

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA LEMBAGA
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUASAN *MUZAKKI*
PADA BAITUL MAL KOTA LANGSA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu
Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**



Oleh

NURHAYANI

NIM : 4042017021

PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

1442 H / 2021 M

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA LEMBAGA DAN
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUASAN MUZAKKI PADA BAITUL**

MAL KOTA LANGSA

Oleh :

Nurhayani

Nim: 4042017021

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf

Langsa, 05 Januari 2022

Pembimbing I



Mulvadi, MA
NIDN. 2029077703

Pembimbing II



Juli Dwina Puspa Sari, M.Bus (ADV)
NIDN. 1306078701

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf



Mulvadi, MA
NIP. 197707292006041003

LEMBAR PENGESAHAN

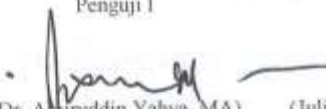
Skripsi berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Muzakki Pada Baitul Mal Kota Langsa" an Nurhayani, NIM 4042017021 Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 07 Februari 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf.

Langsa, 07 Februari 2022

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf IAIN Langsa

Penguji I


(Dr. Amiruddin Yahya, MA)
NIP. 19750909 200801 1 013

Penguji II


(Juli Dwina Pujipta Sari, SE, Mbus (ADV))
NIP. 19870706 201903 2 012

Penguji III


(Dr. Safwan Kamal M.Ei)
NIP. 19900518 202012 1 011

Penguji IV


(Pakhrizal Lc. MA)
NIDN. 2018028502

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa


(Dr. Iskandar Budiman, M.C.L.)
NIP. 19650616 199503 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASALIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nurhayani

Nim : 4042017021

Tempat/Tgl. Lahir : Langsa, 29 Mei 1999

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Pasar Kauman, Kec. Rao Selatan, Kab. Pasaman,
Sumatera Barat

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul
"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA LEMBAGA DAN
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUASAN MUZAKKI PADA BAITUL
MAL KOTA LANGSA" benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang
disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan keliruan di dalamnya,
seperuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 02 Desember 2021

Yang membuat pernyataan



Nurhayani
Nim: 4042017021

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas terhadap kepuasan *muzakkī* pada Baitul Mal Kota Langsa. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui apakah kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas berpengaruh terhadap kepuasan *muzakkī* pada Baitul Mal Kota Langsa, baik secara parsial maupun secara simultan. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan menggunakan metode kuesioner, wawancara dan observasi. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling yang dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel tersebut. Berdasarkan random yang dilakukan oleh peneliti, maka diambil sampel pada Kota Langsa, kemudian teknis analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda. Dari hasil penelitian ini diperoleh pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan *muzakkī* menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $-0,341$ dengan nilai signifikansi $0,734 > 0,05$, artinya kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan *muzakkī* pada Baitul Mal Kota Langsa. Pengaruh citra lembaga terhadap kepuasan *muzakkī* menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $1,488$ dengan nilai signifikansi $0,141 > 0,05$, artinya citra lembaga secara parsial mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan *muzakkī* pada Baitul Mal Kota Langsa. Pengaruh religiusitas terhadap kepuasan *muzakkī* menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $-0,311$ dengan nilai signifikansi $0,757 > 0,05$, artinya pengaruh religiusitas secara parsial mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan *muzakkī* pada Baitul Mal Kota Langsa. Dari hasil uji F menunjukkan hasil f_{hitung} $0,863$ dengan nilai signifikansi $0,465 > 0,05$, artinya kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan *muzakkī* pada Baitul Mal Kota Langsa. Berdasarkan uji R^2 sebesar $0,6\%$ kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas mempengaruhi kepuasan *muzakkī* pada Baitul Mal Kota Langsa, sedangkan sisanya sebesar $99,4\%$ dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga, Religiusitas, Kepuasan *Muzakki*.

