yang ditunjukkan oleh masing-masing koefisien regresi dari masing-masing variabel independen terhadap nilai absolut residunya (e), dengan kriteria:

- a. Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai probabilitas signifikansi $> \alpha$ (0.05)
- b. Terjadi gejala heteroskedastisitas jika nilai probabilitas signifikansi $< \alpha$ (0.05)

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antarvariabel independen. Jika terjadi korelasi kuat, terdapat multikolinearitas yang harus diatasi. (Umar; 2010).

Ada tidaknya problem multikolinearitas didalam model regresi tersebut dapat dideteksi melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Suatu model regresi dikatakan terdapat gejala multikolinearitas apabila nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 . Uji multikolinearitas ini dilakukan dengan bantuan SPSS 25.0

3.9 Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Adapun analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya)

variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). (Sugiyono; 2013). Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan muzaki dalam berinfiaq di DT Peduli Cabang Aceh.

Persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y : Variabel terikat kepuasan muzaki

X₁: Variabel bebas kualitas pelayanan

X₂ : Variabel bebas citra lembaga

a : Konstanta

b₁: koefisien regresi kualitas pelayanan

b₂: koefisien regresi citra lembaga

e : standart eror

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Pengetahuan tentang koefisien regresi atau uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu berpengaruh terhadap

nilai variabel terikat. Uji parsial atau uji individu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali; 2011). Adapun penjabaran hipotesis dalam uji parsial dapat dijelaskan di bawah ini.

- a. $H_0 = 0$, artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan muzaki berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.
 $H_a \neq 0$, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan muzaki berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.
- b. $H_0 = 0$, artinya citra lembaga tidak berpengaruh terhadap kepuasan muzaki berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.
 $H_a \neq 0$, artinya citra lembaga berpengaruh terhadap kepuasan muzaki berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.

Uji parsial ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 25.0 dan kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah suatu variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat atau tidak adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai t -hitung $>$ t -tabel dan nilai probabilitas signifikansinya $< \alpha$ (0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, variabel kualitas pelayanan dan citra lembaga berpengaruh terhadap kepuasan Muzakki berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.
- b. Jika nilai t -hitung $<$ t -tabel dan nilai probabilitas signifikansinya $> \alpha$ (0.05), maka H_a ditolak dan H_0 diterima,

variabel kualitas pelayanan dan citra lembaga tidak berpengaruh terhadap kepuasan Muzakki berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.

3.10.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali; 2011). Penjabaran hipotesis dari uji simultan dapat dijelaskan dibawah ini:

- a. $H_0 = 0$, artinya kualitas pelayanan dan citra lembaga secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan muzaki berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.
- b. $H_a \neq 0$, artinya kualitas pelayanan dan citra lembaga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan muzaki berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.

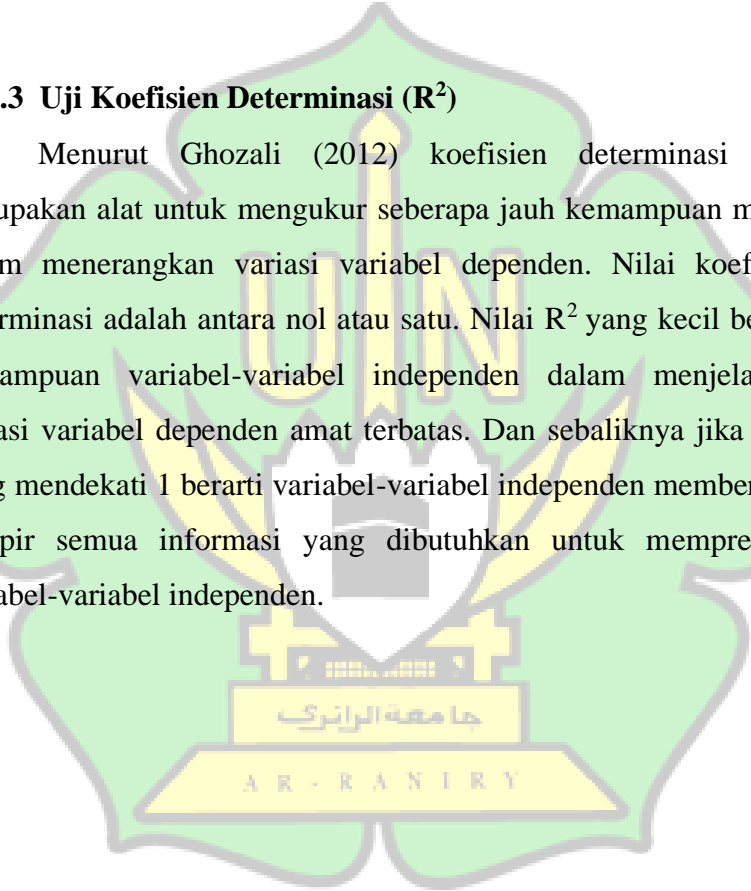
Uji simultan ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 25.0 dan kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat atau tidak adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai F-hitung $>$ F-tabel dan nilai probabilitas *Sig.* $<$ α (0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, variabel kualitas pelayanan dan citra lembaga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan muzaki berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.

- b. Jika nilai F -hitung $<$ F -tabel nilai probabilitas $Sig. >\alpha$ (0.05), maka H_a ditolak dan H_o diterima, variabel kualitas pelayanan dan citra lembaga secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan muzaki berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh.

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2012) koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel independen.



BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Profil Darut Tauhid Peduli (DT Peduli)

DT Peduli adalah sebuah Lembaga Amil Zakat Nasional dan merupakan Lembaga Nirlaba yang bergerak dibidang penghimpunan (*fundraising*) dan pendayagunaan dana Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf (ZISWA). Didirikan 16 Juni 1999 oleh KH. Abdullah Gymnastiar sebagai bagian dari Yayasan Darut Tauhid dengan tekad menjadi LAZ yang amanah, profesional, dan jujur berlandaskan pada Ukhuwah Islamiyah.

Latar belakang berdirinya DT Peduli adalah bahwa Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia memiliki potensi zakat dan infaq yang amat besar. Sayangnya, pada saat itu sebagian besar masyarakat masih belum memiliki kesadaran untuk berzakat sesuai dengan ketentuannya. Hal ini juga menjadi perhatian karena belum optimalnya penggunaan dana zakat ini, dan penyalurannya yang hanya sebatas pada pemberian bantuan saja tanpa memikirkan kelanjutan dari kehidupan penerima dana (*mustahiq*).

DT Peduli berusaha untuk mengatasi hal-hal tersebut. Selain menguatkan kesadaran masyarakat terhadap zakat, DT Peduli juga berusaha menyalurkan dana yang sudah diterima kepada mereka yang benar-benar berhak dan berusaha mengubah nasib kaum *mustahiq* menjadi muzaki atau mereka yang sebelumnya menerima zakat menjadi pemberi zakat.

Kiprah DT Peduli ini mendapat perhatian pemerintah, kemudian ditetapkan menjadi LAZNAS sesuai dengan SK Menteri Agama No. 257 Tahun 2016 pada tanggal 11 Juni 2016. Dimana sebelumnya sejak tahun 2004 telah menjadi Lembaga Amil Zakat Nasional dengan nomor SK 410 Tahun 2004.

Mulai tahun 2004, DT Peduli mengembangkan konsep penyaluran dana zakat bergulir berkesinambungan untuk para penerima zakat, agar suatu saat dapat meningkatkan taraf hidupnya dan mampu berubah dari penerima zakat menjadi pemberi zakat. Lembaga tidak hanya memberi ikannya saja, melainkan juga memberi kailnya, agar mereka bisa terus berusaha dan meningkatkan taraf hidupnya. Oleh karena itu, saat ini peningkatan kekuatan ekonomi dan pembelajaran bagi masyarakat merupakan prioritas yang harus diutamakan sehingga upaya-upaya untuk menumbuhkan kemampuan dan kemandirian umat yang berasal dari sinergi potensi masyarakat patut untuk diwujudkan secara bersama-sama.

DT Peduli memiliki kantor pusat yang beralamat di Jl. Gegerkalong Girang No.32, Bandung. Serta memiliki 26 kantor cabang yang tersebar di Negara Indonesia dan Taiwan yaitu

di Jakarta Pejaten, Jakarta Cipaku, Bandung, Bogor, Tasikmalaya, Yogyakarta, Semarang, Solo, Lampung, Palembang, Batam, Jambi, Garut, Bekasi, Metro Lampung, Sukabumi, Lubuk Linggau, Banjarmasin, Banten, Banda Aceh, Malang, Taiwan (Taipei), Kerawang, Kuningan, Cirebon dan Medan.

1. Visi – Misi DT Peduli Cabang Aceh

a) Visi

Menjadi model Lembaga Amil Zakat (LAZNAS) yang amanah, profesional, akuntabel, dan terkemuka dengan daerah operasi yang merata.

b) Misi

Mengoptimalkan potensi ummat melalui Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS). Memberdayakan masyarakat dalam bidang ekonomi, pendidikan, dakwah dan sosial menuju masyarakat mandiri.

