

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA LEMBAGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MUZAKKI
DI BAITUL MAL KOTA BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**KHAIRIL SAPUTRA
NIM. 160603025**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M/ 1442 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Khairil Saputra
NIM : 160603025
Program Studi : Perbankan 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 bertanggung jawab atas karya ini.*

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 7 Januari 2021

Yang menyatakan,



Khairil Saputra
Khairil Saputra

**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 Perbankan Syariah

Dengan Judul:
**PENGARUH CITRA LEMBAGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MUZAKKI PADA
BAITUL MAL KOTA BANDA ACEH**

Disusun Oleh:

Khairil Saputra
NIM. 160603025

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

Pembimbing I



Ayumiati, S.E., M.Si
NIP. 197711052006042003

Pembimbing II



Riza Aulia, S.E.I., M.Sc
NIP. 198801302018031001

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
NIP. 197711052006042003

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG SKRIPSI

Khairil Saputra
NIM. 160603025

Dengan Judul:

Pengaruh Citra Lembaga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Di Baitul Mal Kota Banda Aceh

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 07 Januari 2021
23 Jumadil Awal 1442 H
Banda Aceh

Tim Penilai Sidang Hasil Skripsi

Ketua,

Sekretaris,


Ayumiati, S.E., M.Si
NIP. 197711052006042003


Riza Aulia, S.E.I., M.Sc
NIP. 198801302018031001

Penguji I,

Penguji II,


Sufitrayati, S.E., M.Si
NIDN. 130603197901


Evy Iskandar, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA
NIDN. 202402691



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


Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 19640141902031003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**

**Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922**

Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Khairil Saputra
NIM : 160603025
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : khairilsaputra16@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKKU Skripsi
yang berjudul:

Pengaruh Citra Lembaga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Pada Baitul Mal Kota Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 7 Januari 2021

Mengetahui

Penulis

Khairil Saputra
NIM. 160603025

Pembimbing I

Ayumiati, S.E., M.Si
NIP. 197711052006042003

Pembimbing II

Riza Nulda, S.E.I., M.Sc
NIP. 198801302018031001

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*“Tak ada manusia yang sempurna dan kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT, mari berbenah diri agar mendapat ridho sang ilahi”
(Penulis)*

Skripsi ini kupersembahkan untuk orang yang ku sanyangi ialah kedua orang tua ku, Ayah dan Ibu serta keluarga tercinta yang selalu memberikan harapan yang baik disetiap langkah dalam menuntut ilmu serta selalu memberikan support, semangat, dukungan hingga sampai pada hari ini.

Untuk orang-orang yang seperjuangan dengan saya, dan untuk seluruh kerabat dekat, sahabat, teman yang akan menjadi generasi penerus kedepannya.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam tak lupa pula kita sanjungkan kepada kepangkuan Nabi besar Muhammad SAW. yang telah membawa umat manusia dari alam jahiliah ke alam yang berilmu pengetahuan, dari alam gelap gulita ke alam yang terang benderang seperti yang kita rasakan pada saat yang sekarang ini. Alhamdulillah dengan petunjuk dan hidayah-Nya, penulis telah selesai menulis sebuah skripsi untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat guna mencapai gelar sarjana pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang berjudul **“Pengaruh Citra Lembaga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Pada Baitul Mal Kota Banda Aceh”** dengan sangat sederhana. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ayumiati SE., M.Si selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah dan juga selaku pembimbing I.
3. Muhammmad Arifin, Ph.D selaku ketua laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Riza Aulia, S.E.I., M.Sc selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, arahan, semangat dan ilmu dalam menyelesaikan karya tulis ini.
5. A. Rahmat, S.E., M.Si selaku penasehat akademik, para dosen serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Baitul Mal Kota Banda Aceh yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayahanda tercinta H. Nasrudin A.md dan Ibunda tersayang Hj. Azizah S.Pd yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan doa yang tak henti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa pula Abang tersayang Khairul Awaluddin S.Ab yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Terima kasih kepada Fittia Rahmadhani S.E dan teman-teman jurusan Perbankan Syariah angkatan 2016 beserta sahabat-sahabat yang telah membantu penulis dalam

menyelesaikan skripsi serta terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Bantuan itu semua dipulangkan kepada Allah SWT untuk memberikan ganjaran dan pahala yang setimpal. Dalam penyusunan skripsi ini penulis berupaya semaksimal mungkin agar skripsi ini menjadi sempurna. Penulis menyadari akan banyaknya kekurangan dalam skripsi ini baik itu dari segi penulisan dan bahasa yang digunakan, karena penulis hanya manusia biasa yang tak luput dari pada sifat salah dan khilaf. Untuk itu, kritik, saran serta masukan yang membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini ke depannya.

Banda Aceh, 7 Januari 2021
Penulis,

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Khairil Saputra

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	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	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	ع	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal 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</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول: *hau-la*

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
ي / َ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan wau	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 : *raudāh al-atfāl/ raudatul atfāl*

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

طَلْحَةَ : *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 Mahasiswa : Khairil Saputra
NIM : 160603025
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Citra Lembaga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh
Tanggal Sidang : 07 Januari 2021
Tebal Skripsi : 74 Lembar
Pembimbing I : Ayumiati, S.E., M.Si
Pembimbing II : Riza Aulia, S.E.I., M.Sc

Citra lembaga dan kualitas pelayanan di baitul Mal menjadi hal yang penting untuk meningkatkan loyalitas muzakki dalam menyalurkan zakatnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda terhadap 99 orang muzakki di Baitul Mal Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable citra lembaga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki pada Baitul Mal Banda Aceh baik secara parsial maupun simultan. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan dan penyaluran zakat yang baik di lembaga Baitul Mal dapat meningkatkan citra lembaga sehingga memuaskan muzakki dalam berzakat.

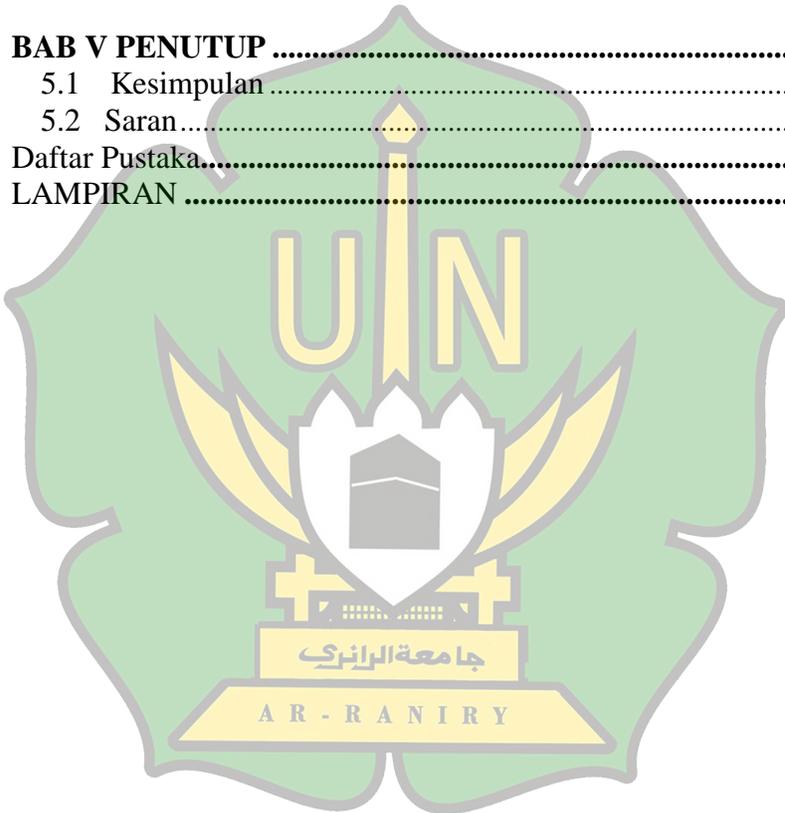
Kata Kunci: Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Muzakki.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	iii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Loyalitas Muzakki	19
2.1.1 Pengertian Loyalitas Muzakki	19
2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Muzakki	21
2.1.3 Indikator Loyalitas Muzakki	23
2.2 Citra Lembaga	11
2.2.1 Pengertian Citra.....	11
2.2.2 Citra Menurut Perspektif Islam	13
2.2.3 Indikator Citra Lembaga.....	14
2.3 Kualitas Pelayanan.....	15
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15
2.3.2 Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam	16
2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan	18
2.4 Penelitian Terdahulu.....	24
2.5 Kerangka Pemikiran	30
2.6 Pengembangan Hipotesis	31

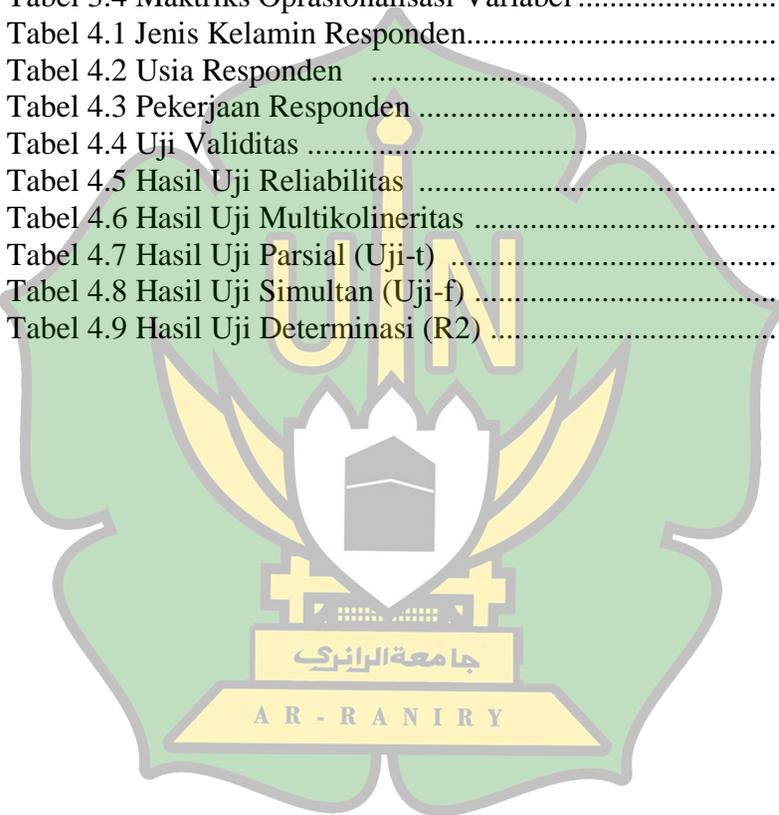
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Lokasi Penelitian.....	34
3.2 Jenis Penelitian.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.5 Teknik Penelitian.....	37
3.6 Defenisi Oprasionalisasi Variabel.....	40
3.7 Skala Pengukuran.....	41
3.8 Teknik Analisis Data.....	43
3.8.1 Uji Validitas.....	43
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.9.1 Uji Normalitas.....	45
3.9.2 Uji <i>Multikolineritas</i>	46
3.9.3 Uji <i>Heteroskedastistas</i>	46
3.10 Uji Hipotesis.....	47
3.10.1 Analisis Regresi Berganda.....	47
3.10.2 Uji Parsial (Uji-t).....	48
3.10.3 Uji Simultan (Uji-F).....	49
3.10.4 Uji R^2 (koefisien determinasi).....	50
BAB IV PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Baitul Mal Kota Banda Aceh.....	51
4.1.1 Sejarah Baitul Mal Banda Aceh.....	51
4.1.2 Visi dan Misi Baitul Mal Kota Banda Aceh.....	52
4.2 Karakteristik Responden.....	53
4.3 Hasil Penelitian.....	56
4.3.1 Uji Validitas.....	56
4.3.2 Uji Reabilitas.....	57
4.4 Analisis Data.....	58
4.4.1 Uji Normalitas.....	58
4.5 Uji Multikolineritas.....	61
4.6 Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.7 Uji Hipotesis.....	64
4.7.1 Uji Parsial (Uji-t).....	64
4.7.2 Uji Simultan (Uji-f).....	66
4.7.3 Uji Determinasi (R^2).....	67

4.8 Pembahasan	68
4.8.1 Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Loyalitas Muzakki.....	.68
4.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki	69
4.8.3 Pengaruh Citra Lembaga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki.....	70
BAB V PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran.....	71
Daftar Pustaka.....	74
LAMPIRAN	80



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Muzakki pada Baitul Mal Banda Aceh Periode 2015 – 2019	2
Tabel 2.1 Penelitian Terkait	23
Tabel 3.2 Item Instrumen yang Menggunakan Skala <i>Likert</i>	34
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Responden (skala <i>likert</i> 1-5).....	35
Tabel 3.4 Maktrijs Oprasionalisasi Variabel	36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	49
Tabel 4.2 Usia Responden	50
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	51
Tabel 4.4 Uji Validitas	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolineritas	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial (Uji-t)	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan (Uji-f)	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Determinasi (R ²)	63