ABSTRACT

This study explains the effect of service quality, institutional image and religiosity on muzakki satisfaction at Baitul Mal, Langsa City. The purpose of this study was to determine whether service quality, institutional image and religiosity had an effect on muzakki satisfaction at Baitul Mal Langsa City, either partially or simultaneously. In this study the data used are primary data and secondary data using questionnaires, interviews and observations. The technique used in sampling in this study is purposive sampling which is done by taking people who are properly selected by the researcher according to the specific characteristics possessed by the sample. Based on the random conducted by the researcher, the sample was taken in Langsa City, then the technical analysis of the data used was the validity test, reliability test, classical assumption test and multiple regression analysis. From the results of this study, the influence of service quality on muzakki satisfaction shows a tcount of -0.341 with a significance value of $0.734 > 0.05$, meaning that service quality partially has an insignificant negative effect on muzakki satisfaction at Baitul Mal, Langsa City. The effect of institutional image on muzakki satisfaction shows a tcount of 1.488 with a significance value of $0.141 > 0.05$, meaning that the image of the institution partially has an insignificant positive effect on muzakki satisfaction at Baitul Mal, Langsa City. The influence of religiosity on muzakki satisfaction shows a tcount value of -0.311 with a significance value of $0.757 > 0.05$, meaning that the influence of religiosity partially has an insignificant negative effect on muzakki satisfaction at Baitul Mal, Langsa City. From the results of the F test, the results of fcount 0.863 with a significance value of $0.465 > 0.05$, meaning that service quality, institutional image and religiosity together have no significant effect on muzakki satisfaction at Baitul Mal, Langsa City. Based on the R² test of 0.6% service quality, institutional image and religiosity affect muzakki satisfaction at Baitul Mal Langsa City, while the remaining 99,4% is explained by other factors not included in this study.

Keywords: Service Quality, Corporate Image, Religiosity, Muzakki Satisfaction.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. atas segala rahmat dan kasih sayangNya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik. Shalawat beriringkan salam ke pangkuan Nabi besar kita yakni Muhammad SAW. beserta keluarga dan para sahabat yang telah membawa umat-Nya dari alam kegelapan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini. Proposal ini berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA LEMBAGA DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUASAN MUZAKKI PADA BAITUL MAL KOTA LANGSA”**. Pada penyusunan dan penulisan proposal ini banyak pihak yang telah memberikan kontribusi yang sangat berharga atas penyelesaian proposal ini. Terimakasih penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang telah membantu memberikan bimbingan, arahan, doa serta motivasi yang sangat berguna bagi penulis.

Dengan demikian, pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ayahanda M. Diar dan Ibunda Syahlinar serta abang dan kakak, sanak saudara, terimakasih untuk doa yang tidak pernah putus, perhatian, kasih sayang, kesabaran serta bantuan baik moral maupun materil sepanjang perjalanan hidup penulis. InshaAllah kelak akan membuat ibu dan ayah bangga.
2. Bapak Dr. H. Basri, MA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa
3. Bapak Iskandar Budiman, M.CL selaku Dekan, Bapak Abdul Hamid, MA,
4. Bapak Drs. Junaidi, M.Ed, Ma dan Bapak Dr. Amiruddin Yahya, MA selaku Wakil Dekan beserta seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berguna sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

5. Bapak Mulyadi, M.A selaku Ketua Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf.
6. Bapak Mulyadi, M.A selaku Pembimbing I pada penyelesaian skripsi ini yang sangat membantu saya.
7. Ibu Juli Dwina Puspita Sari, SE, Mbus (ADV) selaku Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan kontribusi tenaga dan pikiran untuk membimbing dan memberikan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
8. Ibu Ade Fadhilah FW Pospos, S.E.Sy., M.A selaku Penasehat Akademik yang selama ini memberi motivasi, arahan serta membantu penulisan proposal skripsi ini.
9. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang telah memberikan banyak ilmunya kepada penulis.
10. Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir kuliah.
11. Sahabat-sahabat terbaik dan seluruh teman-teman seperjuangan prodi Manajemen Zakat dan Wakaf angkatan 2017 yang selalu memberikan semangat, dukungan serta nasehat kepada penulis.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan segala kerendahan hati penulis mohon agar kiranya dalam proposal skripsi ini dapat memberikan kritik maupun saran yang berguna demi kesempurnaan pada penulisan proposal ini.