2. Kepengurusan

a) Dewan Pembina Yayasan Darut Tauhid

- 1) KH. Abdullah Gymnastiar
- 2) H. Abdurrahman Yuri

b) Dewan Pengawas Yayasan Darut Tauhid

- 1) H. Wahyu Prihartono
- 2) H. Dudung Abdul Gani, SE
- 3) H. Feri Susanto

c) Pengurus Yayasan Darut Tauhid

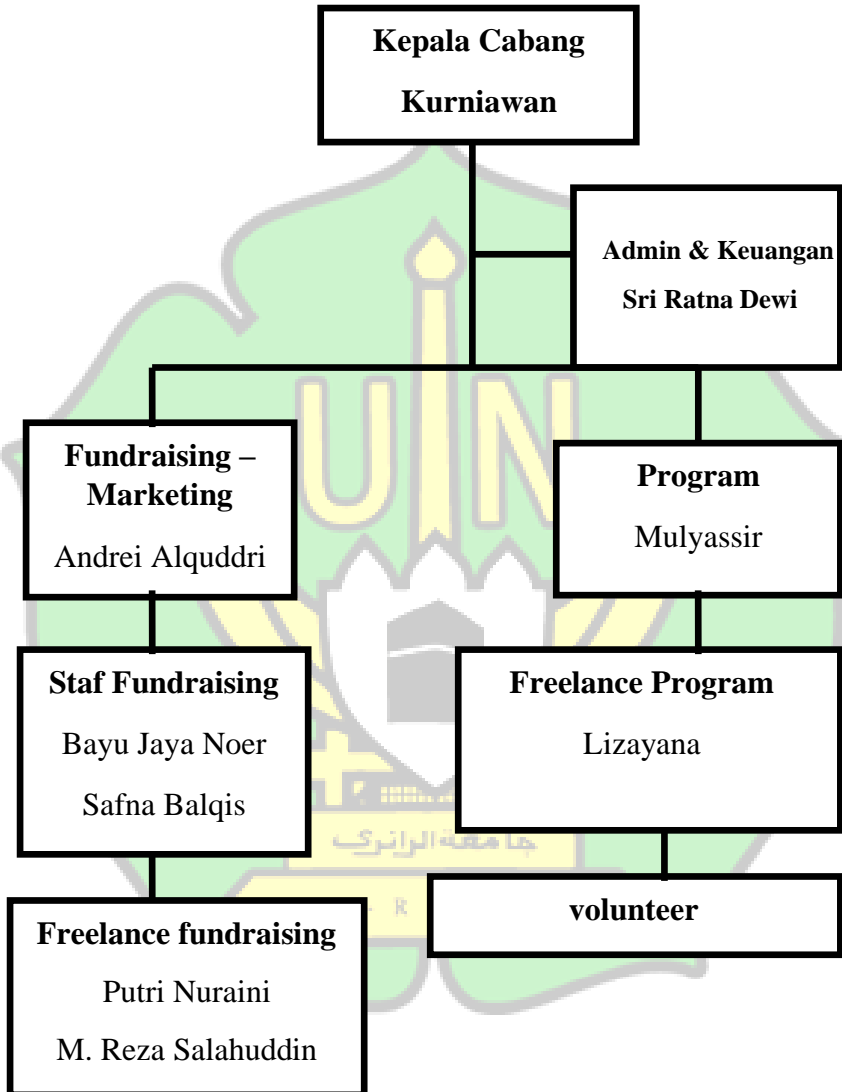
- 1) H. Gatot Kunta Kumara, MM

- 2) H. Tomy Satyagraha, ST
 - 3) H. Yunus Zainuddin
- d) Dewan Syariah DT Peduli
- 1) KH. Prof. DR. Miftah faridl
 - 2) Ali Nurdin, Lc. MEI
- e) Manajemen Inti DT Peduli
- 1) Direktur Utama DT Peduli : H. Herman S.Sos. I
 - 2) Direktur Fundraising : Dikdik Sodikin
 - 3) Direktur Program : Muhammad Ikhsan
 - 4) Direktur Markom : Hendra Irawan
 - 5) Kepala Kesekretariatan : Nurhayati



3. Struktur Organisasi DT Peduli Cabang Aceh

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



Sumber: Kepala DT Peduli Cabang Aceh.

4. Legal Formal

- a. S.K Pengurus YYS DT No.10/SK/C/YYS-DT/VIII/10 Tentang Pemberhentian dan pengangkatan Pejabat Struktural DPU DT.
- b. S.K Pengurus YYS DT No.09/SK/Y/YYS-DT/1/13 Tentang Perubahan Struktur Organisasi DPU DT.
- c. UU RI No.23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.
- d. S.K Gubernur Jawa Barat No.451.12/Kep.846-YANSOS/2002, Tentang Pengukuhan DPU DT sebagai LAZDA (Lembaga Amil Zakat Daerah).
- e. AKTA Notaris Dr. Wiratni Ahmadi, SH. No.17, Tanggal 22 April 2004.
- f. S.K Menteri Agama RI, No.410, Tentang Pengukuhan Sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS). PP.No.14 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Zakat.
- g. S.K Menteri Agama RI, No.257 Tahun 2016 Tentang Legalitas DPU DT Sebagai LAZNAS (Lembaga Amil Zakat Nasional).

4.2 Program DT Peduli

1. Program Ikhtiar KU

Kemampuan seseorang atau sekelompok orang untuk memanfaatkan seluruh potensi yang dimilikinya dalam memenuhi kebutuhan dasar hidupnya. Sehingga tidak bergantung pada orang lain. Sama halnya dengan pendidikan, ekonomi juga merupakan hal vital dalam kehidupan. Untuk itu,

DT Peduli dalam upaya memandirikan penerima manfaat (Mustahik), membuat beberapa program dalam bidang ekonomi. Beberapa program Mandiri Ekonomi DT Peduli antaranya;

a. Misykat

Misykat (*Microfinance Syariah Berbasis Masyarakat*) merupakan program pemberdayaan ekonomi produktif yang dikelola secara sistematis, intensif dan berkesinambungan. Para peserta (mustahik) diberi nama bergulir, keterampilan dan wawasan berwirausaha, pendidikan menabung, penggalian potensi, pembinaan akhlak dan karakter sehingga mereka menjadi berdaya dan didorong untuk lebih mandiri.

b. Usaha Ternak Mandiri (UTM)

Penggemukan hewan ternak yang sarannya adalah memberdayakan ternak kecil dipedesaan. Program dilaksanakan dalam bentuk pengelolaan hewan ternak yang berkualitas sampai pada proses pemasaran melalui program pendampingan yang intensif dan berkesinambungan. Hasil akhirnya adalah terlaksananya keberlangsungan dan kemandirian mustahik.

c. Usaha Tani Mandiri (UTAMA)

Memberdayakan petani kecil dipedesaan. Program dilaksanakan dalam bentuk pengelolaan lahan yang berkualitas sampai pada proses pemasaran melalui program pendampingan

yang intensif dan berkesinambungan dan kemandirian mustahik.

2. Program Dakwah KU

Merupakan program layanan yang diberikan kepada individu, kelompok masyarakat yang bertujuan untuk memudahkan akses ilmu agama dan kehidupan bersosial sehingga tercipta masyarakat madani. Dengan program sebagai berikut;

a. Baitul Qur'an

Pemberian biaya pendidikan Tahfidz Qur'an dan biaya asrama bagi peserta didik yang kurang mampu dan mempunyai kapasitas menghafal Al-Qur'an dengan baik.

b. Mobil Cinta Masjid KU

Layanan sarana dakwah dan pelayanan program kebersihan masjid yang ada dipelosok desa dan pendistribusian Al-Qur'an.

c. Media Dakwah KU

Layanan keilmuan yang disajikan melalui media cetak berupa majalah, buletin dan news letter yang berisikan laporan distribusi dana yang terkumpul khasanah Islam dan konsultasi seputar keluarga.

d. Majelis Ta'lim Manajemen Qalbu

Layanan kajian keilmuan secara kolosal dengan konsep manajemen Qalbu, yang dilaksanakan diberbagai kota di Indonesia.

3. Program Beasiswa KU

Kemampuan seseorang untuk memanfaatkan potensi dan peluang yang ada, sehingga memiliki kesadaran dan pemahaman untuk hidup atas kemampuan sendiri. Hingga saat ini DT Peduli masih tetap berupaya memandirikan mustahik dalam bidang pendidikan. Didasari atau tidak, pendidikan merupakan hal yang amat penting dalam kehidupan. Dengan demikian, DT Peduli berkomitmen menjadi “kekuatan” untuk mencetak generasi bangsa yang tak hanya menjadi ahli zikir, tapi juga ahli fikir (pendidikan). Program-program yang diselenggarakan adalah sebagai berikut ;

a) Beasiswa TK/PAUD KU

Pemberian biaya pendidikan bagi anak usia dini yang kurang mampu dari segi ekonomi, sehingga proses pendidikan masih bisa dirasakan sejak dini.

b) Beasiswa SD KU

Pemberian biaya pendidikan bagi anak usia kelas 1 hingga kelas 6 SD dari keluarga yang kurang mampu dari segi ekonomi, sehingga proses pendidikan masih bisa dirasakan sejak dini.

c) Beasiswa SMP KU

Pemberian biaya pendidikan dan *boarding* bagi anak usia kelas 1 hingga kelas 3 SMP dari keluarga yang kurang mampu dari segi ekonomi, namun anak memiliki prestasi dan

berkeinginan kuat untuk melanjutkan sekolah sehingga proses pendidikan masih bisa dirasakan sejak dini.

d) Beasiswa SMK KU

Pemberian biaya pendidikan dan *boarding* bagi anak usia kelas 1 hingga kelas 3 SMK yang berasal dari keluarga kurang mampu dari segi ekonomi, dan memiliki prestasi dan berkeinginan kuat untuk melanjutkan sekolah sehingga proses pendidikan masih bisa dirasakan sejak dini.

e) Beasiswa SMA KU

Pemberian biaya pendidikan dan *boarding* bagi anak usia kelas 1 hingga kelas 3 SMA ditambah 1 tahun pertama pendidikan Tahfiz Qur'an dan pembentukan karakter pemimpin, dari keluarga kurang mampu dari segi ekonomi dan memiliki prestasi serta berkeinginan kuat untuk melanjutkan sekolah sehingga proses pendidikan masih bisa dirasakan sejak dini.

f) Bea Mahasiswa KU

Pemberian biaya pendidikan dan pelatihan pembekalan kerja bagi para mahasiswa yang ada di Perguruan Tinggi di Indonesia yang berasal dari keluarga yang kurang mampu dari segi ekonomi, namun memiliki prestasi dan berkeinginan kuat untuk mandiri.

g) Balai Kreatif KU

Pemberian pelatihan *skill* bagi para generasi muda-mudi Indonesia yang kurang mampu dari segi ekonomi namun memiliki keinginan kuat untuk mandiri.