DAFTAR GAMBAR

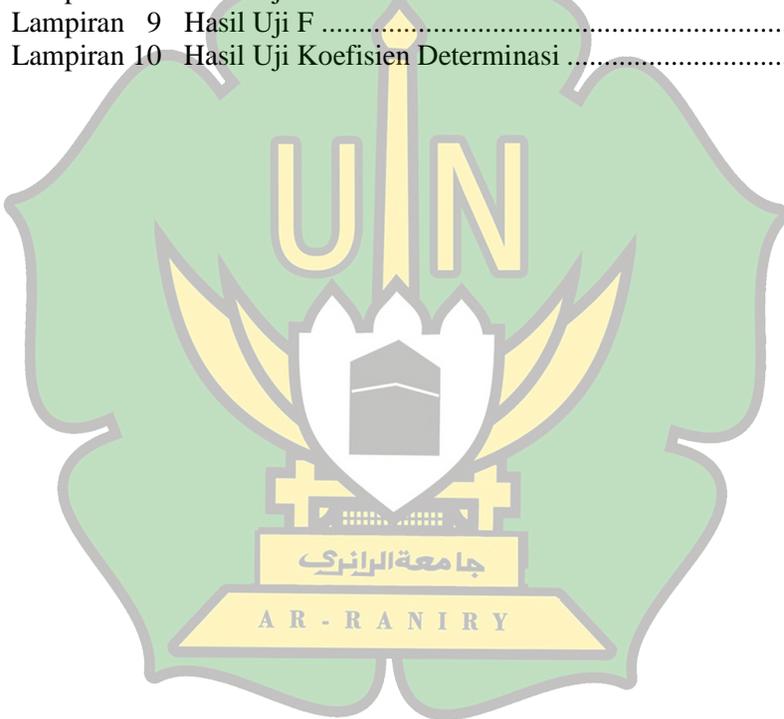
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	27
Gambar 4.1 Histogram	55
Gambar 4.2 Normal Probability Plot	56
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1	Kuesioner	74
Lampiran 2	Hasil Jawaban Responden	78
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas	84
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas	87
Lampiran 5	Hasil Uji Normalitas	88
Lampiran 6	Hasil Uji Multikolinieritas	89
Lampiran 7	Hasil Uji Heteroskedastisitas	89
Lampiran 8	Hasil Uji T	90
Lampiran 9	Hasil Uji F	90
Lampiran 10	Hasil Uji Koefisien Determinasi	91



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Islam diwajibkan untuk mengeluarkan zakat yang memiliki fungsi untuk memaksa seseorang untuk menjadikan hartanya agar senantiasa produktif atau selalu berputar. Dengan harta yang selalu produktif ini maka akan meningkatkan output (perkembangan dan pertumbuhan ekonomi), penyerapatan tenaga kerja, pendapatan dan kesejahteraan masyarakat dan lain sebagainya (Riyandono, 2008).

Zakat mempunyai kedudukan dan posisi yang penting karena keberadaannya menyangkut aspek kehidupan masyarakat dan salah satu upaya memperkuat dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Terutama bagi umat muslim yang keadaanya memprihatinkan. Zakat merupakan keberkahan, pencecuan, peningkatan dan suburnya perbuatan baik (Suwiknyo, 2010). Agar manfaat zakat dapat tercapai, pengelolaan zakat harus dilakukan dengan baik.

Pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat. Bagian yang tak terpisahkan dari pengelolaan zakat adalah muzakki dan harta yang dizakati, *mustahik*, dan amil (Soemitra, 2009: 204). Upaya pengelolaan zakat tersebut salah satunya diserahkan kepada lembaga Baitul Mal.

Menurut Qanun Aceh Nomor 10 tahun 2007 menetapkan bahwa Baitul Mal Aceh adalah sebuah lembaga daerah non struktural yang memiliki kewenangan untuk mengelola dan mengembangkan zakat, waqaf, harta agama dengan tujuan untuk kemaslahatan umat, serta menjadi wali/wali pengawas terhadap anak yatim piatu dan/atau pengelola harta warisan yang tidak memiliki wali berdasarkan syariat Islam. Baitul Mal dibagi ke dalam empat tingkat, yaitu tingkat Provinsi, Kabupaten/Kota, Kemukiman dan Gampong (Baitul Mal Aceh, 2020).

Baitul Mal/ Lembaga amil zakat ialah sebagai organisasi yang mengelola dana publik harus dapat memberikan citra yang baik dihadapan masyarakat atau pembayar zakat (Muzaki). Citra merupakan sesuatu yang bersifat abstrak karena berhubungan dengan keyakinan, ide dan kesan yang di peroleh dari suatu object tertentu baik dirasakan secara langsung, melalui panca indra maupun mendapatkan informasi dari suatu sumber. Seperti yang dijelaskan oleh Roesady, citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu object tertentu (Ruslan, 2010: 80). Citra lembaga adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk atau layanannya (Jefkins, 2004: 22).

Selanjutnya kualitas pelayanan ialah sebagai ukuran seberapa bagusnya tingkat pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat mencapai kepuasan sehingga menimbulkan loyalitas muzaki dalam

membayarkan zakatnya melalui Badan Amil Zakat yang berkompeten. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan (Sembiring, 2014).

Keberlangsungan suatu Lembaga Amil Zakat salah satunya ditentukan oleh adanya muzaki. Untuk itu, Lembaga Amil Zakat harus mampu mempertahankan para muzaki yang telah dimiliki sehingga dapat terbentuk loyalitas muzakki. Maka loyalitas muzakki ialah suatu komitmen muzakki terhadap suatu lembaga amil zakat, di mana loyalitas tersebut dapat dilihat dari sikap positif muzakki terhadap lembaga dan tercermin dari pembayaran zakat secara konsisten terhadap lembaga amil zakat, meskipun banyak lembaga amil zakat lainnya yang melakukan *promise* muzakki tersebut tidak terpengaruh. Pada konteks ini pembelian yang dilakukan oleh muzakki tersebut merupakan pembayaran infaq atau zakat secara terus menerus kepada lembaga amil zakat.

Lembaga Amil Zakat yang memahami *service quality* akan menjadikannya sebagai salah satu alat untuk mengukur peningkatan kapasitas lembaga yang akan memberikan kepuasan kepada muzaki. Kepuasan tersebut merupakan bukti adanya kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga Amil Zakat yang dapat memberikan efek domino dalam penghimpunan zakat serta percepatan pengentasan kemiskinan (Huda, 2015). Safitri (2016) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan

semakin baik maka akan semakin loyal pula para muzakki untuk membayarkan zakatnya ke Baitul Mal Banda Aceh.

Berikut ini data jumlah muzakki pada Baitul Mal Banda Aceh Periode 2015 – 2019:

Tabel 1.1
Jumlah Muzakki pada Baitul Mal Banda Aceh
Periode 2015 – 2019

No.	Tahun	Jumlah
1	2015	8.943
2	2016	9.054
3	2017	7.747
4	2018	7.747
5	2019	7.109

Sumber: Baitul Mal Provinsi Aceh, 2015 – 2019

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa angka jumlah muzakki yang membayar zakat di Baitul Mal Banda Aceh mengalami fluktuasi. Hal ini terlihat dimana pada tahun 2015 jumlah muzakki yang membayar zakatnya sebanyak 8.943 jumlah tersebut terus mengalami kenaikan hingga tahun 2016 yakni mencapai 9.054 orang. Namun, ditahun 2017 mengalami penurunan yang sangat drastis menjadi 7.747 orang dan ditahun 2018 tetap di angka 7.747 orang. Dan kembali turun ditahun 2019 yaitu sebesar 7.109.

Berdasarkan tabel di atas, dari hasil pengamatan yang penulis lakukan di Baitul Mal Banda Aceh, jumlah muzakki mengalami fluktuasi. Fluktuasi tersebut terjadi karena ada sebagian

muzakki yang menyalurkan langsung zakatnya ke *mustahik*. Muzakki banyak yang langsung memberikan zakatnya langsung ke saudaranya yang menurut anggapannya sudah termasuk kategori *mustahik*, padahal jika dibandingkan dengan orang yang berada di lingkungan sekitarnya ada yang lebih fakir dan lebih miskin dari saudaranya tersebut. Hal ini terjadi karena masih kurangnya informasi tentang pengelolaan dan penyaluran dana zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Said (2020) menunjukkan tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki pada BAZNAS Kota Serang. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki pada BAZNAS Kota Serang. Terdapat pengaruh kepuasan muzakki terhadap loyalitas muzakki pada BAZNAS Kota Serang. Kepuasan muzakki dapat memediasi hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas muzakki BAZNAS Kota Serang.

Penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas muzaki. Sedangkan kepercayaan muzakki berpengaruh terhadap loyalitas muzakki. Adapun Musqari (2018) menunjukkan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzaki. Kepuasan muzaki berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzaki. Kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas muzaki.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Suratno (2016) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel citra lembaga dan kualitas pelayanan dalam penelitian Sofiyani (2019) untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan muzakki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra lembaga tidak berpengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat di Lazismu dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat di Lazismu.

Penjelasan di atas terdapat permasalahan antara pengaruh citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki dengan hasil uji yang berbeda-beda dalam menguji pengaruh antara variable-variabel tersebut. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin meneliti lebih lanjut terhadap variable-variabel tersebut. Adapun penelitian ini mengangkat judul **“Pengaruh Citra Lembaga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Di Baitul Mal Kota Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh citra lembaga terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh ?

3. Bagaimana pengaruh citra lembaga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra lembaga terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.
3. Untuk me mengetahui pengaruh citra lembaga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai pengembangan terhadap teori citra lembaga dan kualitas pelayanan dalam loyalitas muzakki.
 - b. Sebagai bahan perbandingan antara teori dan kenyataan yang terjadi di lapangan.
 - c. Sebagai salah satu bahan acuan dibidang penelitian yang sejenis dan mengembangkan penelitian sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan peneliti dalam menganalisis pengaruh pengaruh citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

b. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya serta untuk dapat menjadi bahan informasi dan pengetahuan dalam kajian pembelajaran yang berkenaan dengan pengaruh pengaruh citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

c. Bagi Pemerintah/Baitul Mal Aceh

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran dalam meningkatkan citra lembaga dan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan loyalitas muzakki.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari 5 bab, sebagai berikut :

Bab 1 : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah untuk memfokuskan pembahasan, tujuan dan

kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan untuk memberikan gambaran tentang isi penelitian.

Bab 2 : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang kerangka teori yang berisi tentang teori-teori yang relevan untuk menjelaskan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, telaah pustaka yang berisi penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan acuan penulis dalam penulisan penelitian serta untuk memperkuat penelitian ini.

Bab 3 : Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang metodologi yang digunakan dalam penelitian yang meliputi jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab 4 : Hasil dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang hasil dari pengolahan terkait pengaruh pengaruh citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Bab 5 : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang dirangkum berdasarkan hasil penelitian dan saran berupa masukan-masukan yang ingin disampaikan baik kepada pihak-pihak terkait maupun peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Zakat dan Pengelolaan Zakat

2.1.1 Pengertian Zakat

Menurut *terminology* syariat (istilah), zakat adalah nama bagi sejumlah harta tertentu yang telah mencapai syarat tertentu yang diwajibkan oleh Allah untuk dikeluarkan dan diberikan kepada yang berhak menerimanya dengan persyaratan tertentu pula (*kifayatul akhyar*, I: ½). Kaitan antara makna secara bahasa dan istilah ini berkaitan erat sekali, yaitu bahwa setiap harta yang sudah dikeluarkan zakatnya akan menjadi suci, bersih, baik, berkah, tumbuh, dan berkembang.

Dari pengertian zakat diatas jelas bahwa zakat adalah suatu perintah Allah SWT yang wajib dijalankan bagi orang-orang yang telah mencapai nisab guna memberikan suatu pertolongan kepada orang-orang miskin yang tingkat kesejahteraannya sangat kurang, mengeluarkan zakat sudah berarti menjalankan perintah Allah SWT, maka pantas-lah bagi orang-orang yang mengeluarkan Zakatnya akan Allah sucikan, bersih, baik, berkah, tumbuh, dan berkembang sehingga harta yang dikeluarkan tidak hanya bermanfaat bagi orang lain tetapi bermanfaat juga bagi dirinya sendiri baik di dunia maupun di akhirat kelak.

2.1.2 Pengelolaan Zakat

Pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat. Bagian yang tak terpisahkan dari pengelolaan zakat adalah *muzakki* dan harta yang *dizakati*, *mustahik*, dan *amil* (Soemitra, 2009: 412).

2.2 Citra Lembaga

2.2.1 Pengertian Citra

Menurut Kotler pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realita (yang terlihat) dari perusahaan itu (Nur'aini, 2015) .

Dalam mempertahankan citra suatu lembaga hal yang sangat diperhatikan ialah *Transparansi* dan *Akuntabilitas*. *Transparansi* adalah prinsip yang menjamin kebebasan bagi setiap orang untuk memperoleh informasi tentang penyelenggaraan organisasi. *Transparansi* merupakan salah satu aspek dalam sistem tata kelola organisasi yang baik, sehingga merupakan aspek penting dalam mempertahankan citra lembaga. Kemudian *akuntabilitas* adalah pemberian informasi dan pengungkapan (*disclosure*) atas aktivitas dan kinerja financial kepada pihak-pihak yang berkepentingan. *Akuntabilitas* dapat diartikan sebagai kewajiban-kewajiban dari individu-individu atau penguasa yang dipercayakan untuk mengelola sumber-sumber daya publik dan yang bersangkutan

dengannya untuk dapat menjawab hal-hal yang menyangkut pertanggungjawabannya. Akuntabilitas terkait erat dengan instrumen untuk kegiatan kontrol terutama dalam hal pencapaian hasil pada pelayanan publik dan menyampaikannya secara transparan kepada masyarakat (Jumarni, 2019).