Langsa, September 2021

Penulis

NURHAYANI

Nim 4042017021

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	Es(dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha(dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet(dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es(dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	De(dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	Te(dengan titik dibaah)
ظ	Za	Ẓ	Zet(dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik(diatas)

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

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 harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah I	I	I
ُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
أَ	fathah dan ya	Ai	a dan i

وُ	Fathah dan wau	Au	a dan u
----	----------------	----	---------

Contoh:

Kataba	=	كَتَبَ
Fa'ala	=	فَعَلَ
Žakira	=	زَكِرَ
Yazhabu	=	يَذْهَبُ
Suila	=	سُيِلَ
Kaifa	=	كَيْفَ
Haula	=	هَوَّلَ

3. Maddah

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

Harakat dan Harakat	Nama	Gabungan Huruf	Nama
اَ/اِ	fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
إِ	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
أُ	Dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

Qāla	=	قَالَ
Ramā	=	رَمَى
Qīla	=	قِيلَ
Yaqūlu	=	يَقُولُ

4. Ta Marbutah

Transliterasi ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah/t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah/h/.

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan **ha (h)**.

Contoh:

Rauḍah al-Aṭfal = رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

Rauḍhatul aṭfal

al-Madīnah al-Munawwarah = الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madīnatul-Munawwarah

Ṭalḥah = طَلْحَةَ

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

Rabbana = رَبَّنَا

Nazzala = نَزَّلَ

al-Birr = الْبِرُّ

al-Hajj	=	الْحَجُّ
Nu'imma	=	نُعَيْمٌ

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /ل/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

ar-Rajulu	=	الرَّجُلُ
as-Sayyidatu	=	السَّيِّدَةُ
asy-Syamsu	=	السَّمْسُ
al-Qalamu	=	القَلَمُ
al-Badī'u	=	البَدِيعُ
al-Jalāu	=	الْجَلَالُ

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah di transtrilasikan dengan apostrop. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia di lambangkan, karena dalam tulisan arab berupa alif.

Contoh:

Ta'khuzūna	=	تَأْخُذُونَ
an-Nau'	=	النَّوْءُ

Syai'un	=	شَيْءٌ
Inna	=	إِنَّ
Umirtu	=	أُمِرْتُ
Akala	=	أَكَلُ

8. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf* di tulis terpisah. Hanya kata tertentu yang penulisan nya dengan huruf arab sudah lazim di rangkai dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan sehingga dalam transliterasi, penulisan kata tersebut dirangkai juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ هُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqīn

Wa innalāha lahuwa khairurrāziqīn

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

Fa aufu al-kaila wa al-mīzān

Fa auful- kaila wa-mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمَرْسَاهَا

Bismillāhi majrehā wa mursāhā

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

Walillāhi 'alan-nāsi ḥijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā

Walillāhi 'alan-nāsi ḥijjul-baiti manistatā'a ilaihi sabīl

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama dari itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Wa mā Muhammadun illa rasūl

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِنَاسٍ لِلَّذِي بِنَكَّةٍ مُبَارَكٌ

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī biBakkata mubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

Syahru Ramadān al-lazī unzila fih al-Qur'an

Syahru Ramadānal-lazī unzila fihil-Qur'an

وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Wa laqad raāhu bi al-ufuq al-mubīn

Wa laqad raāhu bil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabb al-ālamīn

Alhamdu lillāhi rabbil-ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab-nya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī'an

Lillāhil-amru jamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāhu bikulli syaiin 'alīm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTAKS	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
TRANSLITERASI	v
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Penjelasan Istilah	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
2.1 Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.2 Prinsip Kualitas Pelayanan dalam Islam.....	11
2.1.3 Indikator Kualitas Pelayanan	13
2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	14
2.2 Citra Lembaga.....	15
2.2.1 Pengertian Citra Lembaga.....	15
2.2.2 Indikator Citra Lembaga	15
2.2.3 Dimensi Citra Lembaga	16
2.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Citra Lembaga.....	17
2.3 Religiusitas.....	18
2.3.1 Pengertian Religiusitas.....	18

2.3.2 Indikator Religiusitas	19
2.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas	20
2.4 Kepuasan Muzakki.....	21
2.4.1 Pengertian Kepuasan Muzakki	21
2.4.2 Indikator Kepuasan	22
2.5 Penelitian Terdahulu	24
2.6 Kerangka Teori	28
2.7 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4.1 Wawancara.....	31
3.4.2 Kuesioner	32
3.4.3 Observasi	32
3.5 Sumber Data.....	32
3.5.1 Data Primer	32
3.5.2 Data Sekunder	33
3.6 Instrumen Penelitian	33
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian	34
3.7.1 Uji Validitas	34
3.7.2 Uji Reliabilitas	34
3.8 Definisi Operasional	35
3.9 Teknik Analisa Data	36
3.9.1 Analisis Deskriptif	36
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.10.1 Uji Multikolinearitas.....	37
3.10.2 Uji Normalitas.....	37