4. Program Peduli KU

Layanan tanggap darurat bagi korban bencana alam yang meliputi pemulihan trauma, pembangunan tempat tinggal sementara, serta kebutuhan pokok lainnya yang dibutuhkan di wilayah sekitar bencana.

a) Layanan Peduli Sosial

Layanan pemberian bantuan dana bagi keluarga yang kurang mampu. Pemberian bantuan berupa barang dan uang, disesuaikan dengan kebutuhan tiap keluarga.

b) Layanan Peduli Kemanusiaan

Layanan tanggap darurat bagi korban bencana alam yang meliputi trauma healing, penyaluran sembako, dan kebutuhan pokok lainnya yang dibutuhkan di wilayah bencana dan sekitarnya.

c) Ramadhan Peduli Negeri

Pemberian paket lebaran bagi keluarga dhuafa dan berbuka bersama sahabat yatim piatu dengan memberikan santunan dan kegiatan yang menarik bagi anak-anak.

d) Qurban Peduli Negeri

Penyembelihan dan pendistribusian daging qurban ke pelosok negeri yang padat, kumuh, miskin. Sesuai dengan tuntunan syariah, dimana hewan yang disembelih merupakan hasil pemberdayaan peternak di desa binaan. Juga adanya kegiatan nyata bersama anak yatim dan dhuafa serentak diseluruh cabang DT Peduli se Indonesia.

e) Peduli Lingkungan KU

Pemberian sarana kebersihan lingkungan masjid dan sekitarnya, dengan rangkaian kegiatan manajemen Masjid, pelatihan pengurusan janaiz, pendistribusian qurban dan penghijauan bumi.

4.3 Karakteristik Responden

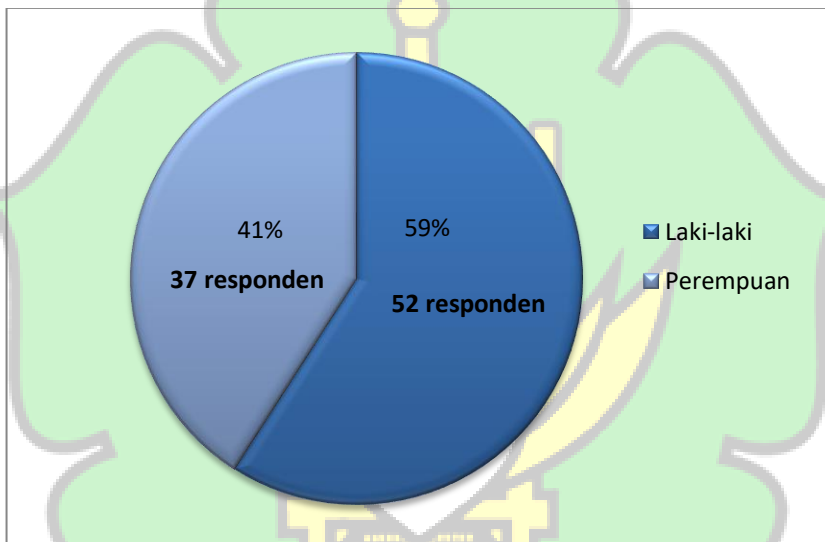
Dalam penelitian ini peneliti menguraikan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh. Dalam penelitian ini responden yang diteliti sebesar 89 orang muzaki.

Dalam mendeskripsikan profil responden maka penelitian ini difokuskan berdasarkan jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan dan penghasilan. Hal ini dapat diuraikan melalui pembahasan berikut :

4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi profil responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan atau menggambarkan jenis kelamin responden dalam bentuk jumlah dan persentase. Adapun deskripsinya sebagai berikut

Gambar 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : diolah dari data angket, 2019

Berdasarkan pada diagram lingkaran di atas menyajikan data tentang jenis kelamin dari 89 orang responden terdapat 52 orang berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 59% dan 37 orang berjenis kelamin perempuan dengan persentase 41%.

4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan identitas responden berdasarkan usia atau umur responden. Adapun deskripsinya sebagai berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
20-29 Tahun	20	23%
30-39 Tahun	20	21%
40-49 Tahun	37	42%
>50 Tahun	12	14%
Jumlah	89	100%

Sumber : diolah dari data angket, 2019

Daftar pada tabel 4.1 di atas menyajikan data responden berdasarkan usia responden, dari 89 orang responden terdapat 20 orang responden (23%) yang berusia 20-29 tahun, 20 orang responden (21%) yang berusia 30-39 tahun, 37 orang responden (42%) yang berusia 40-49 tahun, dan 12 orang responden (14%) yang berusia lebih dari 50 tahun.

4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Deskripsi responden berdasarkan latar belakang pendidikan bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan identitas responden berdasarkan latar belakang pendidikan terakhir. Adapun deskripsinya sebagai berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase (%)
SMA/MA	37	42%
Srata 1	29	32%
Lainnya	23	26%
Jumlah	89	100%

Sumber : diolah dari angket, 2019

Daftar tabel 4.3 di atas menyajikan data responden berdasarkan tingkat pendidikan dari 89 orang responden, 37 orang responden (42%) yang berpendidikan SMA/MA, 29 orang responden (32%) yang berpendidikan Srata 1, dan 23 orang responden (26%) berpendidikan selain SMA/MA dan Srata 1.

4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Deskripsi responden berdasarkan latar belakang Jenis pekerjaan bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan

identitas responden berdasarkan latar belakang jenis pekerjaannya. Adapun deskripsinya sebagai berikut :

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase(%)
PNS	17	19%
Swasta	25	28%
Pensiunan	16	18%
Mahasiswa	12	14%
Lainnya	19	21%
Jumlah	89	100%

Sumber : diolah dari data angket, 2019

Daftar tabel 4.4. di atas menyajikan data tentang jenis pekerjaan responden dari 89 orang responden, terdapat 17 orang responden (19%) yang bekerja sebagai PNS, 25 orang responden (28%) yang bekerja sebagai swasta, 16 orang responden yang pensiunan, 12 orang responden (14%) yang masih mahasiswa, dan 19 orang responden (21%) yang bekerja ditempat lainnya.

4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan

Deskripsi responden berdasarkan latar belakang penghasilan bulanan bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan identitas responden berdasarkan tingkat penghasilan bulannya. Adapun deskripsinya sebagai berikut :

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan

Penghasilan Bulanan	Jumlah Responden	Persentase (%)
< 2,9 juta	30	33%
3 - 5,9 juta	42	48%
6 - 8,9 juta	17	19%
Jumlah	89	100 %

Sumber : diolah dari data angket, 2019

Daftar tabel 4.5 di atas menyajikan data responden berdasarkan penghasilan bulanan terdapat 30 orang responden (33%) berpenghasilan lebih kecil dari 2,9 juta, 42 orang responden (48%) berpenghasilan 3 – 5,9 juta, dan 17 orang responden (19%) yang berpenghasilan 6 – 8,9 juta.

Berdasarkan dari data responden di atas, sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 59% selebihnya 41% berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa muzaki yang berinfaq di DT Peduli cabang Aceh lebih banyak laki-laki dibandingkan perempuan. Berdasarkan usia, responden yang berumur 40-49 tahun lebih lebih banyak yaitu sebesar 42%. Berdasarkan tingkat pendidikan, responden dengan latar belakang tingkat pendidikan SMA lebih banyak dibandingkan dengan yang lainnya yaitu sebesar 42%. Kemudian berdasarkan jenis pekerjaan, yang bekerja di tempat swasta lebih dominan dari pada yang lainnya yaitu sebesar 28%. Berdasarkan penghasilan bulanan responden dengan penghasilan 3-5,9 juta lebih banyak yang berinfaq di DT Peduli cabang Aceh.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Setelah mengumpulkan kuesioner dari responden, kemudian dilakukan uji validitas kembali terhadap data yang diperoleh. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur yang melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini dapat dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan nilai r tabel *degree of freedom* = $n-k$, dan daerah sisi pengujian dengan signifikansi 0,05. Jika r hitung tiap item variabel pernyataan bernilai positif dan lebih besar dari r tabel (lihat *correctitem-total correlation*) maka item variabel pernyataan tersebut dikatakan valid, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi (*two tailed*) dan jumlah data (n)=89. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa SPSS 25.0 (*Statistical Package For Social Science 25.0*). Hasil uji validitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
A1	0,855	0,209	Valid
A2	0,889	0,209	Valid
A3	0,918	0,209	Valid
A4	0,892	0,209	Valid
A5	0,894	0,209	Valid
B1	0,862	0,209	Valid
B2	0,908	0,209	Valid
B3	0,798	0,209	Valid
B4	0,843	0,209	Valid
C1	0,881	0,209	Valid

C2	0,896	0,209	Valid
C3	0,706	0,209	Valid

Sumber ; Data primer yang diolah, 2019

Dari Tabel 4.1. di atas, dapat dilihat bahwa pada r hitung, nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r tabel sebesar 0,209, hasil analisis dapat dilihat bahwa seluruh item variabel lebih besar dari r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item variabel dependen dan independen Valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat ukur dapat diandalkan untuk digunakan lebih lanjut. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *cronbach's alpha*, instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien *cronbach's alpha* sama dengan 0,60 atau lebih. Hasil uji reliabilitas data dapat di lihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Croanbach's Alpha	Standar	Keterangan
A (X1)	0,934	0,60	Handal
B (X2)	0,874	0,60	Handal
C (Y)	0,756	0,60	Handal