Untuk citra tersendiri dari lembaga amil zakat di sini adalah suatu *brand*/karakteristik portofolio hasil kerja keras yang telah dilaksanakan dalam waktu tertentu. Dalam membangun citra lembaga amil zakat diberikan kebebasan dalam menempatkan *positioning* (penempatan ciri khas) berdasarkan program kerja yang diterapkan ataupun afiliasi pada organisasi kemasyarakatan tertentu. Citra tidak sesederhana dalam membantu muzakki mendistribusikan dana zakatnya kepada mustahik. Citra merupakan penilaian yang membutuhkan waktu dan kerja keras yang cukup lama dan juga berdasarkan pada penilaian yang berstandar dari berbagai pihak eksternal. Citra bukanlah suatu hal yang dapat dinilai sepihak saja akan tetapi merupakan penilaian yang berasal dari masyarakat atau muzakki yang merasakan secara langsung program dan dampaknya (Hudaifah, 2020).

Dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwasanya citra lembaga merupakan kesan atau persepsi seseorang terhadap lembaga yang dipengaruhi oleh faktor diluar kontor lembaga. Citra merupakan hal yang sangat penting untuk di perhatikan oleh suatu lembaga.

2.2.2 Citra Menurut Perspektif Islam

Membangun citra yang kuat adalah penting tetapi tidak bertentangan dengan ketentuan prinsip-prinsip syariah. Di dalam ajaran islam, kita diperintah agar selalu berperilaku jujur, menepati janji, sebab janji tersebut akan dimintai pertanggung jawaban oleh Allah SWT. Citra yang baik adalah citra yang mempunyai karakter yang kuat dan bagi perusahaan atau produk, citra juga harus mencerminkan karakter yang tidak bertentangan dengan prinsip etika bisnis Islam (Eny, 2019)

Pada jaman Rasulullah SAW telah diterapkan pada saat beliau sedang berdagang, beliau selalu memperhatikan penampilan, dengan cara tidak membohongi pelanggan baik yang menyangkut kualitas maupun kuantitas. Dalam Qs. Asy-Syu'araa' : 181-183:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ
الْمُسْتَقِيمِ (١٨٢) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ
مُفْسِدِينَ (١٨٣)

Artinya : *“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”*(. Qs. Asy-Syu'araa' : 181-183)

Dalam pandangan Islam, citra adalah nama baik yang menjadi identitas seseorang atau perusahaan. Misalnya salah satu keberhasilan Rasulullah SAW sebagai seorang pedagang adalah karena sifat jujur dan adil dalam mengadakan hubungan dagang dengan para pelanggannya.

2.2.2 Indikator Citra Lembaga

Menurut Shirley Harrison dalam Nur'aini (2015) citra perusahaan meliputi empat elemen indikator sebagai berikut:

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

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan (Rianto, 2010: 211-212).

Pelayanan terbagi menjadi dua jenis pelayanan, yaitu pelayanan *public* dan pelayanan *private*. Menurut UU Nomor 25 Tahun 2009 pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa/atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik (Lindawaty, 2017: 14). Sedangkan pelayanan privat adalah pelayanan yang diberikan oleh pihak swasta yang berorientasi pada pelanggan (*stakeholder*) yang tujuannya adalah mencari keuntungan/profit.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan

pembelian suatu produk. Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan (Sembiring, 2014).

Untuk memberikan manfaat yang optimal kepada pelanggan, perlu mengupayakan *service* agar memberikan value secara konsisten. Elemen pemasaran ini penting dilakukan sebagai bagian dari semangat seluruh organisasi. Ini merupakan sikap agar bisnis dapat berkelanjutan, menjadi modal dalam menghadapi persaingan. Ditengah keterbatasan, perbaikan *service* relatif lebih mudah dilakukan dibanding lainnya terutama untuk menciptakan persepsi orang bahwa penawaran kita lebih besar dibanding pesaing (Shofiati, 2019).

Dapat dilihat dari pengertian kualitas pelayanan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu elemen yang sangat penting untuk diperhatikan pada perusahaan jasa. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga maka akan menarik konsumen untuk bersifat loyal.

2.3.2 Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan pada usaha yang dijalankan jangan memberikan yang buruk dan tidak berkualitas, melainkan harus yang baik dan berkualitas

kepada pelanggan. Hal ini seperti yang terdapat dalam Al-Quran surat Ali Imran ayat 159 dan Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ 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 ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”. (QS [3] :159).

وَقَالَ الَّذِينَ اتَّبَعُوا لَوْ أَنَّ لَنَا كَرَّةً فَنَتَبَرَّأَ مِنْهُمْ كَمَا تَبَرَّءُوا مِنَّا كَذَلِكَ يُرِيهِمُ اللَّهُ أَعْمَلَهُمْ حَسْرَتٍ عَلَيْهِمْ وَمَا هُمْ بِخَارِجِينَ مِنَ النَّارِ

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". (QS [2] : 267)

2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (2001) indikator kualitas pelayanan (SERVQUAL) dibagi menjadi lima dimensi SERVQUAL diantaranya adalah (Payangan, 2013):

1) *Tangibles* (Bukti Fisik)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2) *Reliability* (Kehandalan).

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3) *Responsiveness* (Ketanggapan).

Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4) *Assurance* (Jaminan dan Kepastian).

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5) *Emphaty* (Empati).

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki eaktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.4 Loyalitas Muzakki

2.4.1 Pengertian Loyalitas Muzakki

Definisi loyalitas menurut Griffin (2010) adalah seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.

Menurut Oliver (2010) loyalitas adalah komitmen muzakki bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas muzakki bentuknya beragam dan tidak bisa disamaratakan. Oliver (2010) membagi loyalitas muzakki menjadi beberapa tingkatan sebagai berikut :

- a. *Cognitive Loyalty*, loyalitas kognitif terbentuk berdasarkan informasi yang diterima konsumen.
- b. *Affective Loyalty*, loyalitas yang terbentuk karena adanya keterikatan emosional dalam benak muzakki. Loyalitas afektif muncul berdasarkan pada muzakki yang membeli produk atau jasa karena mereka menyukainya.
- c. *Conative Loyalty*, loyalitas konatif terbentuk berdasarkan komitmen muzakki untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk dan jasa secara konsisten dimasa mendatang.
- d. *Action Loyalty*, kebiasaan dan perilaku respon seara rutin muzakki untuk membeli produk dan jasa suatu perusahaan.

Berdasarkan beberapa definisi loyalitas muzakki diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas muzakki adalah kesetiaan untuk tetap menjadi muzakki dari lembaga atau Baitul Mal tertentu, dimana muzakki itu mempunyai sikap positif terhadap suatu lembaga, mempunyai komitmen pada lembaga tersebut dan

bermaksud meneruskan untuk terus menggunakan di masa mendatang. Serta ada sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk. Indikasi loyalitas yang sesungguhnya diperlukan suatu pengukuran terhadap sikap yang dikombinasikan dengan pengukuran terhadap perilaku.

2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Muzakki

Loyalitas muzakki terbentuk karena adanya beberapa faktor yang mempengaruhinya. Menurut Gaffar (2007) terdapat lima faktor yang mempengaruhi loyalitas muzakki:

1. Kepuasan (*satisfaction*)

Kepuasan muzakki merupakan perbandingan antara harapan yang dimiliki oleh muzakki dengan kenyataan yang diterima oleh muzakki itu sendiri. Perusahaan yang dapat memenuhi harapan muzakki, akan membuat muzakki semakin puas dengan perusahaan tersebut.

2. Ikatan Emosi (*emotional bonding*)

Sebuah merek yang memiliki daya tarik yang kuat dapat mempengaruhi karakteristik konsumen, sehingga konsumen dapat diidentifikasi melalui sebuah merek. Ukuran sederhana yang menggambarkan ikatan antara konsumen dengan sebuah merek dapat dilihat melalui kekuatan ikatan yang tercipta antara konsumen dengan konsumen lainnya yang menggunakan produk ataupun jasa yang sama.

3. Kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan konsumen merupakan kehendak konsumen dalam mempercayakan sebuah perusahaan atau merek untuk menuntaskan harapannya.

4. Kemudahan (*choice reduction and habit*)

Perusahaan ataupun merek yang dapat memberikan kemudahan saat transaksi dengan konsumennya dapat menciptakan kenyamanan konsumen. Sehingga konsumen akan melakukan pembelian secara terus menerus.

5. Pengalaman dengan perusahaan (*history with company*)

Pengalaman konsumen dengan sebuah perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika kualitas pelayannya baik dari perusahaan, maka konsumen secara otomatis akan mengilangi perilakunya pada perusahaan tersebut (Febrianti, 2019).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas muzakki pada konsumen antara lain : faktor kepuasan (*satisfaction*), ikatan emosi (*emotional bonding*), faktor kepercayaan (*trust*), kemudahan (*choice reduction and habit*) dan Pengalaman dengan perusahaan (*history with company*). Dengan mempertimbangkan adanya keterbatasan-keterbatasan, peneliti memfokuskan pada faktor perlindungan yaitu perusahaan harus dapat memberikan perlindungan kepada muzakkinya. Salah satu unsur atau hal yang harus dilindungi sebuah perusahaan adalah kualitas produk.

2.4.3 Indikator Loyalitas Muzakki

Memiliki muzakki yang loyal adalah suatu hal yang sangat berharga bagi lembaga. Beberapa indikator muzakki yang loyal menurut Griffin (2010) yaitu :

1. *Makes regular reperat purchase.* (melakukan pembelian secara teratur). Muzakki yang telah melakukan pembelian suatu produk atau jasa sebanyak dua kali atau lebih.
2. *Purchase across product or service lines.* (membeli diluar lini produk atau jasa). Membeli semua barang atau jasa yang ditawarkan dan mereka butuhkan. Mereka membeli secara teratur, hubungan dengan jenis muzakki ini sudah kuat dan berlangsung lama serta membuat mereka tidak terpengaruh oleh produk pesaing.
3. *Refers other* (menarik muzakki baru untuk perusahaan atau menciptakan prospek bagi perusahaan dengan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain). Membeli barang atau jasa yang ditawarkan dan yang mereka butuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur. Selain itu, mereka mendorong orang lain agar membeli barang atau jasa perusahaan tersebut.
4. *Demonstrate immunity to the pull of the competition* (tidak terpengaruh daya tarik pesaing atau menolak produk pesaing). Menolak untuk menggunakan produk atau jasa alternatif yang ditawarkan oleh pesaing.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi menjadi acuan dasar yang berisikan teori-teori atau temuan-temuan terdahulu yang mendukung penelitian. Temuan terdahulu dapat dijadikan sebagai teori pendukung dan sebagai pembanding dalam suatu penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Said (2020) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Melalui Kepuasan Muzakki Sebagai Variabel Intervening Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Metode yang digunakan menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan teknik analisis data dengan uji analisis jalur dengan uji regresi sederhana dan uji regresi berganda serta uji sobel. Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki pada BAZNAS Kota Serang. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki pada BAZNAS Kota Serang. Terdapat pengaruh kepuasan muzakki terhadap loyalitas muzakki pada BAZNAS Kota Serang. Kepuasan muzakki dapat memediasi hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas muzakki BAZNAS Kota Serang.

Penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2019) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzaki Melalui Kepuasan Muzaki dan Kepercayaan Muzaki. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi dan analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas muzaki; (2) kepuasan muzaki tidak berpengaruh terhadap loyalitas muzaki; (3) kepercayaan muzaki berpengaruh terhadap loyalitas muzaki; (4) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan muzaki; (5) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan muzaki; (6) kepuasan muzaki tidak memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzaki; (7) kepercayaan muzaki memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzaki.

Adapun dari sisi Musqari (2018) misalnya meneliti tentang Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Melalui Variabel Kepuasan pada Lembaga Amil Zakat (Studi pada Baituzzakah Pertamina Kantor Pusat). Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzaki. Kepuasan muzaki berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzaki. Kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas muzaki.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Suratno (2016) meneliti tentang Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang. Metode analisis yang digunakan dalam

penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi citra perusahaan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi citra perusahaan maka loyalitas pelanggan akan meningkat. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka loyalitas pelanggan akan meningkat. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Sofiyani (2019) yang meneliti tentang Analisis Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Layanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada LazisMu Cabang Suruh). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik pengambilan sampel *Simple Random*

Sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) citra lembaga tidak berpengaruh terhadap keputusan muzaki membayar zakat di Lazis Mu, (2) kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan muzaki membayar zakat di LazisMu, (3) religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan muzaki membayar zakat di LazisMu (4) Minat memoderasi pengaruh citra lembaga terhadap keputusan muzaki membayar zakat di LazisMu Cabang Suruh (5) Minat memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di LazisMu Cabang Suruh (6) Minat memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di LazisMu Cabang Suruh.