3.10.3 Uji Linearitas	38
3.10.4 Uji Heterokedastisitas	38
3.11 Analisis Regresi Berganda	38
3.11.1 Koefisien Determinan R^2	39
3.11.2 Uji F (Simultan)	39
3.11.3 Uji T (Parsial)	40
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran umum Baitul Mal	41
4.1.1 Sejarah Baitul Mal	41
4.1.2 Visi dan Misi Baitul Mal.....	42
4.1.3 Strategi Baitul Mal.....	43
4.1.4 Struktur Organisasi Baitul Mal	45
4.2 Temuan Penelitian	46
4.2.1 Profil Responden.....	46
4.3 Hasil Uji Validitas.....	49
4.4 Hasil Uji Reliabilitas	50
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.5.1 Uji Multikolinearitas	51
4.5.2 Uji Normalitas.....	52
4.5.3 Uji Linearitas	53
4.5.4 Uji Heterokedastisitas	55
4.6 Uji Hipotesis	56
4.6.1 Uji Regresi Berganda.....	56
4.6.2 Uji Determinasi (R^2)	59
4.6.3 Uji T (Parsial)	59
4.6.4 Uji F (Simultan)	61
4.7 Interpretasi Hasil Penelitian	62
4.7.1 Kualitas Pelayanan Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Muzakki	62
4.7.2 Citra Lembaga Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Muzakki.....	63

4.7.3 Religiusitas Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Muzakki	63
4.7.4 Kepuasan Muzakki.....	64
BAB V PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Skala <i>Likert</i>	34
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur	46
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pendapatan	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas	54
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Berganda	57
Tabel 4.11 Hasil Uji R^2	59
Tabel 4.12 Hasil Uji T	60
Tabel 4.13 Hasil Uji F	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Baitul Mal	45
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	53
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemiskinan merupakan bahaya terbesar bagi seluruh umat manusia dan banyak umat yang hancur kehidupannya karena kefakiran. Seperti sabda Nabi Muhammad SAW. yang menyatakan bahwa kefakiran mendekati pada kekufuran. Salah satu cara untuk menanggulangi kemiskinan yaitu dengan adanya dukungan dari seseorang yang mampu untuk menyalurkan sedikit harta yang ditujukan kepada orang yang berhak menerimanya. Menurut Yusuf Al-Qardhawi, zakat merupakan ibadah *Maaliyah Ijtima'iyah* yang memiliki fungsi penting, strategis dan menentukan.¹ Hal ini dapat dilihat dari segi ajaran agama Islam maupun dari sisi pembangunan kesejahteraan umat.² Pengelolaan zakat harus dilakukan dengan sebaik mungkin dan mendapat justifikasi melalui firman Allah SWT. dalam surah At-Taubah (9): 103 yang berbunyi :³

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ^ق

وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: *Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka.*

¹Fakhrudin, *Fikih dan Manajemen Zakat di Indonesia*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), h. 216

²Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 1

³Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Panterjemah Al-Qur'an, disempurnakan oleh Lajnah Pentasih Mushaf Al-Qur'an, (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2002), h. 204

Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat yang didalamnya mengatur segala kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap dana zakat. Berdasarkan isi dari Undang-undang tersebut, penempatan zakat sangat penting untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam mengelola dan meningkatkan manfaat zakat guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat serta penanggulangan kemiskinan.⁴

Pada tanggal 6 April 2006 Lembaga Baitul Mal Kota Langsa didirikan. Keberadaan lembaga ini merupakan kesinambungan dari BAZIS dengan kewenangan yang lebih luas sesuai dengan status khusus yang dimiliki provinsi Aceh. Kewenangan tersebut tercantum dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2006 tentang pemerintah aceh yang berbunyi “Zakat harta wakaf dan harta agama dikelola oleh Lembaga Baitul Mal Aceh dan Baitul Mal Kabupaten/Kota.”