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

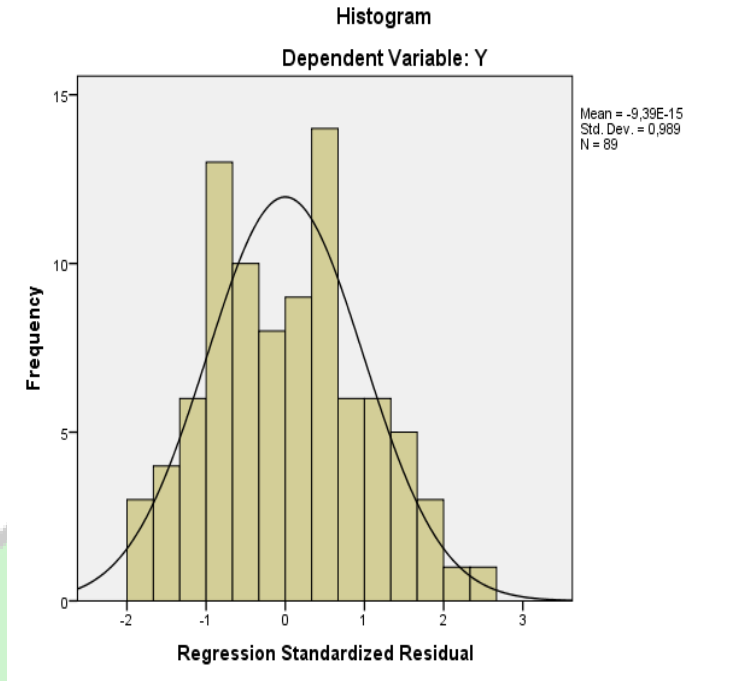
Berdasarkan uji reliabilitas di atas, dapat dikatakan bahwa seluruh item reliabel. Ini dapat dilihat dari keseluruhan item

pernyataan memiliki *cronbach's alpha* standar yaitu 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item-item pengukur variabel dari kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

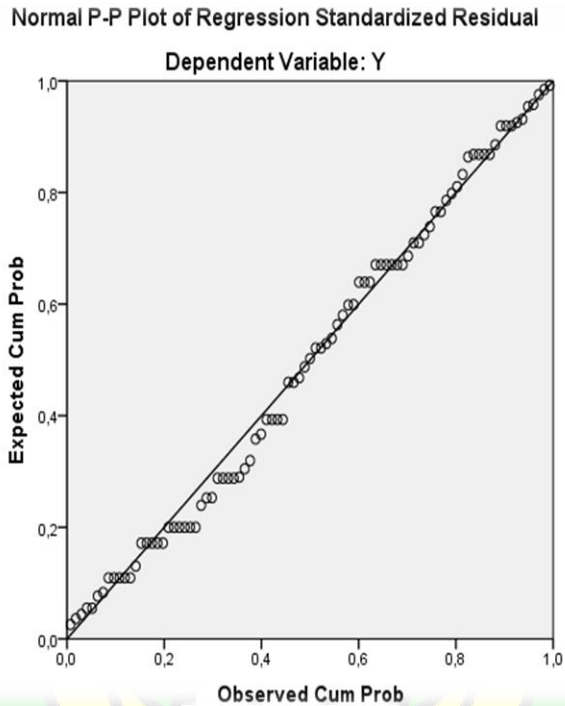
Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal ataupun mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dan SPSS 25.0. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :



Sumber : Output SPSS 25.0, 2019

Gambar 4.2
Uji Normalitas Histogram

Pada gambar 4.2 di atas, Gambar histogram menjelaskan bahwa sebaran data kuesioner atau pola distribusi berat ke kanan yang artinya adalah data berdistribusi normal. Namun pada bagian kiri terdapat pola dengan frekuensi tinggi yang menandakan bahwa terdapat beberapa sebaran data kuesioner memiliki kesamaan jawaban.



Sumber : Output SPSS 25.0, 2019

Gambar 4.3
Uji Normalitas P-P Plot

Adapun dari gambar 4.3 *p-p plot* di atas dapat disimpulkan bahwa sebaran data mengikuti garis diagonal, dengan kata lain bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah terdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov

Tabel 4.8
Uji Normalitas Kolmogorov-smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,27213307
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,073
	Negative	-,046
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

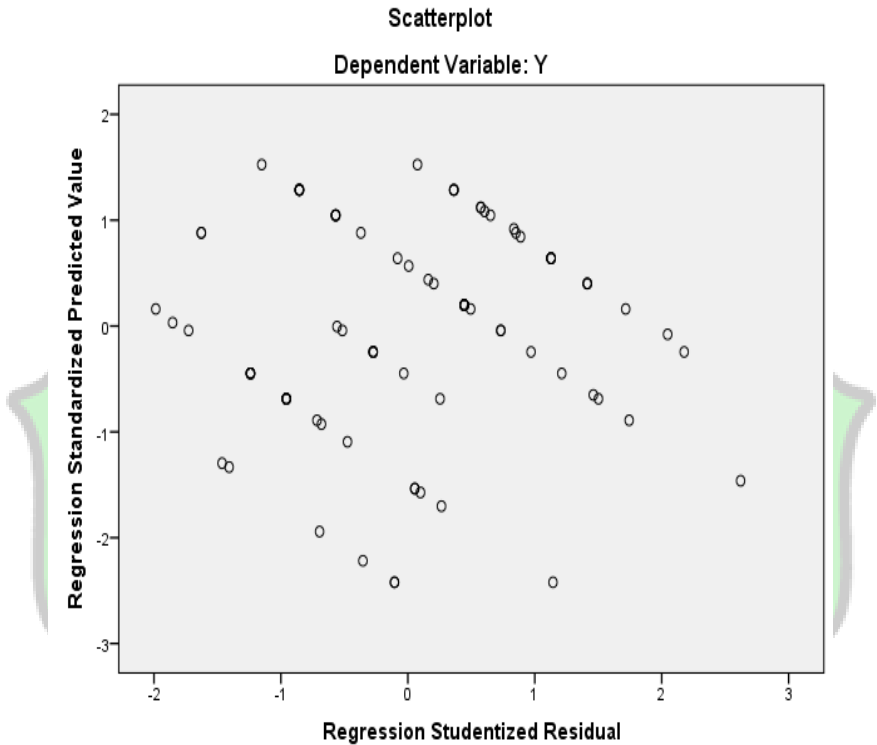
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas kolmogorov smirnov terlihat dari nilai Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,200 atau probabilitas $> 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heterokedastisitas. Asumsi penting dalam regresi linear klasik adalah bahwa gangguan yang muncul dalam model regresi korelasi adalah homokedastisitas, yaitu semua

gangguan mempunyai variasi yang sama. Hasil uji heterokedastisitas dapat di lihat pada gambar *scatterplot*, seperti pada gambar dibawah ini:



Sumber : Output SPSS 25.0, 2019

Gambar 4.4
Hasil Uji Heterokedastisitas

Dari gambar di atas terlihat bahwa sebaran titik-titik tidak membentuk suatu pola/alur tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas. Asumsi klasik tentang heterokedastisitas dalam model ini terpenuhi, yaitu terbebas dari heterokedastisitas.

4.5.3 Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas antar variabel, caranya dengan melihat *Tolerance and inflation factor* (VIF) pada model regresi atau dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (R^2). Adapun nilai dari VIF harus lebih kecil dari pada 10 dan mempunyai angka *tolerance* lebih dari 0,1. Hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan SPSS 25.0 ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	1,775	,252		7,039	,000		
X1	,330	,094	,440	3,520	,001	,307	3,257
X2	,311	,108	,360	2,883	,005	,307	3,257

a. Dependent Variable: Y
Sumber : Data primer (diolah), 2019

Berdasarkan dari tabel di atas, pada bagian *Collinearity Statistic* untuk kedua variabel bebas menunjukkan angka VIF < 10 dan angka *tolerance* lebih dari 0, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas artinya tidak adanya hubungan antar variabel bebas.

4.6 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang berhubungan dengan proses pengumpulan data. Data penelitian diperoleh dari hasil angket atau kuesioner yang disebarakan kepada muzaki yang berinqaf di DT Peduli cabang Aceh. Data tersebut terdiri dari sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, citra lembaga dan kepuasan muzaki.

1. Pernyataan Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Adapun tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan (X1)

pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah jawaban	Jumlah responden	Rata-rata
	ST	T	K	S	S			
A1	0	0	5	34	50	401	89	4,5
A2	0	0	7	28	54	403	89	4,5
A3	0	0	10	41	38	384	89	4,3
A4	0	0	13	56	20	363	89	4,0
A5	0	1	15	54	19	356	89	4,0
Jumlah						1907	445	4,2

Sumber : data primer, diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan berada pada nilai rata-rata 4,2 (Skala baik) yang berarti bahwa responden menganggap bahwa kualitas pelayanan yang diberikan DT Peduli cabang Aceh sudah baik.

2. Pernyataan Mengenai Variabel Citra Lembaga (X2)

Adapun tanggapan responden mengenai citra lembaga adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Citra Lembaga (X2)

Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Jawaban	Jumlah Responden	Rata-rata
	ST S	T S	K S	S S	S S			
B1	0	0	3	4 5	4 1	394	89	4,4
B2	0	0	4	5 3	3 2	384	89	4,3
B3	0	0	11	6 6	1 2	357	89	4,0
B4	0	0	21	5 4	1 4	349	89	3,9
Jumlah						1484	356	4,1

Sumber : data primer, diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, tanggapan responden mengenai citra lembaga berada pada nilai rata-rata 4,1 (Skala baik) yang

berarti bahwa responden menganggap bahwa citra lembaga DT Peduli cabang Aceh berkategori baik.

3. Pernyataan Mengenai Variabel Kepuasan Muzaki (Y)

Adapun tanggapan responden mengenai kepuasan muzaki adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Muzaki (Y)

Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Jawaban	Jumlah Responden	Rata-rata
	ST	T	K	S	S			
C1	0	0	0	33	56	412	89	4,6
C2	0	0	0	37	52	408	89	4,5
C3	0	0	6	56	27	377	89	4,2
Jumlah						1197	267	4,4

Sumber : data primer, diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, tanggapan responden mengenai kepuasan muzaki berada pada nilai rata-rata 4,4 (Skala baik) yang berarti bahwa responden merasa puas berinfiaq di DT Peduli cabang Aceh.