Adapun ringkasan dari penelitian terdahulu akan dijadikan tabel berikut ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Peneliti dan Judul	Metodologi dan Variabel	Hasil Penelitian
1.	Badina dan Syahidah (2020), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Melalui Kepuasan Muzakki Sebagai Variabel Intervening Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).	Metode pendekatan kuantitatif Variabel X_1 Kualitas Pelayanan Y Loyalitas Muzakki	Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki pada BAZNAS Kota Serang. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki pada BAZNAS Kota Serang. Terdapat pengaruh kepuasan muzakki terhadap loyalitas muzakki pada BAZNAS Kota Serang. Kepuasan muzakki dapat memediasi

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Peneliti dan Judul	Metodologi dan Variabel	Hasil Penelitian
			hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas muzakki BAZNAS
2.	Iin Sofiyani (2019), Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Layanan Dan Religiusitas	Metode kuantitatif Variabel X_1 Citra Lembaga X_2 Kualitas Pelayanan X_3 Religius dan Y	(1) citra lembaga tidak berpengaruh terhadap keputusan muzaki membayar zakat di Lazis Mu, (2) kualitas
	Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada LazisMu Cabang Suruh).	keputusan Muzakki	layanan berpengaruh terhadap keputusan muzaki membayar zakat di LazisMu, (3) religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan muzaki membayar zakat di LazisMu (4) Minat memoderasi pengaruh citra lembaga terhadap keputusan muzaki membayar zakat di LazisMu Cabang Suruh (5) Minat memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di LazisMu Cabang Suruh (6) Minat memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan muzaki membayar zakat di LazisMu Cabang Suruh.
3.	Diyah Safitri dan Ahmad Nurkhin (2019), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzaki Melalui	Metode kuantitatif Variabel X_1 Kualitas Pelayanan dan Y Loyalitas	(1) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas muzaki; (2) kepuasan muzaki tidak berpengaruh terhadap

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Peneliti dan Judul	Metodologi dan Variabel	Hasil Penelitian
	Kepuasan Muzaki dan Kepercayaan Muzaki.	Muzakki	loyalitas muzaki; (3) kepercayaan muzaki berpengaruh terhadap loyalitas muzaki; (4) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap
			kepuasan muzaki; (5) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan muzaki; (6) kepuasan muzaki tidak memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzaki; (7) kepercayaan muzaki memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzaki.
4.	Nurul Musqari dan Nurul Huda (2018), Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Melalui Variabel Kepuasan pada Lembaga Amil Zakat (Studi pada Baituzzakah Pertamina Kantor Pusat)	Metode kuantitatif Variabel X_1 Kualitas Pelayanan dan Y Loyalitas	kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzaki. Kepuasan muzaki berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzaki. Kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas muzaki.
5.	Suratno, Aziz Fathoni dan Andi Tri Haryono (2016) Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel	Metode pendekatan kuantitatif Variabel X_1 Citra Perusahaan X_2 Kualitas Pelayanan dan Y Loyalitas Pelanggan	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Peneliti dan Judul	Metodologi dan Variabel	Hasil Penelitian
	Intervening Pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang.		pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan.
			Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

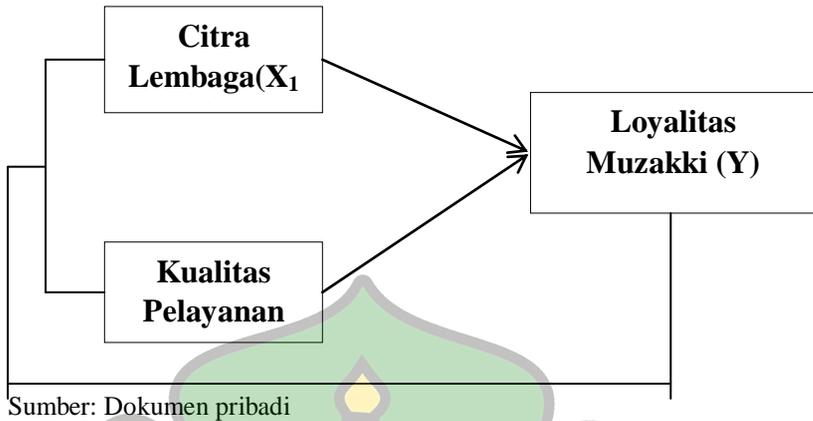
Sumber: Data diolah (2020)

2.6 Kerangka Pemikiran

Citra lembaga berpengaruh terhadap loyalitas muzakki. Dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan Dewi (2019) menunjukkan hasil bahwa variabel citra lembaga berpengaruh terhadap loyalitas muzakki.

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas muzakki. Dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas muzakki.

Sehingga dari pembahasan di atas kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

Keterangan gambar:

1. Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah citra lembaga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2).
2. Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah loyalitas muzakki.

Penelitian ini meneliti tentang seberapa besar atau ada tidaknya pengaruh variabel independen (citra lembaga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (loyalitas muzakki).

2.6 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan teoritis dan kerangka berpikir diatas, maka pengujian hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pengaruh citra lembaga terhadap loyalitas muzakki

Menurut Kotler dalam Nova (2011) citra merupakan persepsi masyarakat terhadap suatu lembaga tertentu. Citra merupakan sesuatu yang berkembang dalam benak masyarakat mengenai realita yang dirasakan dari lembaga. Semakin baik citra yang dibuat oleh suatu lembaga maka akan semakin banyak muzakki yang loyal pada lembaga tersebut. Penelitian yang dilakukan Dewi (2019) menunjukkan hasil bahwa variabel citra lembaga berpengaruh terhadap loyalitas muzakki.

H₁: Citra lembaga berpengaruh terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki

Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu (Arif, 2010). Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kesan pengalaman yang baik pula. Dari pengalaman yang baik tersebut akan menjadi unit pertimbangan pengambilan keputusan yang mana akan mendorong terbentuknya loyalitas muzakki. Melalui pelaksanaan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dorongan ketertarikan pelanggan dan

memunculkan loyalitas (Atmaja, 2018). Semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan atau sesuai dengan yang diharapkan oleh muzakki maka akan semakin loyal muzakki untuk membayar zakatnya di Baitul Mal Banda Aceh. Penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas muzakki.

H₂: Kualitas pelayanan pengelolaan berpengaruh terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

3. Pengaruh citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dependen yaitu citra lembaga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel independen yaitu loyalitas muzakki. Maka hipotesisi yang digunakan ialah:

H₃: Citra lembaga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi penelitian pada Baitul Mal Banda Aceh sebagai lokasi penelitian tentang Pengaruh Citra Lembaga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Baitul Mal Banda Aceh merupakan suatu lembaga daerah non struktural yang memiliki kewenangan dalam mengelola dan mengembangkan zakat. Lokasi penelitian ini di Jl. Malem Dagang Nomor 40, Keudah, Kecamatan Kuta Raja, Kota Banda Aceh.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian yaitu suatu penyelidikan yang baik dan teratur dan terus-menerus dapat memecahkan suatu masalah (Nazir, 2014). Penelitian ini membahas tentang pengaruh citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh sehingga dalam penelitian ini memerlukan pendekatan kuantitatif. Metode pendekatan kuantitatif bisa diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel pada dasarnya dilakukan secara random (acak), pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014). Sedangkan menurut Indrawan dan Yaniawati (2014:51) penelitian

kuantitatif adalah satu bentuk penelitian ilmiah yang mengkaji satu permasalahan dari satu fenomena, serta melihat kemungkinan kaitan atau hubungan-hubungannya antar variabel dalam permasalahan yang ditetapkan.

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). Selanjutnya tujuan dan arah peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh di olah menggunakan program *software spreadsheet* seperti *microsoft excel*, dan juga program statistik SPSS.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif karena data yang diperoleh berupa angka. Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas, yaitu citra lembaga dan kualitas pelayanan dan variabel terikat yaitu loyalitas muzakki.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ialah sumber data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari jawaban para responden terhadap

berbagai pertanyaan yang telah diajukan pada kuesioner yang disebar kepada para responden.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh pada tahun 2019 yaitu berjumlah 7.109 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Populasi dalam penelitian ini belum diketahui, Pengambilan sampel diambil dengan menggunakan metode jenis *simple random sampling*, yaitu cara pengambilan sample penelitian dengan cara acak sederhana sehingga besar populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan sampel penelitian berdasarkan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (3.1)$$

Dimana:

n = Ukuran Sample

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di tolerir (10%)

Besarnya populasi diketahui sebesar 7.109 orang.

Jadi besarnya sampel yang digunakan ialah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{7.109}{1 + 7.109(0,1)^2}$$

$$n = 98,61$$

Berdasarkan rumus Slovin tersebut dengan tingkat kesalahan 10% maka diperoleh sampel sebanyak 98,61 dibulatkan menjadi 99 sampel.

3.5 Teknik Penelitian

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data yang relevan, akurat dan reliable. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah keuioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang baik bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang diukur dan

tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ Pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui internet (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang jawabannya sudah tersedia, responden tinggal memilih jawaban sesuai pertanyaan dimaksud. Setiap jawaban pertanyaan-pertanyaan angket masing-masing pilihan jawaban diberi skor: Sangat setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (S) diberi skor 4, Netral (N) diberi skor 3, Tidak setuju (TS) diberi skor 2, Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1. Data yang diambil dengan menyebarkan kuesioner secara online yaitu dalam bentuk google form kepada muzakki Baitul Mal yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Dalam pengukuran kuesioner ini menggunakan skala Likert. Skala likert yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pertanyaan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Dalam hal ini, responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pertanyaan yang diberikan. Skala likert lazim menggunakan lima titik dengan label netral ditengah (tiga). Skala liker paling banyak dipakai sehingga lebih populer dibandingkan skala lainnya. Berikut adalah contohnya:

Tabel 3.1
Item Instrumen yang Menggunakan Skala *Likert*

Kategori	Kategori
Sangat Setuju	Sangat Baik
Setuju	Baik
Netral	Netral
Tidak Setuju	Tidak Baik
Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Baik

Skala 1 sampai dengan 5 guna untuk memudahkan reponden dalam menjawab pernyataan yang diajukan peneliti. Dari tiap-tiap pertanyaan/pernyataan akan dijawab oleh responden berdasarkan skala *likert*. Berdasarkan hipotesis, indikator pertanyaan mencakup variabel bebas dan variabel terikat di antaranya X_1 : Citra Lembaga, X_2 : Kualita Pelayanan, dan Y : Loyalitas Muzakki.

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Responden (skala *likert* 1-5)

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sugiyono (2016)

3.6 Defenisi Oprasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas atau variabel independen (X) dan variabel terikat atau dependen (Y).

Variabel bebas atau variabel independen. Menurut Sugiyono (2014) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen (bebas) yaitu : X_1 : Citra Lembaga, X_2 : Kualitas Pelayanan dan variabel dependen Y: Loyalitas Muzakki.

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk dapat menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Selain itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk dapat menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Operasionalisasi variabel dalam penelitiannya ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.3
Maktriks Oprasionalisasi Variabel

No	Variable	Defenisi Variable	Indikator	Skala Ukur
1.	Citra Lembaga	Menurut Kotler, pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya (Nur'aini, 2015). Jadi citra lembaga adalah kesan atau persepsi seseorang terhadap lembaga atau produknya yang	Menurut Shirley Harrison dalam Nur'aini (2015). 1. <i>Personality</i> 2. <i>Reputation</i> 3. <i>Value</i> 4. <i>Corporate Identity</i>	Ordinal
		dipengaruhi oleh factor diluar kontrol lembaga.		
2.	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan	1. <i>Assurance</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Tangibles</i> 4. <i>Emphaty</i> 5. <i>Responsiveness</i> (Payangan, 2013)	Ordinal

Tabel 3.3 Lanjutan

No	Variable	Defenisi Variable	Indikator	Skala Ukur
		(Sembiring, 2014).		
3.	Loyalitas Muzakki (Y)	Menurut Oliver (2010) loyalitas adalah komitmen muzakki bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.	a) Makes regular repeat purchase b) Purchase across produsct and service lines c) Refers Other d) Demonstrate immunity to the pull of competition (Griffin, 2010)	Ordinal

Sumber: Data diolah(2020)

3.7 Skala Pengukuran

Menurut Sanusi (2011) skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk dapat menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut jika digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala yang digunakan pada penelitian ini ialah skala ordinal yaitu hasil pengelompokan data dalam bentuk urutan rangking. Skala ordinal disebut data ordinal, data ordinal adalah data yang berjenjang di mana jarak anatara satu dengan data lainnya tidak sama.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012), validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner penelitian. Suatu pengukuran instrumen pengukuran dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur construct sesuai dengan tujuan dan harapan peneliti. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *correlated item – total correlation* atau disebut dengan *r_{hitung}* pada setiap butir pertanyaan terhadap nilai *r_{tabel}*.

Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliable dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliable. Jadi instrumen yang valid dan reliable merupakan syarat yang mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliable. Hal ini tidak berarti bahwa dengan menggunakan instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, otomatis hasil (data) penelitian menjadi valid dan reliable. Hal ini masih dipengaruhi oleh kondisi objek yang diteliti, dan kemampuan orang yang menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu peneliti harus mampu menggunakan instrumen dan mengatur variabel yang diteliti (Sugiyono, 2010). Sugiyono (2012) menyatakan sebagai berikut:

- a. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka komponen kuesioner dinyatakan valid.

- b. Jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , maka komponen kuesioner dinyatakan tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2012), reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali – untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan disebut reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan bersifat konsisten dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk dapat mengetahui sejauh mana kuesioner yang digunakan dapat memperlihatkan kestabilan dari hasil penelitian berikutnya dengan menggunakan uji *statistic Cronbach Alpha* (Ghozali 2011). Kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan tersebut yaitu:

- a. Jika hasil dari koefisien *alpha* lebih besar dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika hasil dari koefisien *alpha* lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan guna untuk mengetahui kelayakan dari suatu model regresi. Sebelum melakukannya dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang di gunakan sebagai berikut:

3.9.1 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan memenuhi normalitas atau tidak (Ghozali, 2015). Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan analisis grafik dan analisis statistik. Analisis grafik merupakan salah satu cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data distribusi yang mendekati normal. Namun demikian, hanya dengan melihat histogram, hal ini dapat membingungkan, khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode lain yang dapat digunakan adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dari analisis normal *probability plot* adalah sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.9.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai $VIF < 10$ atau besar toleransi $> 0,1$ (10%), maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual 1 pengamat ke pengamat lain tetap, maka dikatakan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karna data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (Ghozali, 2011).