Keberadaan Lembaga Baitul Mal semakin kuat pasca lahirnya Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2007 tentang Baitul mal yang saat ini telah digantikan dengan Qanun Nomor 10 Tahun 2018. Pada pasal 1 qanun ini mendefinisikan Baitul Mal sebagai lembaga keistimewaan atau kekhususan pada pemerintah Aceh dan pemerintah Kabupaten/ Kota yang dalam melaksanakan tugasnya bersifat independen berwenang untuk menjaga, memelihara, mengelola dan mengembangkan zakat, infaq, harta wakaf dan harta agama lainnya serta

⁴Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat Bab II Pasal 5 ayat (1) dan pasal 17

pengawasan, perwalian berdasarkan syariat Islam.⁵Lembaga Baitul Mal diberi kewenangan untuk mengurus, mengelola, mengumpulkan, menyalurkan serta mendayagunakan zakat. Pengumpulan zakat dilakukan dengan cara menerima atau mengambil dari orang yang mengeluarkan zakat (*muzakkī*) berdasarkan pemberitahuan *muzakkī*.⁶

Setiap lembaga pasti menginginkan sesuatu hal yang baik untuk memuaskan para *muzakkī*. Hal ini dapat diwujudkan melalui kualitas pelayanan yang optimal. Kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh pada kepuasan *muzakkī* agar harapan dan keinginannya dapat terpenuhi. Dilihat dari proses penghimpunannya, Lembaga Baitul Mal memberlakukan metode sosialisasi dan beberapa metode lain yaitu potong langsung (melalui bendahara), setor ke bank dan dijemput atau mengantar ke Lembaga Baitul Mal. Namun ternyata, hal ini tidak meningkatkan jumlah dana umat yang berhasil dihimpun oleh lembaga tersebut. Pihak Lembaga Baitul Mal juga gagal dalam memahami kondisi keuangan masyarakat yang dianggap berpotensi menjadi *muzakkī*. Permasalahan lainnya terdapat pada metode yang dilakukan untuk mendekati lembaga kepada masyarakat seperti brosur yang dicetak oleh Lembaga Baitul Mal sedikit, tidak sesuai dengan kapasitas yang ada di kota Langsa. Oleh karena itu, *muzakki* yang membayar zakat di lembaga tersebut tidak mendapatkan brosur secara merata.

Citra Lembaga juga memiliki pengaruh terhadap paramuzakkī. Dengan begitu, *muzakkī* harus benar-benar teliti dalam memilih lembaga yang baik. Berkaitan dengan citra lembaga, Baitul Mal kota Langsa sudah melakukan

⁵Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2018 tentang Baitul Mal

⁶Rizky Saputra, "Eksistensi Baitul Mal di Kota Langsa dalam meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat miskin", J-EBIS Vol. 4 No. 2 Oktober 2019, h. 146

berbagai macam program pemberdayaan dalam proses penghimpunan dana zakat dan menambahkan tiga kategori sumber dana Baitul Mal yaitu instansi pemerintah, instansi sekolah dan perorangan. Untuk instansi pemerintah dan sekolah dikumpulkan melalui UPZ (Unit Pengumpulan Zakat), sedangkan perorangan bisa langsung ke bank atau datang ke Lembaga Baitul Mal dan bisa juga dengan mekanisme jemput zakat.⁷Program-program yang dilakukan oleh Lembaga Baitul Mal belum optimal terlaksana dikarenakan masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui program tersebut. Pihak Lembaga Baitul Mal sudah melakukan beberapa metode pendekatan, tetapi metode tersebut masih memiliki permasalahan seperti kurangnya baliho di setiap sudut kota Langsa yang memperkenalkan Lembaga Baitul Mal Langsa.

Selain masalah baliho, mayoritas *muzakkīn* yang masih enggan atau bahkan tidak mengenal Lembaga Baitul Mal Langsa juga mempengaruhi besarnya penyaluran dana zakat yang ada kepada penerima zakat. Para *muzakkīn* lebih memilih untuk menyalurkan dananya sendiri dikarenakan meyakini bahwa dengan menyalurkan secara mandiri lebih mudah dan tepat sasaran atau tidak diselewengkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kurang optimalnya sosialisasi dalam memperkenalkan Lembaga Baitul Mal kepada masyarakat kota Langsa merupakan masalah yang perlu untuk diteliti.