4.7 Teknik Analisis Data

4.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap variabel dependen yaitu kepuasan muzaki maka digunakan uji linear berganda dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Tabel 4.12
Analisis Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,775	,252		7,039	,000		
X1	,330	,094	,440	3,520	,001	,307	3,257
X2	,311	,108	,360	2,883	,005	,307	3,257

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS 25.0, 2019

Berdasarkan dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa α atau konstanta sebesar 1,775 artinya kedua variabel yaitu kualitas pelayanan (X1) dan citra lembaga (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan muzaki (Y) sebesar 1,775, koefisien regresi variabel citra lembaga atau (X2) sebesar 0,311. Dengan demikian model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 1,775 + 0,330X_1 + 0,311 + e$$

Dimana : Y = Variabel dependent

X₁ = Variabel Independen (Kualitas Pelayanan)

X₂ = Variabel Independen (Citra Lembaga)

Dari persamaan regresi tersebut di atas, maka dapat diberikan penjelasan sebagai berikut :

b₀ = 1,775 merupakan nilai konstanta, yang diartikan bahwa jika kualitas pelayanan dan citra lembaga pemakaian konstan (0) maka nilai kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh adalah sebesar 1,775.

b₁X₁ = 0,330 yang memberikan arti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 skor tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan maka akan mempengaruhi kepuasan muzaki berinfaq di DT Peduli cabang Aceh sebesar 0,330.

b₂X₂ = 0,311 yang memberikan arti bahwa citra lembaga berpengaruh positif terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 skor tanggapan responden mengenai citra lembaga

maka kepuasan muzaki berinqaf di DT Peduli cabang Aceh sebesar 0,311.

Berdasarkan hasil persamaan regresi di atas maka dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap kepuasan muzaki dalam berinqaf di DT Peduli cabang Aceh adalah variabel kualitas pelayanan, hal ini dapat dilihat melalui hasil koefisien regresi yaitu sebesar 0,330 yang menunjukkan nilai koefisien regresi yang terbesar jika dibandingkan dengan nilai koefisien regresi dari variabel citra lembaga yaitu sebesar 0,311.

4.8 Pengujian Hipotesis

4.8.1 Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Untuk melihat pengaruh variabel-variabel independent terhadap kepuasan muzaki dalam berinqaf di DT Peduli cabang Aceh secara parsial dapat dilihat dari hasil uji t dengan ketentuan nilai $sig < 0,05$

1. Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Muzaki

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan muzaki. Berikut adalah hasil pengujian hipotesis pertama :

Tabel 4.13
Hasil Uji Pengaruh Hipotesis 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,775	,252		7,039	,000
X1	,330	,094	,440	3,520	,001
X2	,311	,108	,360	2,883	,005

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Output SPSS 25.0, 2019

Berdasarkan dari tabel 4.13 di atas, dapat diketahui besarnya t hitung variabel kualitas pelayanan $3,520 > t$ tabel sebesar 1,987 dan signifikan pada $0,001 < 0,05$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh.

2. Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Muzaki

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah citra lembaga berpengaruh terhadap kepuasan muzaki. Berikut adalah hasil pengujian hipotesis kedua :

Tabel 4.14
Hasil Uji Pengaruh Hipotesis II

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,775	,252		7,039	,000
X1	,330	,094	,440	3,520	,001
X2	,311	,108	,360	2,883	,005

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Output SPSS 25.0, 2019

Berdasarkan dari tabel 4.14 di atas, dapat diketahui besarnya t hitung citra lembaga sebesar $2,883 > t$ tabel sebesar $1,987$ dan signifikan pada $0,005 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra lembaga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh.

4.8.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Hasil pengujian dengan menggunakan program SPSS 25.0 dapat di lihat pada tabel berikut dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.15
Hasil Uji F Test

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,279	2	4,639	61,224	,000 ^b
	Residual	6,517	86	,076		
	Total	15,796	88			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Hasil Output SPSS 25.0, 2019

Berdasarkan dari tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa dari uji Anova atau F test di dapat nilai F hitung sebesar 61,224 dan signifikansi pada $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan citra lembaga secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh.

4.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut merupakan hasil olahan data uji determinasi dengan menggunakan program SPSS 25.0 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,766 ^a	,687	,678	,27528	1,106

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Output SPSS 25.0, 2019

Berdasarkan dari tabel 4.16 di atas dapat diketahui bahwa R square sebesar 0,587 atau 58,7% memberikan arti bahwa pengaruh-pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan citra lembaga (X2) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan muzaki (Y) sebesar 68,7% sementara sisanya 31,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar variabel yang diteliti.

4.9 Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini menguraikan pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh

4.9.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Muzaki dalam Berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh

Dari hasil persamaan regresi diperoleh nilai koefisien regresi untuk kualitas pelayanan sebesar 0,330, selain itu memiliki t

hitung $3,520 > t$ tabel (1,987), serta memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh.

Hasil dari penelitian yang signifikan ini mendukung beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Bahaudin Adnan (2018) yang melakukan penelitian tentang Analisis hubungan kualitas pelayanan lembaga amil zakat dengan kepuasan Muzaki dan pengaruhnya terhadap loyalitas Muzaki. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan lembaga amil zakat dan kepuasan Muzaki terhadap loyalitas Muzaki secara langsung dan secara tidak langsung. Sampel dalam penelitian ini merupakan Muzaki LAZ AL-Azhar peduli ummat DKI Jakarta. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa secara langsung pengaruh kualitas pelayanan lembaga amil zakat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki dan kepuasan muzaki memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzaki.

4.9.2 Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Muzaki dalam Berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh

Dari hasil persamaan regresi diperoleh nilai untuk variabel citra lembaga sebesar 0,311 dan memiliki nilai t hitung $2,883 > t$ tabel (1,987) serta memiliki nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$, Dengan demikian dapat dikatakan bahwa citra lembaga

berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh.

Hasil penelitian yang signifikan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Arif Nurwanto (2015) dengan judul skripsi “Pengaruh Citra Lembaga dan Promosi terhadap Keputusan menjadi nasabah di Bank BPD DIY Syari’ah. Hasil penelitian menunjukkan kedua variabel independen yaitu citra lembaga dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BPD DIY Syari’ah.

4.9.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Muzaki dalam Berinfaq di DT Peduli Cabang Aceh

Berdasarkan dari hasil uji F, nilai F hitung sebesar 61,224 sedangkan nilai F tabel sebesar 3,95 maka dapat diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan citra lembaga secara bersama-sama atau secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh. Hal ini berarti DT Peduli cabang Aceh telah memberikan pelayanan yang terbaik dengan berbagai program-program yang telah diberikan kepada masyarakat sehingga membuat muzaki semakin puas untuk berinfaq di DT Peduli cabang Aceh.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari rumusan masalah yang diajukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh dengan nilai t hitung variabel kualitas pelayanan 3,520 lebih besar dari pada t tabel (1,987) dan signifikansi pada $0,001 < 0,05$.
2. Citra lembaga mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh dengan nilai t hitung 2,883 lebih besar dari t tabel (1,987) dan signifikansinya $0,005 < 0,05$.
3. Kualitas pelayanan dan citra lembaga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan muzaki dalam berinfaq di DT Peduli cabang Aceh dengan nilai F hitung sebesar 61,224 dan signifikansi pada $0,000 < \alpha = 0,05$.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran saran

yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini adapun saran-saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi DT Peduli cabang Aceh hendaknya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat atau muzaki sehingga dapat meningkatkan kepuasan bagi muzaki sendiri dan bisa berbagi dengan masyarakat yang lain sehingga masyarakat yang lain berminat untuk menjadi muzaki di DT Peduli cabang Aceh. Kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan meningkatkan keamanan, kemudahan dan kenyamanan bagi masyarakat yang ingin berinfaq.
2. Bagi DT Peduli cabang Aceh hendaknya merumuskan strategi sebagai upaya untuk meningkatkan citra lembaga sehingga dapat menguatkan tingkat kepercayaan masyarakat. Dalam meningkatkan citra lembaga DT Peduli cabang Aceh dapat mempublikasikan laporan keuangan secara berskala kepada muzaki atau pun media masa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Assauri, Sofyan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Asmuni Mth. (2007). *Zakat Profesi dan Upaya Menuju Kesejahteraan Sosial*. Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 1, No. 1.
- An-Nawawi. (1982). *Shahih Muslim bi syarhi An- Nawawi Juz VII*. Darul Fikr. Beirut.
- A.Anditha Sari. (2017). *Dasar-dasar Public Relations*. Yogyakarta: Depublish Publisher.
- C. Lovelock, J. Wirtz, J. Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi)*. Jakarta: Erlangga.
- Sunyoto, Danang. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*.
- Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: CAPS.
- Jasfar, Farida. (2012). *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: SDM, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nova, Firsan (2011). *Crisis Public Relation: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola isu, Membangun citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ghozali, Imam. (2010). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19Edisi kelima*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Herdiana, Nana. (2013). *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Husein, Umar. (2010). *Riset Pemasaran dan Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Husein, Umar. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- <https://dpu-daaruttauhid.org> (Diakses pada tanggal 31 Desember 2018)
- Kotler, P. & Keller, K. (2014). *Marketing management 15th Edition*, Prentice Hall. Saddle River.
- Kasali, Rhenald. (2003). *Marketing Public Relations*. Jakarta: PT. Temprint.
- Lupiyoadi Rambat dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- M.Iqbal Hasan. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- M.Ambara, Iqbal. (2009). *Problematika zakat dan pajak di Indonesia*. Jakarta: Sketsa
- Sanusi, Muhammad. (2009). *The power of sedekah*. Yogyakarta: Pustaka Insan Madani.
- Muhson, A. (2015). *Pedoman Praktikum Aplikasi Komputer Lanjut*. Yogyakarta: FE UNY.