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Analisis Regresi Berganda

Sugiyono (2014) analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Persamaan regresi yang digunakan untuk meneliti pengaruh X_1 , X_2 terhadap Y dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Adapun model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + e \quad (3.2)$$

Di mana:

Y	=	Loyalitas Muzakki
α	=	Konstanta
$b_{1,2}$	=	Koefisien regresi variabel bebas
x_1	=	Citra Lembaga
x_2	=	Kualitas Pelayanan
e	=	Error

Penelitian ini memiliki dua variabel independen (X) yaitu X_1 Citra Lembaga), X_2 (Kualitas Pelayanan) dan variabel dependen (Y) yaitu Loyalitas Muzakki.

3.10.2 Uji Parsial (Uji-t)

Uji t adalah uji yang dilakukan dengan melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam memperjelas atau menerangkan variasi variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan Uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, ini berarti variabel independen bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan..
2. Jika nilai sig > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, ini berarti variabel independen bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

Uji tabel t ini digunakan untuk melihat pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen secara parsial (masing-masing) sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H_{01} : Citra Lembaga tidak berpengaruh terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.
- H_{a1} : Citra Lembaga berpengaruh terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh
- H_{02} : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.
- H_{a2} : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh

3.10.3 Uji Simultan (Uji-F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah pengaruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan Uji F adalah:

1. Jika nilai sig. $< 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, ini menyatakan bahwa semua variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai sig. $> 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini menyatakan bahwa semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2012).

Uji tabel F digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dengan dependen secara simultan (bersama-sama) sehingga dapat dirumuskan hipotesis untuk yang kedua dalam uraian kalimat, sebagai berikut:

- H_{03} : Citra Lembaga dan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh
- H_{a3} : Citra Lembaga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas Muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh

Dengan menggunakan tingkat signifikansi (α) 5%. H_0 diterima jika $\text{Sig. } F > 0,05$ artinya tidak ada pengaruh citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Sebaliknya H_a diterima jika $\text{Sig. } F < 0,05$ artinya ada pengaruh yang simultan antara pengaruh citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

3.10.4 Uji R^2 (koefisien determinasi)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Perhitungan nilai koefisien determinasi juga sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2016). Pada intinya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinan adalah antar nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variable-variable independen memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

$$R^2 = r^2 \times 100\% \quad (3.3)$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Baitul Mal Kota Banda Aceh

4.1.1 Sejarah Baitul Mal Banda Aceh

Rintisan awal pembentukan lembaga formal pengelola zakat di Aceh dimulai tahun 1973 melalui Keputusan Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh No. 5/1973 tentang Pembentukan Badan Penertiban Harta Agama (BPHA). BPHA ini kemudian dirubah dalam tahun 1975 menjadi Badan Harta Agama (BHA). Sehubungan dengan adanya Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Dalam Negeri tahun 1991 tentang Pembentukan BAZIS (Badan Amil Zakat, Infak dan Shadaqah). Perubahan BHA menjadi BAZIS di Aceh dilakukan dalam tahun 1998, dengan struktur yang agak sedikit berbeda dengan BAZIS didaerah lain secara nasional, yaitu mulai BAZIS Provinsi, Kabupaten/Kota dan Kecamatan. Sedangkan BAZIS Aceh terdiri dari Provinsi, Kabupaten/Kota, Kecamatan dan Gampong/Kelurahan. Perubahan BAZIS menjadi Badan Baitul Mal Prov. NAD dilakukan melalui Keputusan Gubernur No. 18/2003 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Badan Baitul Mal Prov. NAD, yang mulai beroperasi pada bulan Januari 2004

Selanjutnya pada tahun 2007, lahirnya Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2007 tanggal 17 Januari 2008 tentang Baitul Mal sebagai turunan dari UUPA dimana dimana di dalam pasal 3 ayat 1 menyebutkan bahwa Baitul Mal adalah lembaga Daerah Non

Struktural yang dalam melaksanakan tugasnya bersifat independen sesuai dengan ketentuan syariat dan bertanggung jawab kepada Gubernur. Adapun fungsi dan kewenangan Baitul Mal tercantum dalam Qanun Nomor 10 Tahun 2007 pasal 8 ayat 1 yaitu :

1. Mengurus dan mengelola zakat, wakaf dan harta agama
2. Melakukan pengumpulan, penyaluran dan pendayagunaan zakat;
3. Melakukan sosialisasi zakat, wakaf, dan harta agama lainnya;
4. Menjadi wali terhadap anak yang tidak mempunyai lagi wali nasab, wali pengawas terhadap wali nashab, dan wali pengampu terhadap orang dewasa yang tidak cakap melakukan perbuatan hukum;
5. Menjadi pengelola terhadap harta yang tidak diketahui pemilik atau ahli warisnya berdasarkan putusan Mahkamah Syariah; dan
6. Membuat perjanjian kerjasama dengan pihak ketiga untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi umat berdasarkan prinsip saling menguntungkan.

4.1.2 Visi dan Misi Baitul Mal Kota Banda Aceh

4.1.2.1 Visi Baitul Mal Kota Banda Aceh

“Mewujudkan umat yang sadar zakat, pengelola uangamanah dan mustahiq yang sejahtera”

4.1.2.2 Misi Baitul Mal Kota Banda Aceh

1. Memberikan pelayanan yang prima kepada muzakki dan mustahiq;
2. Memberikan sistem pengelola zakat yang transparan dan akuntabilitas;
3. Memberikan konsultasi dan advokasi bidang zakat dan harta agama lainnya bagi yang membutuhkan;
4. Memberdayakan harta agama untuk kesejahteraan umat, khusus dhuafa;
5. Meningkatkan kesadaran umat dalam melaksanakan kewajiban zakat;
6. Melakukan pembinaan yang kontinyu terhadap para pengelola zakat dan harta agama lainnya.

4.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian pada Baitul Mal Kota Banda Aceh dengan responden adalah muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Data penelitian yang diperoleh dari kuesioner yang telah dibagikan kepada muzakki di Baitul Mal Banda Aceh sebanyak 99 responden. Berikut data-data responden dari kuesioner yang telah disebar.

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	51
Perempuan	48
Total	99

Sumber: Data angket yang diolah

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden muzakki Baitul Kota Mal Banda Aceh, yang menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 51 orang dan responden perempuan sebanyak 48 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa muzakki yang paling dominan pada Baitul Mal Banda Aceh adalah berjenis kelamin laki-laki.

2. Usia Responden

Tabel 4.2
Usia Responden

No.	Usia	Jumlah
1.	17-28 tahun	10
2.	29-39 tahun	15
3.	40-50 Tahun	32
4.	>51 tahun	42
Total		99

Sumber: Data angket yang diolah

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 di atas dapat diketahui usia responden atau muzakki di Baitul Mal Kota

Banda Aceh yang diambil sebagai populasi, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia antara 17-28 tahun sebanyak 10 orang, 15 orang antara 29-39 tahun, berusia 40-50 tahun sebanyak 32 orang sedangkan sisanya adalah responden berusia >51 tahun sebanyak 42 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh berusia >51 tahun.

3. Pekerjaan Responden

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah
1.	PNS	28
2.	Guru/Dosen	22
3.	Swasta	13
4.	Wiraswasta	20
5.	Lainnya	16
	Total	99

Sumber: Data angket yang diolah

Berdasarkan keterangan tabel 4.3 di atas dapat diketahui pekerjaan responden atau muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh yang diambil sebagai populasi, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai PNS sebanyak 28 orang, bekerja sebagai Guru/Dosen sebanyak 22 orang kemudian yang bekerja sebagai pegawai

Swasta sebanyak 13 orang, bekerja sebagai Wiraswasta sebanyak 20 orang dan sisanya adalah responden yang bekerja selain dari yang ada pada pilihan kuesioner sebanyak 16 orang. Hal ini menunjukkan muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh yang paling dominan adalah yang bekerja sebagai PNS.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012), validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner penelitian. Suatu pengukuran instrumen pengukuran dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur construct sesuai dengan tujuan dan harapan peneliti.

Kriteria penilaian uji validitas yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut valid. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tidak valid (Siregar, 2016)

Tabel 4.4

Uji Validitas

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Citra Lembaga	0.905**	0.1975	Valid
2		0.875**	0.1975	Valid
3		0.872**	0.1975	Valid
4		0.773**	0.1975	Valid

5	Kualitas Pelayanan	0.903**	0.1975	Valid
6		0.822**	0.1975	Valid
7		0.783**	0.1975	Valid
8		0.850**	0.1975	Valid
9		0.898**	0.1975	Valid
10		0.849**	0.1975	Valid
11	Loyalitas Muzakki	0.915**	0.1975	Valid
12		0.914**	0.1975	Valid
13		0.794**	0.1975	Valid
14		0.880**	0.1975	Valid

Sumber: Data angket yang diolah

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan semua nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,1975), artinya semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur suatu instrumen sejauh mana instrument tersebut dapat dipercaya. Pengujian dengan *Cronbach's Alpha* yang digunakan untuk menguji tingkat kepercayaan masing-masing angket variabel. Metode pengukuran reliabilitas yang digunakan adalah metode Alpha Cronbach (α). Koefisien Alpha Cronbach menunjukkan sejauh mana kekonsistenan responden dalam menjawab instrument yang dinilai. Suatu instrumen dikatakan reliable

apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Berikut hasil uji reliabilitas pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Citra Lembaga	0.931	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.945	Reliabel
Loyalitas Muzakki	0.942	Reliabel

Sumber: Data angket yang diolah

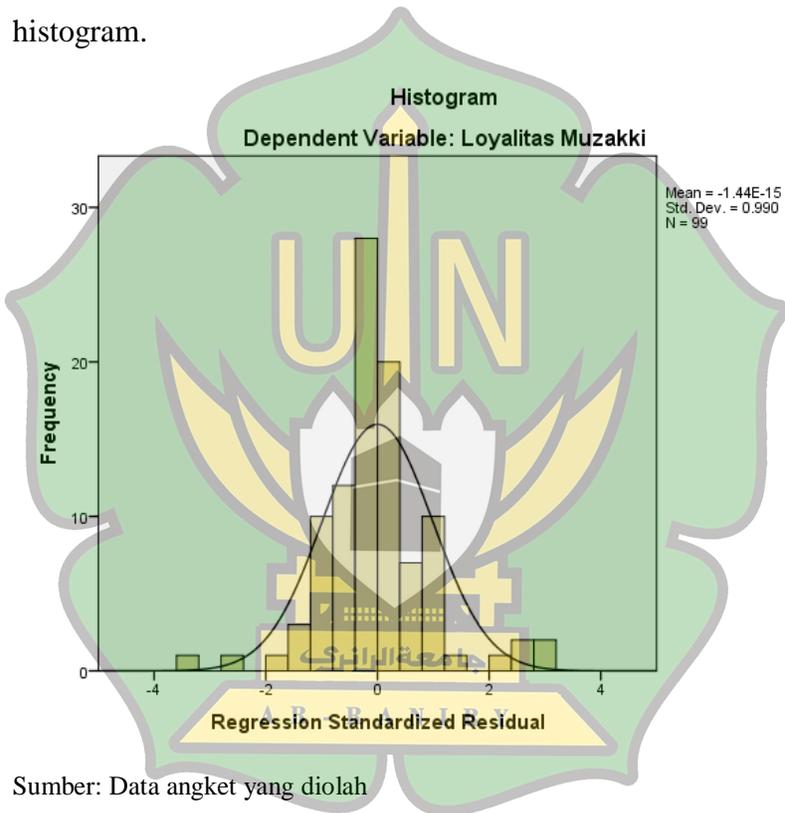
Berdasarkan hasil analisis reliabilitas dapat diketahui bahwa nilai alpha untuk masing-masing variabel persepsi responden dapat dilihat dari beberapa variabel yaitu variabel latar citra lembaga (X1) diperoleh nilai alpha sebesar 0.931, kualitas pelayanan (X2) sebesar 0.945 dan variabel loyalitas muzakki (Y) diperoleh nilai alpha sebesar 0.942. Dengan demikian pengukuran reliabilitas terhadap variabel penelitian menunjukkan bahwa pengukuran kehandalan memenuhi kredibilitas Cronbach Alpha dimana nilai alphanya lebih besar dari Alpha 0.60.

4.4 Analisis Data

4.4.1 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah variabel independen, variabel dependen, atau

keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode analisis grafik histogram dan metode normal *probability plot*. Berikut gambar 4.1 adalah pengujian menggunakan analisis grafik histogram.