Terkait religiusitas atau taat beragama memberikan keyakinan pada masyarakat bahwa zakat merupakan sebuah kewajiban dan perintah Allah SWT. dalam menyalurkan sebagian harta yang dapat mendorong keseimbangan

⁷Hasil wawancara dengan bapak Syahrin, S.E pada Baitul Mal Kota Langsa tanggal 17 Maret 2020.

dan keadilan perekonomian. Kurang optimalnya sosialisasi dalam memperkenalkan Lembaga Baitul Mal kepada masyarakat kota Langsa menjadikan masyarakat kurang mengetahui tentang wajibnya zakat profesi bagi seseorang yang telah mencapai *nishab*, terkhusus di gampong-gampong sekitaran kota langsa yang minim sosialisasi perihal zakat profesi tersebut.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk lebih jauh mengkaji tentang pengaruh kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas Lembaga Baitul Mal terhadap kepuasan *muzakkī*, maka penulis mengangkat sebuah judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas terhadap Kepuasan Muzakki pada Baitul Mal Kota Langsa”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah suatu proses yang akan menentukan kualitas suatu penelitian bahkan menentukan apakah kegiatan bisa disebut penelitian atau tidak. Identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi *muzakkī* dalam membayar zakat. Berikut faktornya :

1. X_1 : Kualitas Pelayanan

Situasi dimana Lembaga Baitul Mal memberikan pelayanan yang baik terhadap *muzakkī* sehingga memberikan rasa puas akan pelayanan yang diberikan.

2. X_2 : Citra Lembaga

Sesuatu yang diberikan oleh Lembaga Baitul Mal kepada *muzakkī* yang telah memberikan pelayanan yang baik, sehingga lembaga tersebut memiliki kecitraan dari masyarakat.

3. X_3 : Religiusitas

Sebuah pengabdian seseorang terhadap ajaran agama Islam dalam menunaikan zakat sebagai kewajiban bagi umat Muslim.

4. Y : Kepuasan

Suatu keinginan dan harapan yang dapat dipenuhi, setiap pelayanan akan merasa puas apabila pelayanannya dapat memenuhi keinginan seseorang.

1.3 Rumusan Masalah

Dilihat dari latar belakang yang diuraikan, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan *muzakkī* Lembaga Baitul Mal Kota Langsa ?
2. Apakah citra lembaga berpengaruh terhadap kepuasan *muzakkī* Lembaga Baitul Mal Kota Langsa ?
3. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap kepuasan *muzakkī* Lembaga Baitul Mal Kota Langsa ?
4. Apakah kualitas pelayanan, citra lembaga, dan religiusitas berpengaruh terhadap kepuasan *muzakkī* secara simultan di Lembaga Baitul Mal Kota Langsa?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan penelitian dalam peneliti ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan *muzakkī*di Lembaga Baitul Mal Kota langsa.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra lembaga terhadap kepuasan *muzakkī*di Lembaga Baitul Mal Kota Langsa.
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap kepuasan *muzakkī*di Lembaga Baitul Mal Kota Langsa.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayan, citra lembaga dan religiusitas terhadap kepuasan *muzakkī*secara simultan di Lembaga Baitul Mal Kota Langsa.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penulisan proposal ini, penulis berharap penelitian menghasilkan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis
Untuk memenuhi syarat dalam menempuh ujian akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf Institut Agama Islam Negeri Langsa, serta memberikan pengetahuan dan informasi yang berguna untuk kedepan.

2. Bagi IAIN Langsa

Memperkenalkan IAIN Langsa kepada masyarakat luas dan khususnya Program Studi S1 Manajemen Zakat dan Wakaf.

3. Bagi Lembaga Baitul Mal Kota Langsa

Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan *muzakkīn* dan mempengaruhi *muzakkīn* dalam memilih lembaga yang benar-benar memenuhi syarat pengelolaan zakat yang bersifat transparan.

4. Bagi Pembaca

Untuk menambah informasi, pengetahuan, wawasan serta referensi bagi pembaca mengenai kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas yang digunakan dalam mengelola zakat secara merata guna untuk mengurangi tingkat kemiskinan.

1.6 Penjelasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penulisan, maka dijelaskan beberapa istilah yang berkaitan dengan penelitian ini. Berikut penjelasannya:

- a. Kualitas pelayanan, merupakan keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.
- b. Citra lembaga, merupakan kesan atau persepsi seseorang terhadap lembaga atau produk yang dipengaruhi oleh faktor diluar kontrol lembaga.