- Martono, Nanang. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif; Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Depok; PT. Rajagrafindo Persada.
- Nur'aini dan Rasyid. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan, citra lembaga, dan reliabilitas terhadap minat muzakki untuk menyalurkan zakat profesi (studi dipos keadilan peduli ummat Yogyakarta)*
- Paul J. Peter dan Jerry J. Olson. (2010). *Consumer Behavior and Marketing Strategy, Ninth Edition*. New York: McGraw Hill Companies.
- Rangkuti, Freddy. (2011). *SWOT Balanced Scorecard*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Rahmawaty, Anita. (2011). *Ekonomi Mikro Islam*. Kudus: Nora Media Enterprise.
- RS Meidiana. (2014). *Pengaruh kepuasan pada loyalitas pelanggan: Pengujian komitmen sebagai Variabel Pemediasi*.
- Ratminto dan Atik Winarsih. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ruslan, Rosady. (2016). *Managemen publik relations dan media komunikasi konsep dan aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rustiana. (2017). *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Pembiayaan Murabahah (Studi kasus BMT Makmur Mandiri Undaan Kudus)*.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen; Pendekatan praktis Disertasi Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Soemirat, Soleh, (2012). *Dasar-dasar Public Relation*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Sholahuddin. (2006). *Ekonomi Islam*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Soemirat, Soleh. (2012). *Dasar dasar public relation*. Bandung; PT.Remaja Rosdakarya.
- Sutomo dkk. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) terhadap kepuasan dan loyalitas Muzakki (Studi kasus LAZ PKPU Yogyakarta)*.
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika Edisi ke-6*. Bandung: Tarsito.
- Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suharsimi, Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, edisi revisi, Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sarjono, Haryadi. Dan Julianita, Winda. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba empat.
- Tho'in. Muhammad. (2011). *Pengaruh Faktor faktor kualitas jasa terhadap kepuasan Nasabah di Baitul Maal wat tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali, Muqtasid Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah STAIN Salatiga*.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun (2011) Tentang *pengelolaan Zakat*

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER

KUESIONER

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA LEMBAGA TERHADAP KEPUASAN MUZAKI DALAM BERINFAQ DI LAZNAS DARUT TAUHID (DT) PEDULI CABANG ACEH

I. Karakteristik Responden

1. No Responden : (Diisi oleh peneliti)
2. Jenis Kelamin : Pria Wanita
3. Usia : < 20 tahun 20 - 29 tahun 30 - 39 tahun
: > 40 tahun
4. Pendidikan : SMA/SMK S1 S2
: Dan lain-lain
5. Pekerjaan : PNS TNI/POLRI Swasta
: Pensiunan Mahasiswa Dan lain lain
6. Pendapatan : < 2,9 juta 3 - 5,9 juta 6 - 8,9 juta

- : 9 – 11,9 juta > 12 juta
7. Lama Menjadi Muzaki : Tahun Bulan

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikan jawaban dengan tanda (√) terhadap semua pernyataan dalam kuesioner ini dengan memberikan penilaian sejauh mana pernyataan itu sesuai dengan realita. Berikut ini adalah pilihan jawaban dari pernyataan kuesioner ini :

- STS = Jika **Sangat Tidak Setuju** dengan pertanyaan
- TS = Jika **Tidak Setuju** dengan pertanyaan
- KS = Jika **Kurang Setuju** dengan pertanyaan
- S = Jika **Setuju** dengan pertanyaan
- SS = Jika **Sangat Setuju** dengan pertanyaan

Contoh :

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Sayasenangberinfaq di DT Peduli cabang Aceh				√	

Jawaban diatas menunjukkan bahwa anda setuju dengan pertanyaan tersebut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Muzaki						
Kualitas Pelayanan						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
A.1	Sarana pelayanan DT Peduli cabang Aceh bersih dan rapi					
A.2	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan DT Peduli cepat, akurat dan terpercaya					
A.3	Karyawan DT Peduli cabang Aceh memberikan informasi yang dibutuhkan muzaki dengan jelas dan selalu cepat dalam mengatasi permasalahan yang timbul					
A.4	DT Peduli memberikan jaminan keamanan dalam penyaluran infaq untuk muzaki					
A.5	Karyawan DT Peduli cabang Aceh bersedia memberkan pelayanan yang lebih lama bila dibutuhkan muzaki dan siap membantu apabila muzaki mengalami kesulitan					
Citra Lembaga						

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
B.1	DT Peduli cabang Aceh merupakan lembaga yang bertanggung jawab sosial					
B.2	DT Peduli cabang Aceh memiliki kinerja penyaluran infaq yang baik					
B.3	Karyawan DT Peduli Cabang Aceh cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan					
B.4	DT Peduli cabang Aceh merupakan lembaga yang amanah, transparan, dan profesional dalam mengelola dana umat					
Kepuasan Muzaki						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
C.1	Kinerja karyawan DT Peduli cabang Aceh sesuai dengan harapan saya					
C.2	Saya merasa senang berinfaq di DT Peduli cabang Aceh dan saya akan berkunjung kembali					
C.3	Saya akan merekomendasikan keteman dan keluarga untuk berinfaq di DT Peduli cabang Aceh					

LAMPIRAN 2 Data Input

No	Kualitas Pelayanan (X1)					X1	Total A	Citra Lembaga (X2)				X2	Total B
	A1	A2	A3	A4	A5			B1	B2	B3	B4		
1	5	5	4	4	4	4,40	22	4	4	4	4	4,00	16
2	4	3	3	3	2	3,00	15	4	4	4	4	4,00	16
3	5	5	5	4	4	4,60	23	4	4	4	4	4,00	16
4	5	5	5	4	4	4,60	23	5	5	4	4	4,50	18
5	5	5	5	4	4	4,60	23	5	5	4	4	4,50	18
6	5	5	4	4	4	4,40	22	5	4	4	4	4,25	17
7	5	5	5	4	4	4,60	23	5	4	4	4	4,25	17
8	4	4	4	4	3	3,80	19	4	4	4	3	3,75	15
9	4	4	4	4	3	3,80	19	4	4	4	4	4,00	16
10	5	5	4	4	4	4,40	22	5	4	4	4	4,25	17
11	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	4	3	3,75	15
12	5	5	5	4	4	4,60	23	5	5	4	4	4,50	18
13	5	5	4	4	4	4,40	22	5	5	5	5	5,00	20
14	5	5	5	4	4	4,60	23	4	4	4	3	3,75	15
15	5	5	5	4	4	4,60	23	5	5	5	5	5,00	20
16	5	5	5	5	4	4,80	24	5	5	4	4	4,50	18
17	5	5	5	4	4	4,60	23	5	5	4	5	4,75	19
18	5	5	5	4	4	4,60	23	5	5	5	5	5,00	20
19	5	5	5	4	4	4,60	23	4	4	4	4	4,00	16
20	3	3	3	3	3	3,00	15	4	4	3	4	3,75	15
21	5	4	4	4	4	4,20	21	4	4	4	4	4,00	16
22	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	4	4	4,00	16
23	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	4	3	3,75	15
24	5	5	5	4	4	4,60	23	5	4	4	4	4,25	17
25	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	3	3	3,50	14
26	4	4	3	3	3	3,40	17	4	4	3	3	3,50	14
27	5	5	5	4	4	4,60	23	5	5	4	5	4,75	19
28	5	5	5	4	4	4,60	23	5	5	4	5	4,75	19
29	3	3	3	3	3	3,00	15	3	3	3	3	3,00	12

30	4	4	4	3	3	3,60	18	4	3	3	3	3,25	13
31	4	3	3	3	3	3,20	16	3	3	3	3	3,00	12
32	5	5	4	4	4	4,40	22	4	4	4	4	4,00	16
33	3	3	3	3	3	3,00	15	4	4	3	3	3,50	14
34	4	5	4	4	4	4,20	21	4	4	4	4	4,00	16
35	5	5	4	4	4	4,40	22	4	4	4	4	4,00	16
36	5	5	4	4	4	4,40	22	5	5	4	4	4,50	18
37	5	5	4	4	4	4,40	22	5	4	4	4	4,25	17
38	5	5	4	4	4	4,40	22	5	4	4	4	4,25	17
39	5	5	5	4	4	4,60	23	5	5	4	5	4,75	19
40	5	5	4	4	4	4,40	22	5	4	4	4	4,25	17
41	5	5	5	4	4	4,60	23	5	4	4	4	4,25	17
42	5	5	5	4	4	4,60	23	5	4	4	4	4,25	17
43	5	5	5	4	4	4,60	23	5	5	4	4	4,50	18
44	5	5	4	4	4	4,40	22	4	4	4	4	4,00	16
45	4	4	4	4	4	4,00	20	4	5	4	5	4,50	18
46	4	4	4	3	3	3,60	18	4	4	4	3	3,75	15
47	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	4	4	4,00	16
48	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	4	3	3,75	15
49	4	4	4	4	3	3,80	19	4	4	4	3	3,75	15
50	4	4	5	5	5	4,60	23	4	4	4	4	4,00	16
51	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	4	4	4,00	16
52	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	4	3	3,75	15
53	4	5	4	4	4	4,20	21	4	4	4	4	4,00	16
54	4	4	3	3	3	3,40	17	4	4	4	3	3,75	15
55	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	4	4	4,00	16
56	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	5	4	4,75	19
57	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	4	4	4,00	16
58	5	5	5	4	4	4,60	23	5	5	4	4	4,50	18
59	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	4	4	4,50	18
60	4	5	4	4	4	4,20	21	4	4	4	4	4,00	16
61	4	5	4	4	4	4,20	21	4	4	4	4	4,00	16
62	4	4	3	3	3	3,40	17	4	4	3	3	3,50	14