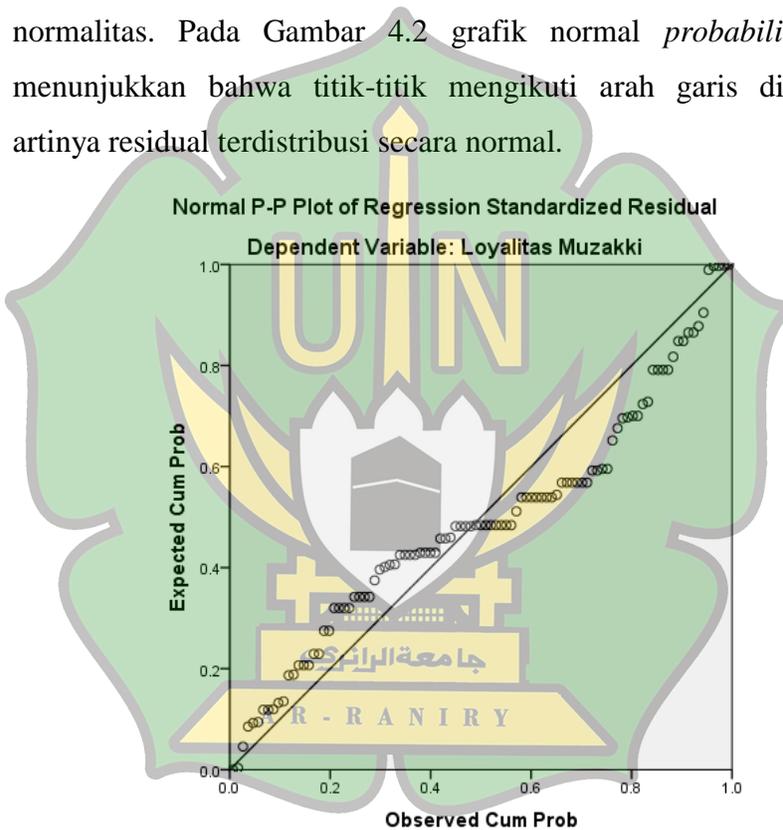
Sumber: Data angket yang diolah

Gambar 4.1
Histogram

Hasil grafik histogram pada Gambar 4.1 menunjukkan bahwa garis pada grafik histogram tersebut melengkung secara standar normalnya, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini berdistribusi normal atau dengan kata lain grafik ini

memberikan pola distribusi normal yang mendekati normal. Artinya residual terdistribusi secara normal.

Ghozali (2015) menyebutkan jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pada Gambar 4.2 grafik normal *probability plot* menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti arah garis diagonal, artinya residual terdistribusi secara normal.



Sumber: Data angket yang diolah

Gambar 4.2
Normal Probability Plot

Pada Gambar 4.2 grafik normal *probability plot* menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti arah garis diagonal, artinya residual terdistribusi secara normal.

4.5 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas perlu dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk melihat ada tidaknya multikolinieritas dapat berdasarkan nilai Tolerance dan VIF, dengan dasar pengambilan keputusan bahwa jika nilai VIF < 10,00 dan jika nilai Tolerance > dari 0,10. Maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas.

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Citra Lembaga	.134	7.447
	Kualitas Pelayanan	.134	7.447

Sumber: Data angket yang diolah

Hasil uji melalui *Variance Inflation Factor* (VIF) pada tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada citra lembaga sebesar 0,134 dan kualitas pelayanan sebesar 0,134. Seluruh variabel nilai *tolerance* > 0,10, kemudian nilai VIF pada citra

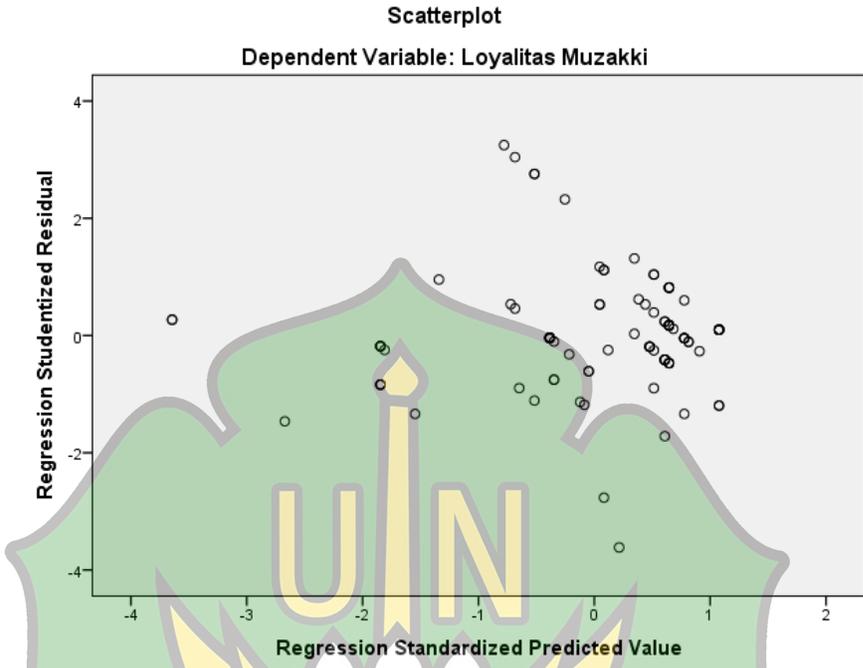
lembaga sebesar 7,447 dan kualitas pelayanan sebesar 7,447. Seluruh variabel nilai VIF < 10 . Maka dapat dinyatakan bahwa model regresi diantara variabel independen tidak terjadi multikolinearitas, dengan kata lain model regresi linear berganda terbebas dari multikolinearitas dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.6 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Tidak terdapat heteroskedastisitas apabila:

1. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
2. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah ataudisekitar angka
3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah saja.

Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini ditampilkan berikut ini:



Sumber: Data angket yang diolah

Gambar 4.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada Gambar 4.3 bahwa hasil perolehan uji heteroskedastisitas yaitu titik-titik pada grafik tidak mencerminkan suatu pola yang sistematis atau dapat dikatakan random, ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan variance pada suatu tingkat nilai variabel X. Dengan kata lain variance adalah konstan atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap dependen yang lain konstan (Ghozali,2011). Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t tabel dengan nilai t hitung. Berikut hasil pengujian uji t pada Tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.924	.998		.927	.356
	Citra Lembaga	.436	.155	.402	2.812	.006
	Kualitas Pelayanan	.340	.103	.472	3.305	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Muzakki

Sumber: Data angket yang diolah

Berdasarkan hasil analisis regresi diatas diperoleh koefisien untuk variabel citra lembaga (X1) yaitu 0,436 dan koefisien untuk variabel kualitas pelayanan (X2) yaitu 0,340 serta nilai konstanta yaitu 0,924 sehingga model persamaan regresi ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 0,924 + 0,436X_1 + 0,340X_2 + e$$

Model persamaan regresi kemudian di intepretasikan sebagai berikut:

1. Nilai *constant* adalah 0,924, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel citra lembaga dan kualitas pelayanan (nilai X_1 dan X_2 adalah 0) maka loyalitas muzakki adalah sebesar 0,924.
2. Nilai koefisien citra lembaga adalah 0,436, artinya jika variabel citra lembaga (X_1) meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas muzakki sebesar 0,436.
3. Nilai koefisien kualitas pelayanan adalah 0,340, artinya jika variabel kualitas pelayanan (X_2) meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas muzakii sebesar 0,340.

4.7.1.1 Hipotesis 1

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa hasil uji statisti t diperoleh t hitung sebesar 2,812 dan nilai t tabel 1,985 (df=96) maka t hitung > t tabel (2,812 > 1,985). Tabel di atas menunjukkan nilai signifikan t sebesar 0,006. Dapat dilihat dari nilai sig.= 0,006 < 0,05, yaitu berarti citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzakki. Hasil uji t tersebut mendukung hipotesis H_{a1} bahwa citra lembaga berpengaruh terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh

4.7.1.2 Hipotesis 2

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa hasil uji statisti t diperoleh t hitung sebesar 3,305 dan nilai t tabel 1,985 (df=96) maka $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($3,305 > 1,985$). Tabel di atas menunjukkan nilai signifikan t sebesar 0,001. Dapat dilihat dari nilai $\text{sig.} = 0,001 < 0,05$, yaitu berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzakki. Hasil uji t tersebut mendukung hipotesis H_{a2} bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

4.7.1 Uji Simultan (Uji-f)

Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) adalah 90 dan jumlah keseluruhan variabel (k) adalah 4, sehingga diperoleh :

1. $df \text{ (pembilang)} = 3 - 1 = 2$
2. $df \text{ (penyebut)} = 99 - 3 = 96$

Nilai F hitung akan diperoleh dengan menggunakan bantuan SPSS, kemudian akan dibandingkan Ftabel pada tingkat $\alpha = 5\%$ yaitu 3,09. Sehingga diperoleh hasil pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Simultan (Uji-f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	657.150	2	328.575	134.521	.000 ^b
	Residual	234.486	96	2.443		
	Total	891.636	98			
a. Dependent Variable: Loyalitas Muzakki						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga						

Sumber: Data angket yang diolah

Pada Tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil perolehan F hitung pada kolom F yakni sebesar 134,521 F tabel sebesar 3,09 sehingga F hitung lebih besar dari F tabel ($134,521 > 3,09$). Analisa perhitungan di atas juga menunjukkan bahwa nilai sig. = $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa citra lembaga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas muzakki. Hasil uji F ini mendukung hipotesisi H_{a3} bahwa citra lembaga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

4.7.2 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel bebas atau independen dalam penelitian ini yaitu citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap terhadap variabel terikat atau dependen yaitu loyalitas muzakki. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) yang telah diolah dengan program SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 ^a	.737	.732	1.563
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga				
b. Dependent Variable: Loyalitas Muzakki				

Sumber: Data angket yang diolah

Pada Tabel 4.9 dapat dilihat bahwa hasil perolehan R^2 pada kolom RSquare yakni sebesar 0,737. Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa variabel bebas (citra lembaga dan kualitas pelayanan) berpengaruh sebesar 73,7% terhadap variabel terikat (loyalitas muzakki). Sedangkan sisanya 26,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kepuasan muzakki, transparansi dan akuntabilitas (Yuliafitri, 2016).

4.8 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Loyalitas Muzakki

Berdasarkan hasil statistik di atas menunjukkan bahwa citra lembaga berpengaruh terhadap loyalitas muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,812 lebih kecil dari pada t table $df=96$ sebesar 1,985 dan tingkat signifikansi sebesar $(0,006 < 0,05)$. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi (2019) mengatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Sari Jaya Sedana di Klungkung. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mujahidin, 2018) mengatakan bahwa citra perguruan tinggi tidak berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa pada Perguruan Tinggi Swasta (Studi pada IKIP PGRI Bojonegoro).

Citra lembaga berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Citra lembaga yang baik maka akan meningkatkan reputasi dan kredibilitas yang dicapai

suatu lembaga sehingga dapat meningkatkan loyalitas muzakki. Semakin baik citra suatu lembaga di mata masyarakat maka akan semakin loyal muzakki untuk membayar zakatnya pada Lembaga Baitul Mal Kota Banda Aceh.

4.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki

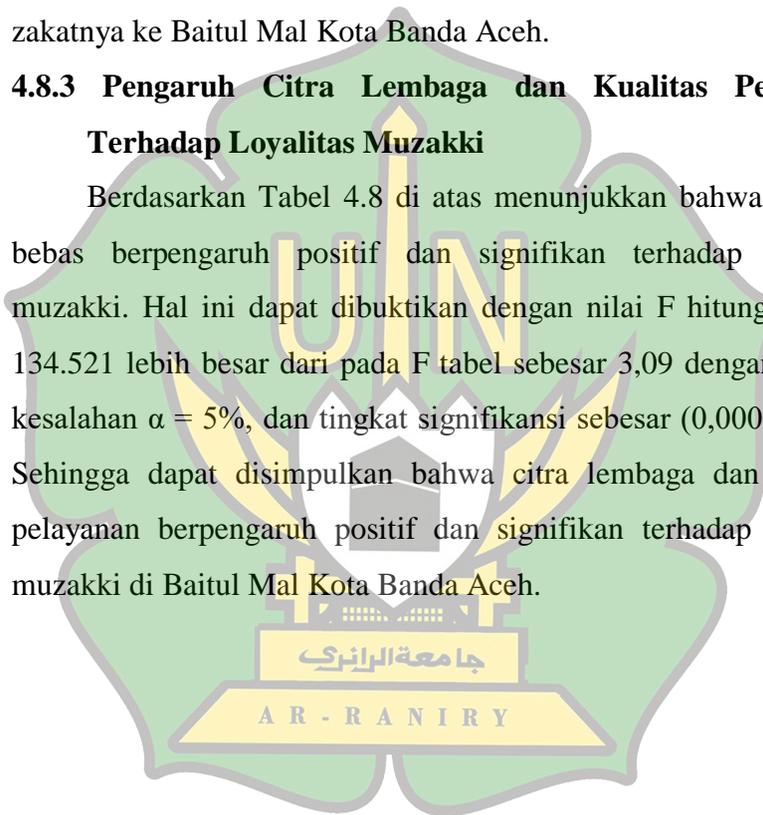
Berdasarkan hasil statistik diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,305 lebih kecil dari pada t table $df=96$ sebesar 1,985 dan tingkat signifikansi sebesar $(0,001 < 0,05)$. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Safitri (2016) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2019) bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki.

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas muzakki dikarenakan muzakki yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami *mood* yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap lembaga Baitul Mal. Tidak loyalnya muzakki sering kali disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas layanan yang diberikan oleh pihak lembaga menurun atau tidak sesuai dengan yang diharapkan muzakki.

Kualitas pelayanan merupakan wujud keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (muzakki). Ketika suatu pelayanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan muzakki maka akan mempengaruhi loyalitas muzakki untuk membayar dana zakatnya ke Baitul Mal Kota Banda Aceh.