63	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	4	3	3,75	15
64	4	4	4	3	3	3,60	18	4	4	3	3	3,50	14
65	4	5	4	4	4	4,20	21	4	4	4	4	4,00	16
66	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	4	3	3,75	15
67	5	4	4	4	4	4,20	21	5	4	4	4	4,25	17
68	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	4	3	3,75	15
69	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	5	4	4,75	19
70	4	5	5	5	5	4,80	24	5	5	5	4	4,75	19
71	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	4	4	4,00	16
72	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	5	5	5,00	20
73	3	3	3	3	3	3,00	15	3	3	3	3	3,00	12
74	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	5	4	4,75	19
75	5	5	4	4	4	4,40	22	5	4	4	4	4,25	17
76	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	5	5	5,00	20
77	5	5	5	5	5	5,00	25	4	4	4	4	4,00	16
78	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	4	4	4,50	18
79	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	4	4	4,50	18
80	4	4	4	4	4	4,00	20	4	4	4	4	4,00	16
81	5	5	5	5	5	5,00	25	4	5	5	5	4,75	19
82	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	5	4	4,75	19
83	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	5	4	4,75	19
84	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	4	5	4,75	19
85	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	4	5	4,75	19
86	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	4	5	4,75	19
87	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	4	4	4,50	18
88	5	5	5	5	5	5,00	25	5	5	4	4	4,50	18
89	3	3	3	3	3	3,00	15	3	3	3	3	3,00	12

Kepuasan Muzaki (Y)			Total C	Y
C1	C2	C3		
5	5	4	14	4,67
5	5	4	14	4,67
5	5	4	14	4,67
5	5	4	14	4,67
5	5	5	15	5,00
5	5	4	14	4,67
5	5	4	14	4,67
5	5	4	14	4,67
5	5	4	14	4,67
5	5	4	14	4,67
5	5	4	14	4,67
5	5	5	15	5,00
5	5	5	15	5,00
5	5	5	15	5,00
5	5	5	15	5,00
5	5	5	15	5,00
5	5	5	15	5,00
5	5	5	15	5,00
5	5	5	15	5,00
5	5	5	15	5,00
4	4	4	12	4,00
5	5	5	15	5,00
4	4	5	13	4,33
4	4	5	13	4,33
5	5	5	15	5,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
5	4	4	13	4,33
5	4	4	13	4,33
4	4	3	11	3,67
4	4	4	12	4,00
4	4	3	11	3,67

5	4	4	13	4,33
4	4	3	11	3,67
5	5	4	14	4,67
5	5	4	14	4,67
5	5	4	14	4,67
5	5	4	14	4,67
5	5	4	14	4,67
5	5	4	14	4,67
5	5	4	14	4,67
5	5	5	15	5,00
5	5	5	15	5,00
5	5	5	15	5,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	5	13	4,33
4	4	3	11	3,67
4	4	4	12	4,00
5	5	5	15	5,00
4	4	4	12	4,00
5	5	5	15	5,00
5	5	5	15	5,00
4	4	5	13	4,33
4	4	5	13	4,33
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	3	11	3,67

LAMPIRAN 3 Uji Intrumen Penelitian

UJI VALIDITAS

Correlations

		TOTALX1	A1	A2	A3	A4	A5
TOTALX1	Pearson Correlation	1	,855**	,889**	,918**	,892**	,894**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89
A1	Pearson Correlation	,855**	1	,856**	,755**	,602**	,600**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89
A2	Pearson Correlation	,889**	,856**	1	,776**	,651**	,673**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89
A3	Pearson Correlation	,918**	,755**	,776**	1	,779**	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89

A4	Pearson Correlation	,892**	,602**	,651**	,779**	1	,936**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	89	89	89	89	89	89
A5	Pearson Correlation	,894**	,600**	,673**	,762**	,936**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	89	89	89	89	89	89

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

Correlations

		TOTALX2	B1	B2	B3	B4
TOTALX2	Pearson Correlation	1	,862**	,908**	,798**	,843**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89
B1	Pearson Correlation	,862**	1	,780**	,559**	,598**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89

B2	Pearson Correlation	,908**	,780**	1	,649**	,672**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	89	89	89	89	89
B3	Pearson Correlation	,798**	,559**	,649**	1	,565**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	89	89	89	89	89
B4	Pearson Correlation	,843**	,598**	,672**	,565**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	89	89	89	89	89

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

Correlations

		TOTALY	C1	C2	C3
TOTALY	Pearson Correlation	1	,881**	,896**	,706**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	89	89	89	89
C1	Pearson Correlation	,881**	1	,910**	,323**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,002
	N	89	89	89	89
C2	Pearson Correlation	,896**	,910**	1	,355**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001
	N	89	89	89	89
C3	Pearson Correlation	,706**	,323**	,355**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,001	
	N	89	89	89	89

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

UJI RELIABILITAS**X1****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	89	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	89	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,934	5

X2**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	89	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	89	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,874	4

Y

Case Processing Summary

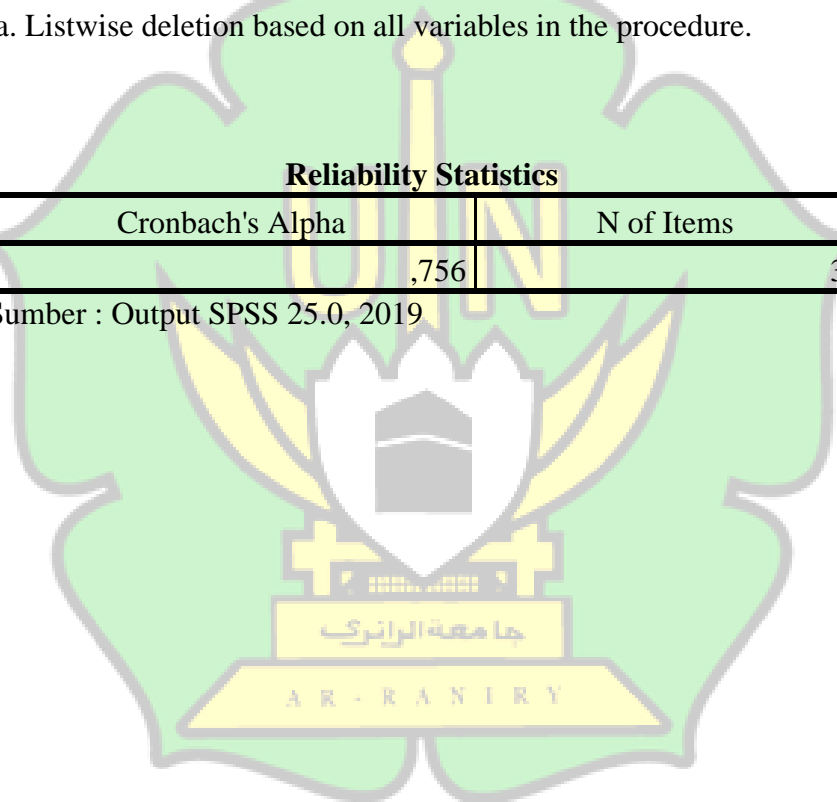
		N	%
Cases	Valid	89	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	89	100,0

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

Reliability Statistics

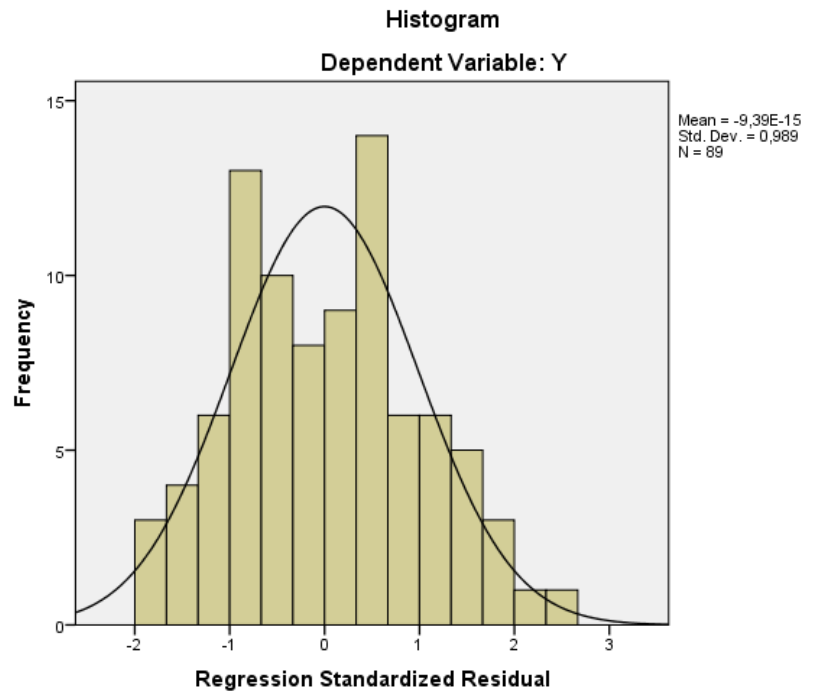
Cronbach's Alpha	N of Items
,756	3

Sumber : Output SPSS 25.0, 2019

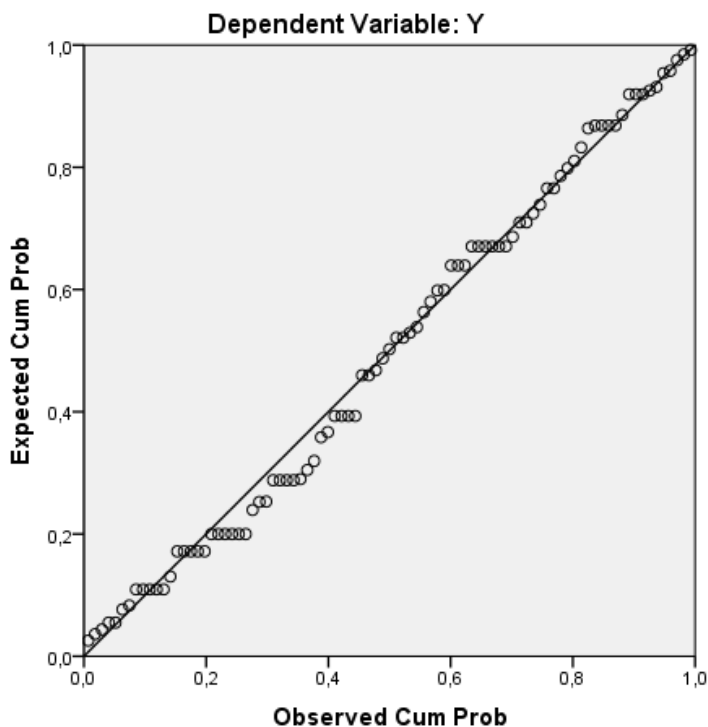


LAMPIRAN 4 Uji Asumsi Klasik

1. UJI Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

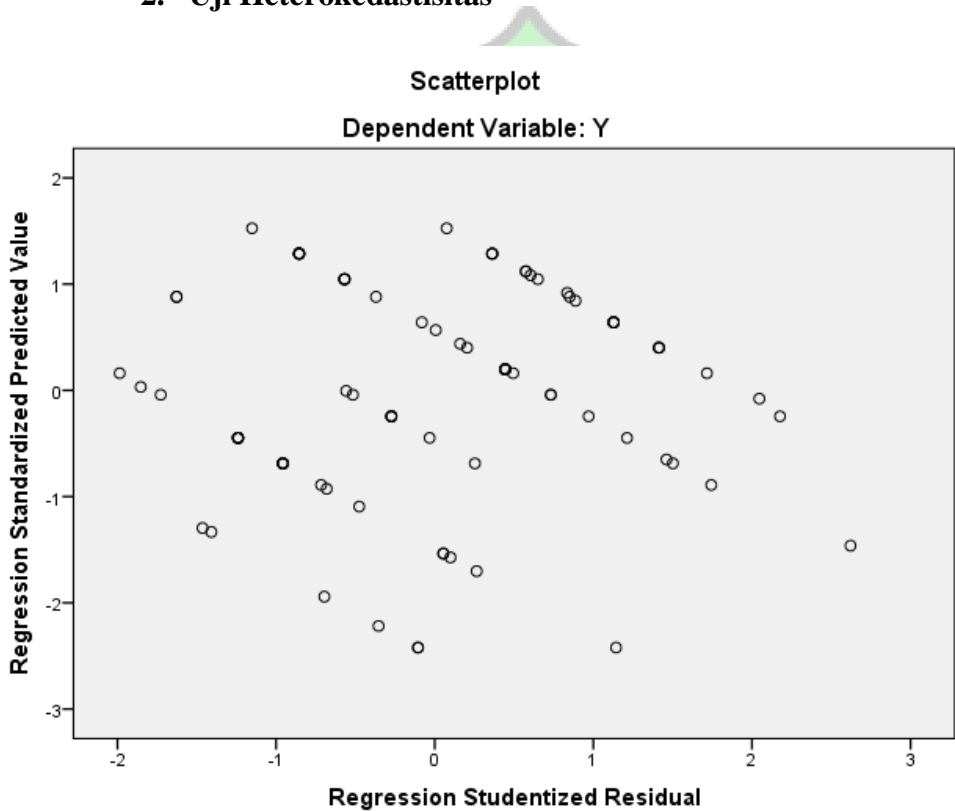


One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,27213307
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,073
	Negative	-,046
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Heterokedastisitas



3. Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,775	,252		7,039	,000		
X1	,330	,094	,440	3,520	,001	,307	3,257
X2	,311	,108	,360	2,883	,005	,307	3,257

a. Dependent Variable: Y



LAMPIRAN 5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,766 ^a	,687	,678	,27528	1,106

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,279	2	4,639	61,224	,000 ^b
	Residual	6,517	86	,076		
	Total	15,796	88			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,775	,252		7,039	,000		
X1	,330	,094	,440	3,520	,001	,307	3,257

X2	,311	,108	,360	2,883	,005	,307	3,257
----	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Y

1. Uji t Test (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,775	,252		7,039	,000		
X1	,330	,094	,440	3,520	,001	,307	3,257
X2	,311	,108	,360	2,883	,005	,307	3,257

a. Dependent Variable: Y

2. Uji F Test (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,279	2	4,639	61,224	,000 ^b
	Residual	6,517	86	,076		
	Total	15,796	88			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

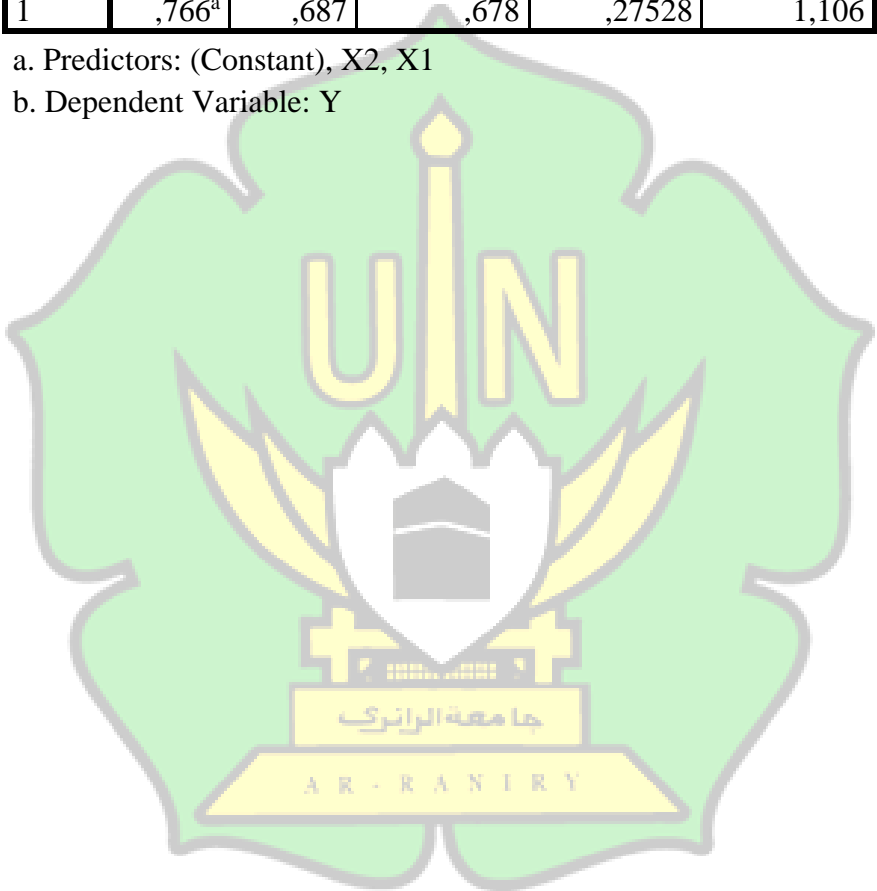
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,766 ^a	,687	,678	,27528	1,106

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y



LAMPIRAN 6 Nilai r Tabel

df	0.1	0.05	0.02	0.01
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999
2	0.9	0.95	0.98	0.99
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348
10	0.4973	0.576	0.6581	0.7079
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835
12	0.4575	0.5324	0.612	0.6614
13	0.4409	0.514	0.5923	0.6411
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055
16	0.4	0.4683	0.5425	0.5897
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368

21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705
28	0.3061	0.361	0.4226	0.4629
29	0.3009	0.355	0.4158	0.4556
30	0.296	0.3494	0.4093	0.4487
31	0.2913	0.344	0.4032	0.4421
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238
35	0.2746	0.3246	0.381	0.4182
36	0.2709	0.3202	0.376	0.4128
37	0.2673	0.316	0.3712	0.4076
38	0.2638	0.312	0.3665	0.4026
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843

43	0.2483	0.294	0.3457	0.3801
44	0.2455	0.2907	0.342	0.3761
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.361
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274
60	0.2108	0.25	0.2948	0.3248
61	0.2091	0.248	0.2925	0.3223
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198
63	0.2058	0.2441	0.288	0.3173
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.315

65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.306
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017
71	0.194	0.2303	0.2718	0.2997
72	0.1927	0.2287	0.27	0.2977
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919
76	0.1876	0.2227	0.263	0.29
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.283
81	0.1818	0.2159	0.255	0.2813
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796
83	0.1796	0.2133	0.252	0.278
84	0.1786	0.212	0.2505	0.2764
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732

87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687
90	0.1726	0.205	0.2422	0.2673
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617
95	0.168	0.1996	0.2359	0.2604
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.254
1000	0.0519	0.0619	0.0734	0.0812
10000	0.0164	0.0196	0.0233	0.0258

LAMPIRAN 7 Nilai t Tabel

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657	1
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	2
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	3
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	4
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	6
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	7
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	8
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	9
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	10
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	11
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	12
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	13
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	14
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	15
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	16
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	17
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	18
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	19
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	20

21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	21
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	22
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	23
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	24
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	25
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	26
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	27
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	28
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	29
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	30
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	31
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	32
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	33
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	34
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	35
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	36
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	37
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	38
39	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708	39

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	40

41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	41
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	42
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	43
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	44
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	45
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	46
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	47
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	48
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	49
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	50
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	51
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	52
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	53
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	54
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	55
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	56
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	57
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	58
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	59
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	60
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	61
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	62
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	63
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	64
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	65

66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	66
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	67
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	68
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	69
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	70
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	71
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	72
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	73
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	74
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	75
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	76
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	77
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	78

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	79
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	80
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	81
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	82
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	83
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	84
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	85
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	86
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	87

88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	88
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	89
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	90
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	91
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	92
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	93
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	94
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	95
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	96
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	97
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	98
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	99
Inf.	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	Inf.