4.8.3 Pengaruh Citra Lembaga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzakki. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 134.521 lebih besar dari pada F tabel sebesar 3,09 dengan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$, dan tingkat signifikansi sebesar $(0,000 < 0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra lembaga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mencoba untuk meneliti bagaimana pengaruh citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Sesuai dengan hasil pengujian data yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra lembaga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Hal ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($2,812 > 1,985$) dan tingkat signifikansi sebesar $0,006 > 0,05$.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel₁ ($3,305 > 1,986$) dan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.
3. Citra lembaga (x_1) dan kualitas pelayanan (x_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki di Baitul Mal Kota Banda Aceh (Y). Hal ini dapat dibuktikan bahwa F hitung $>$ F tabel ($134.521 > 3,09$) dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan saran atau masukan sebagai berikut :

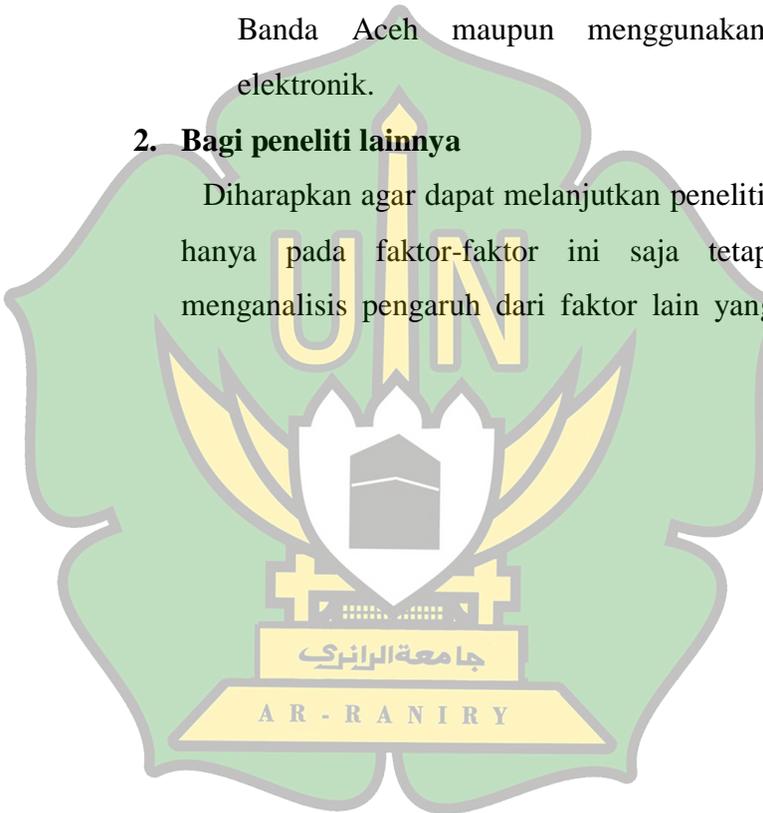
1. Bagi Baitul Mal Kota Banda Aceh

- a. Bagi Baitul Mal Kota Banda Aceh hendaknya membangun hubungan yang baik dengan semua elemen yang bekerja sama dengan lembaga terutama para muzakki. Untuk terus meningkatkan citra lembaga dapat dilakukan dengan membuat lembaga Baitul Mal yang terpercaya dimata masyarakat, dengan memberikan pengalaman yang profesional dalam mengelola dana zakat yaitu meningkatkan transparansi dengan mempublikasikan laporan keuangan secara berkala di media massa dan membuat atribut yang familiar dimata muzakki dan masyarakat sehingga dapat meningkatkan loyalitas muzakki untuk membayar zakatnya ke Baitul Mal Kota Banda Aceh.
- b. Bagi Baitul Mal Kota Banda Aceh hendaknya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki kepada muzakki sehingga dapat meningkatkan loyalitas muzakki untuk membayarkan zakatnya pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Dengan demikian maka lembaga Baitul Mal akan terus memiliki muzakki yang loyal dan akan banyak manfaat dari dana zakat yang dapat dimanfaatkan oleh orang-orang yang

membutuhkan. Memberikan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan meningkatkan kemudahan dalam bertransaksi, keamanan dan kenyamanan muzakki dalam membayarkan zakatnya secara langsung ke Baitul Mal Kota Banda Aceh maupun menggunakan media elektronik.

2. Bagi peneliti lainnya

Diharapkan agar dapat melanjutkan penelitian, tidak hanya pada faktor-faktor ini saja tetapi dapat menganalisis pengaruh dari faktor lain yang sesuai.



Daftar Pustaka

Al-Qur'an dan Terjemahannya.

Atmaja, Jaka. 2018. *Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB*. Jurnal Ecodemica Vol. 2 No. 1.

Baitul Mal Banda Aceh. 2020. <http://baitulmal.acehprov.go.id/profil-baitulmal/>. Diakses 30 Oktober 2020.

Dewi, Kadek Novita Maharani, Ketut Jayawarsa dan A.A. Sri Purnami. 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BPR Sari Jaya Sedana di Klungkung*. Warmadewa Economic Development Journal Vol. 2 No.1. Bali: Universitas Warmadewa.

Eny, Lusi Anggri. 2019. *Analisis Pengaruh Citra, Pelayanan Jasa Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Menurut Perspektif Islam (Studi pada Pegadaian Syariah Unit Way Halim Bandar Lampung)*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Fatihudin, Didin dan M. Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Febrianti, Iin. 2019. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Smartphone Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Entrepreneur Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Mataram)*. Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram).

Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang : UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huda, Nurul, Novarini, Yosi Mardoni, Citra Permata Sari. 2015. *Zakat Perspektif Mikro-Makro Pendekatan Riset*. Cetakan ke-1. Jakarta. Prenadamedia Group.
- Hudaifah, Ahmad dkk. 2020. *Sinergi Pengelolaan Zakat di Indonesia*. Surabaya: Scorpindo Media.
- Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ishak, A., dan Luthfi, Z. 2011. *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs*. Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 15, No. 1.
- Jefkins, Frank 2004. *Public Relations, edisi kelima (alih bahasa Haris Munandar)*. Jakarta: Erlangga.
- Jumarni. 2019. *Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Terhadap Kepercayaan Muzakki Membayar Zakat Di Baznas Kota Jambi*. Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Lindawaty, Debora Sanur, Dewi Shendikasari Dharmaningtias, Handrini Ardiyanti dan Riris Katharina. 2017. *Peningkatan*

Kualitas Pelayanan Publik di Indonesia. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Musqari, Nurul dan Nurul Huda. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Melalui Variabel Kepuasan Pada Lembaga Amil Zakat (Studi pada Baituzzaka Pertamina Kantor Pusat)*. *Islamic Banking and Finance Journal* Vol. 2 No.1. Jakarta: Universitas YARSI.
- Mujahidin, Ali, Fifi Zuhriah dan Ifa Khoirianingrum. 2018. *Pengaruh Citra Perguruan Tinggi dan Kompetensi Dosen Terhadap Loyalitas Mahasiswa Melalui Kepuasan Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta (Studi Pada IKIP PGRI Bojonegoro)*. *Al tijarah* Vol. 4 No. 2. Bojonegoro: UNIDA.
- Nazir. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nur'aini, Hanifah dan M. Rasyid Ridla. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan religiusitas Terhadap Minat Muzaki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi (Studi di Pos Keadilan Peduli Ummat Yogyakarta)*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Oliver, R. L. 2010. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill.
- Payangan, Otto R. 2013. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bogor: IPB Press.
- Riandono, Muhamad Nafik Hadi. 2008. *Ekonomi ZISWAQ (zakat, infak, shodaqoh dan wakaf)*. Surabaya: IFDI dan Cenforis.
- Rianto, M. Nur. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*. Bandung: Alfabeta.

- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Safitri, Diyah dan Ahmad Nurkhin. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzaki Melalui Kepuasan Muzaki dan Kepercayaan Muzaki*. Economic Education Analysis Journal Vol. 8 No.2. Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Safitri, Erwina, Mintarni Rahayu dan Nur Khusniyah Indrawati. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Service Center (Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center di Kota Malang)* Jurnal Ekonomi Bisnis No.1. Malang: Universitas Brawijaya.
- Said, Syihabudin, Tenny Badina dan Syarah Syahidah . 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Melalui Kepuasan Muzakki Sebagai Variabel Intervening Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)*. Syi'ar Iqtishadi Vol.4 NO.1. Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Saktiandy, D. E. 2013. *Pengaruh Program Pemberdayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pembayar ZIS dalam Membayar Zakat, Infaq dan Shadaqoh di LAZ yang Berkantor Pusat di Surabaya*. Tesis. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Sanusi, A. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sembiring, Inka Janita, Suharyono dan Andriani Kusumawati. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol.15 No.1. Malang: Universitas Brawijaya.

- Shofiati, Anik. 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan, Relasi Pemasaran Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Di Mediasi Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Sragen Kantor Cabang Boyolali)*. Salatiga: IAIN Salatiga.
- Siregar, Sofyan. 2016. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sofiyani, Iin. 2019. *Analisis Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Layanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Lazismu Cabang Suruh)*. Salatiga: IAIN Salatiga.
- Soemitra, Andri. 2009. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2010. *Metode Kuantitatif Kualitatif dan RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi ((Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suratno, Aziz Fathoni dan Andi Tri Haryono. 2016. *Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Pelabuhan Indonesia III Semarang*. *Journal Of Management* Vol. 2 No.2. Semarang: Universitas Pandanaran.

Suwiknyo, Dwi. 2010. *Kompliasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Yuliafitri, Indiri dan Asma Nur Khoiriyah. 2016. *Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi Pada LAZ Rumah Zakat)*. Jurnal Ekonomi Islam Vol. 7 No.2. Jawa Barat: Universitas Padjadjaran.



LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/i

di Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian “Pengaruh Citra Lembaga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Muzakki pada Baitul Mal Banda Aceh”, maka saya mengharap kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i menjadi salah satu responden untuk mengisi angket (kuisisioner) sebagaimana terlampir. Kuisisioner ini merupakan instrumen penelitian dalam rangka penyusunan skripsi program Sarjana (S1) oleh:

Nama : Khairil Saputra

NIM : 160603025

Jurusan : Perbankan Syariah

Universitas : UIN Ar-raniry

Informasi yang Anda berikan bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Demikian atas bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Sdr/i, saya ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Peneliti

Khairil Saputra

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
 Jenis Kelamin :
 Alamat :
 Usia :
 Pekerjaan :

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah pertanyaan di bawah ini dengan teliti
2. Anda diminta untuk memberikan penilaian mengenai pengaruh citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki pada Baitul Mal Banda Aceh.
3. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda (√) checklist , pada salah satu jawaban yang sesuai menurut Bpk/ Ibu/ Sdr/ i, dengan keterangan sebagai berikut :
 1. Sangat Setuju (SS) = 5
 2. Setuju (S) = 4
 3. Netral (N) = 3
 4. Tidak Setuju (TS) = 2
 5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
4. Informasi yang Anda berikan bersifat rahasia hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Citra lembaga						
1.	Baitul Mal Banda Aceh					

	merupakan lembaga yang mempunyai tanggung jawab sosial dalam masyarakat					
2.	Baitul Mal Kota Banda Aceh memiliki kinerja penyaluran zakat yang baik					
3.	Kinerja Baitul Mal Banda Aceh, transparansi dan profesional					
4.	Karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh cepat tanggap terhadap permintaan atau keluhan muzakki					
Kualitas Pelayanan						
5.	Petugas Baitul Mal Banda Aceh cukup tanggap terhadap permintaan maupun keluhan muzakki					
6.	Petugas amil Baitul Mal Banda Aceh memberikan informasi yang cepat dan mudah dimengerti					
7.	Muzakki dapat memanfaatkan fasilitas teknologi untuk membayar					

	zakat di lembaga zakat tersebut					
8.	Muzaki nyaman membayar langsung ke Baitul Mal Banda Aceh					
9.	Kantor Baitul Mal Banda Aceh rapi dan bersih					
10.	Sarana komunikasi di Baitul Mal Banda Aceh lengkap					
Loyalitas						
11.	Bersedia menggunakan produk/jasa Baitul Mal Kota Banda Aceh secara terus-menerus					
12.	Saya akan merekomendasikan Baitul Mal Banda Aceh kepada teman					
13.	Saya tidak terpengaruh dengan promosi program Lembaga Zakat lainnya					
14.	Menggunakan lebih dari satu produk/jasa yang disediakan Baitul Mal Kota Banda Aceh					

Lampiran 2: Jawaban Responden

Jawaban Responden

NO	Citra Lembaga					Kualitas Pelayanan						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
1	5	5	3	2	15	3	4	2	4	3	2	18
2	5	5	5	4	19	4	3	5	5	4	3	24
3	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	3	23
4	5	5	4	5	19	4	4	4	5	4	5	26
5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	16	3	4	3	4	4	4	22
8	3	3	3	2	11	3	2	2	2	1	3	13
9	4	3	3	3	13	4	3	4	3	3	2	19
10	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
11	4	4	4	3	15	3	4	4	4	4	4	23
12	5	5	4	4	18	4	4	4	5	4	4	25
13	1	1	1	3	6	1	3	2	1	2	3	12
14	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	4	24
15	4	5	5	4	18	4	4	5	4	4	5	26
16	1	1	1	3	6	1	3	2	1	2	3	12
17	4	4	4	5	17	5	4	3	4	5	5	26
18	5	4	4	5	18	4	4	4	3	5	5	25
19	5	4	5	4	18	5	5	5	4	5	5	29
20	5	5	4	4	18	5	4	3	5	5	5	27
21	5	5	5	4	19	5	4	4	5	5	5	28
22	5	4	5	5	19	5	5	5	5	4	4	28
23	5	4	5	5	19	5	4	4	5	5	5	28
24	5	5	5	4	19	5	4	4	5	5	5	28
25	5	4	5	5	19	5	4	5	5	4	4	27
26	5	4	5	5	19	4	5	5	4	5	4	27
27	5	5	5	4	19	5	5	5	5	4	4	28
28	5	5	5	4	19	5	5	4	4	5	5	28
29	5	5	4	4	18	4	5	4	5	5	5	28
30	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30
31	5	5	4	5	19	4	4	5	5	5	5	28
32	5	5	5	4	19	5	5	5	5	4	4	28
33	5	5	5	4	19	5	5	5	5	4	4	28
34	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	5	28
35	5	4	5	4	18	5	5	5	4	5	5	29
36	5	4	5	5	19	5	4	5	5	5	5	29
37	5	4	5	4	18	5	4	5	5	5	5	29
38	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	5	29
39	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	4	29
40	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	4	29
41	5	5	4	5	19	5	5	4	5	4	5	28
42	5	5	4	5	19	5	5	4	4	5	4	27

43	5	5	4	4	18	5	5	4	5	5	5	29
44	5	4	5	5	19	5	4	4	5	5	5	28
45	5	4	5	4	18	5	4	5	4	5	4	27
46	5	5	4	3	17	5	5	4	5	5	5	29
47	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	5	28
48	5	5	4	5	19	5	4	5	4	5	4	27
49	5	4	5	4	18	5	5	5	4	5	5	29
50	5	5	5	5	20	4	5	5	4	5	4	27
51	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
52	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
53	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
54	5	4	4	3	16	4	2	3	5	3	4	21
55	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	4	23
56	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	4	23
57	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
58	4	5	5	5	19	5	5	4	5	5	5	29
59	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	24
60	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
61	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	4	23
62	5	4	4	4	17	4	4	4	5	5	3	25
63	5	4	3	4	16	4	4	4	4	5	4	25
64	4	4	3	3	14	4	3	4	5	4	4	24
65	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
66	4	4	4	3	15	4	3	3	5	4	4	23
67	5	5	5	4	19	5	5	4	5	5	4	28
68	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	4	24
69	5	5	4	3	17	3	4	4	4	4	4	23
70	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
71	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
72	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
73	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
74	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
75	4	5	4	3	16	5	5	4	4	4	4	26
76	5	4	4	4	17	4	4	4	4	3	4	23
77	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
78	4	4	5	4	17	5	5	4	4	4	4	26
79	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
80	3	3	4	3	13	3	3	2	3	3	3	17
81	4	4	5	4	17	5	5	4	4	4	4	26
82	3	3	3	3	12	3	3	4	3	3	2	18
83	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
84	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
85	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
86	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
87	3	3	3	3	12	3	3	4	3	3	2	18
88	3	3	3	3	12	3	3	4	3	3	2	18
89	5	4	5	4	18	5	4	4	4	4	4	25
90	5	4	5	4	18	4	5	4	5	5	5	28

91	4	5	4	5	18	5	5	4	5	5	4	28
92	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
93	5	5	5	4	19	5	5	5	5	4	4	28
94	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	5	29
95	5	4	5	4	18	5	4	4	5	5	5	28
96	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	4	28
97	5	4	5	5	19	5	4	5	5	5	5	29
98	5	5	5	4	19	5	5	5	5	4	5	29
99	5	5	4	5	19	5	4	5	4	4	5	27

NO	Loyalitas Muzakki				
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y
1	4	3	4	4	15
2	5	5	3	4	17
3	4	4	4	3	15
4	5	5	4	5	19
5	5	5	5	5	20
6	4	4	4	4	16
7	4	4	3	3	14
8	1	1	5	1	8
9	3	3	2	3	11
10	3	3	3	3	12
11	4	4	4	4	16
12	4	4	1	4	13
13	2	2	2	2	8
14	4	4	4	4	16
15	3	3	3	3	12
16	2	2	2	2	8
17	4	5	5	5	19
18	5	4	5	5	19
19	5	5	5	4	19
20	5	4	4	5	18
21	5	5	4	4	18
22	5	4	5	5	19
23	5	5	4	5	19

24	4	5	5	5	19
25	5	5	5	5	20
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	5	5	4	4	18
29	4	5	4	5	18
30	5	5	5	4	19
31	5	5	4	5	19
32	5	5	5	5	20
33	5	5	5	5	20
34	5	5	5	4	19
35	5	5	5	4	19
36	5	4	5	5	19
37	5	4	5	4	18
38	5	5	5	4	19
39	5	5	4	4	18
40	5	5	4	4	18
41	5	5	5	4	19
42	4	4	5	5	18
43	5	4	5	4	18
44	5	4	4	5	18
45	5	5	5	5	20
46	5	5	4	5	19
47	5	5	5	5	19
48	5	5	3	4	17
49	4	4	3	5	16
50	5	5	4	5	19
51	5	4	5	4	18
52	3	3	3	3	12
53	5	5	5	5	20
54	5	5	5	5	20
55	5	5	5	5	20
56	4	4	3	3	14

57	5	4	5	4	18
58	5	4	5	3	17
59	4	4	4	4	16
60	5	5	5	5	20
61	5	5	5	5	20
62	4	4	4	3	15
63	5	5	5	5	20
64	5	4	3	4	16
65	5	5	5	5	20
66	5	5	5	5	20
67	5	5	4	4	18
68	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16
70	4	4	4	4	16
71	3	3	3	3	12
72	4	4	4	4	16
73	3	3	3	3	12
74	4	4	4	4	16
75	4	4	4	3	15
76	4	4	4	3	15
77	5	5	5	5	20
78	4	5	5	4	18
79	4	4	4	4	16
80	3	3	3	3	12
81	4	5	5	4	18
82	3	3	2	3	11
83	5	5	5	5	20
84	4	4	4	4	16
85	5	5	5	5	20
86	4	4	4	4	16
87	3	3	2	3	11
88	3	3	2	3	11
89	4	5	5	5	19

90	4	5	4	5	18
91	5	5	4	4	18
92	4	4	4	4	16
93	5	5	5	5	20
94	5	5	5	4	19
95	5	4	5	4	18
96	5	5	4	5	19
97	5	5	4	5	19
98	5	5	5	5	20
99	5	5	4	5	19

Lampiran 3: Hasil Uji Validitas

1. Citra Lembaga

Hasil Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Citra Lembaga
X1.1	Pearson Correlation	1	.796**	.727**	.570**	.905**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
X1.2	Pearson Correlation	.796**	1	.674**	.521**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
X1.3	Pearson Correlation	.727**	.674**	1	.580**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99
X1.4	Pearson Correlation	.570**	.521**	.580**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99
Citra Lembaga	Pearson Correlation	.905**	.875**	.872**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99

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

2. Kualitas Pelayanan

Hasil Uji Validitas**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Kualitas Pelayanan
X2.1	Pearson Correlation	1	.702*	.670*	.776*	.751*	.674*	.903**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X2.2	Pearson Correlation	.702**	1	.608*	.571*	.708*	.609*	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X2.3	Pearson Correlation	.670**	.608*	1	.589*	.624*	.490*	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X2.4	Pearson Correlation	.776**	.571*	.589*	1	.734*	.626*	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X2.5	Pearson Correlation	.751**	.708*	.624*	.734*	1	.738*	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X2.6	Pearson Correlation	.674**	.609*	.490*	.626*	.738*	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99

Kualitas	Pearson Correlation	.903**	.822*	.783*	.850*	.898*	.816*	1
			*	*	*	*	*	
Pelayanan	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99

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

3. Loyalitas Muzakki

Hasil Uji Validitas Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Loyalitas Muzakki
Y1	Pearson Correlation	1	.855**	.607**	.758**	.915**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
Y2	Pearson Correlation	.855**	1	.579**	.784**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
Y3	Pearson Correlation	.607**	.579**	1	.552**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99
Y4	Pearson Correlation	.758**	.784**	.552**	1	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99
Loyalitas Muzakki	Pearson Correlation	.915**	.914**	.794**	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99

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

Lampiran 4: hasil Uji Reliabilitas

1. Citra Lembaga

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha Based on Standardized		
Cronbach's Alpha	Items	N of Items
.831	.931	5

2. Kualitas Pelayanan

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha Based on Standardized		
Cronbach's Alpha	Items	N of Items
.807	.945	7

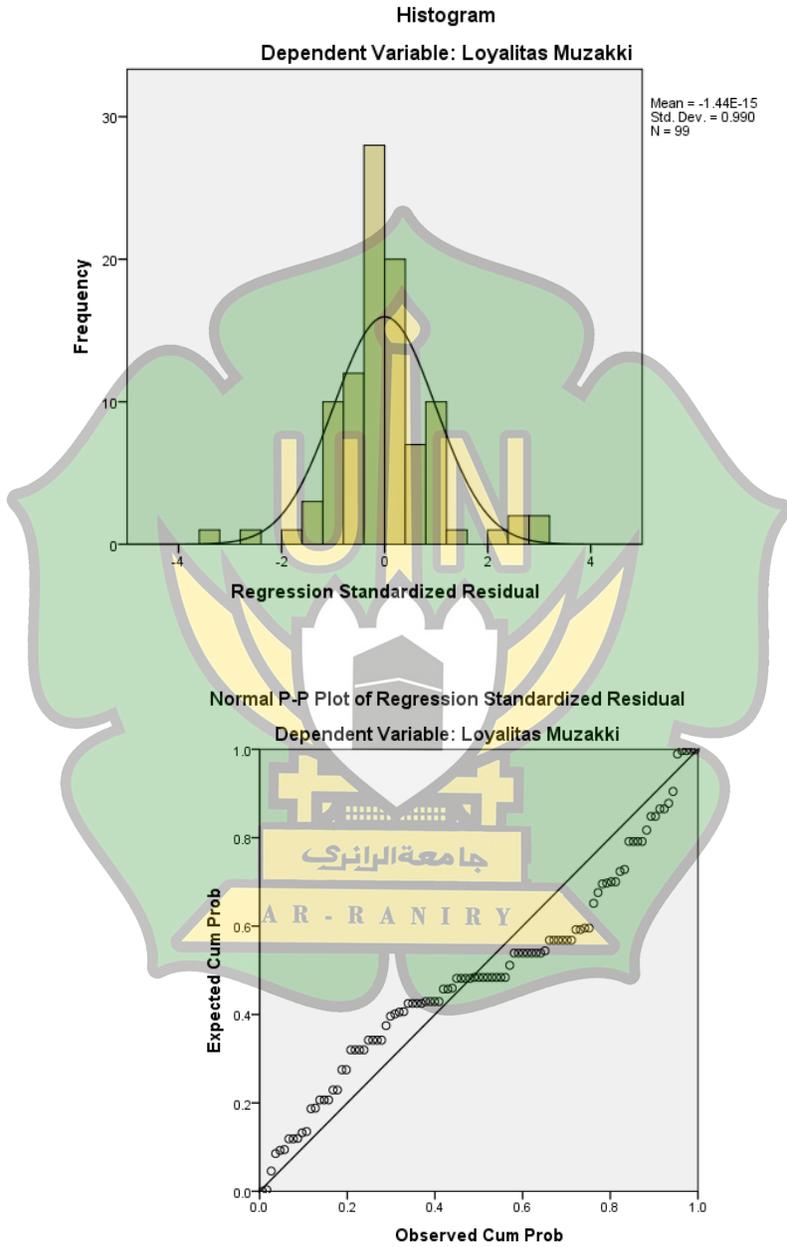
3. Loyalitas Muzakki

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha Based on Standardized		
Cronbach's Alpha	Items	N of Items
.835	.942	5

Lampiran 5: Hasil Uji Normalitas



Lampiran 6: Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

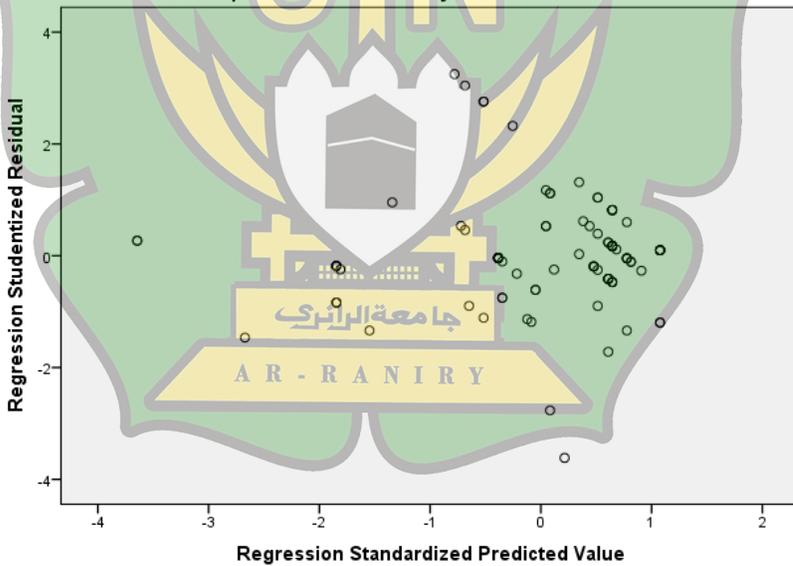
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.924	.998		.927	.356		
Citra Lembaga	.436	.155	.402	2.812	.006	.134	7.447
Kualitas Pelayanan	.340	.103	.472	3.305	.001	.134	7.447

a. Dependent Variable: Loyalitas Muzakki

Lampiran 7: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Loyalitas Muzakki



Lampiran 8: hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.924	.998		.927	.356
	Citra Lembaga	.436	.155	.402	2.812	.006
	Kualitas Pelayanan	.340	.103	.472	3.305	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Muzakki

Lampiran 9: Hasil Uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	657.150	2	328.575	134.521	.000 ^b
	Residual	234.486	96	2.443		
	Total	891.636	98			

a. Dependent Variable: Loyalitas Muzakki

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga

Lampiran 10: Uji Determinasi (R^2)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 ^a	.737	.732	1.563

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga

b. Dependent Variable: Loyalitas Muzakki