- c. Religiusitas, merupakan sikap dan perilaku yang patuh dalam melaksanakan ajaran agama yang dianutnya, toleran terhadap pelaksanaan ibadah agama lain dan hidup rukun dengan pemeluk agama lain.
- d. Kepuasan, merupakan sebuah persepsi dimana kebutuhan, harapan dan ekspektasi seseorang terhadap suatu produk atau pelayanan yang telah terpenuhi.

1.7 Sistematika Penulisan

Penyusunan proposal ini akan disajikan dalam sistematika pembahasan yang terdiri atas 3 bab, yaitu :

BAB I :Menyajikan Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah dan sistematika penulisan.

BAB II :Menyajikan kajian teori yang berisi gambaran umum tentang kualitas pelayanan, citra lembaga, religiusitas, kepuasan *muzakkī* ,penelitian terdahulu, kerangka teoritis dan hipotesis.

BAB III :Menyajikan metode penelitian yang berisi tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber

data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian dan teknik analisa data.

BAB IV :Menyajikan analisis dan pembahasan tentang gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data, pembahasan hasil analisis (pembuktian hasil hipotesis)

BAB V :Penutup berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu. Kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan.⁸ Menurut Wyckof yang dikutip dari Fandi Ciptono, kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁹

Menurut Lovelock yang dikutip dari Fajar Laksana, kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kotler yang dikutip dari Fajar Laksana, pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.¹⁰

Jadi kualitas pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, salah satunya berupa keunggulan seperti yang diharapkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginan serta kebutuhannya.

⁸Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Jakarta Barat : PT. Indeks, 2011), h. 11

⁹Fandy Ciptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta : Bayumedia Publishing, 2011), h. 331

¹⁰Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008), h. 85

2.1.2 Prinsip Kualitas Pelayanan dalam Islam

Dalam berbisnis, dilandasi oleh dua hal pokok yaitu kepribadian yang amanah dan terpercaya serta pengetahuan dan keterampilan yang bagus. Dua hal tersebut adalah amanah dan ilmu.¹¹ Adapun prinsip-prinsip pelayanan dalam Islam yaitu sebagai berikut :

- a. *Shiddiq*, yaitu benar dan ¹¹ tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis.
- b. Kreatif, berani dan percaya diri. Hal ini mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang bisnis yang baru, prospektif dan berwawasan masa depan, namun tidak mengabaikan prinsip kekinian.
- c. *Amanah* dan *fathanah* yang sering diterjemahkan dalam nilai-nilai bisnis, manajer dan pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa serta belajar secara berkelanjutan.
- d. *Tabligh*, yaitu kemampuan berkomunikasi dengan baik. Istilah ini bila diterjemahkan dalam bahasa manajemen sebagai supel, ceras, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, koordinasi, kendali dan *supervise*.
- e. *Istiqamah*, yaitu secara konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai di atas waktu mendapatkan godaan dan tantangan.

¹¹Didin Hafidudhin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, (Jakarta : Gema Insani, 2003), h. 56

- f. Peluang-peluang bisnis yang prospektif dan menguntungkan akan selalu terbuka lebar.¹²

2.1.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat lima determinan dalam menentukan kualitas pelayanan, diantaranya sebagai berikut :¹³

1. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Dimensi ini menunjukkan kemampuan lembaga untuk memberikan pelayanan secara akurat, handal dan bertanggung jawab sesuai dengan yang dijanjikan dan terpercaya.
2. *Responsiveness* (ketanggapan), dimensi ini mencakup keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat. Tingkat kepekaan yang tinggi terhadap *muzakkī* perlu diikuti dengan tindakan yang tepat sesuai dengan kebutuhan tersebut.
3. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan *amil* zakat untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Bentuk layanan langsung biasanya disebut dengan kontak tatap muka atau melalui telepon. Hal ini menuntut petugas untuk melaksanakan tugasnya secara terampil sehingga dapat menumbuhkan kesan yang meyakinkan.

¹²Jamilatun, "Pengaruh Kualitas Jasa (Pelayanan) terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Muzakki di Lembaga Pengembangan Dana Umat Sultan Agung (LPDU-SA)" (Skripsi, Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang, 2011), h.23

¹³Rambat Lupioadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h.182

Membekali diri dengan pengetahuan tentang produk dan melatih diri untuk melayani sebaik-baiknya merupakan tuntutan yang harus dipenuhi sebelum *muzakkī* melakukan kontak.

4. *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para *muzakkī* dengan berupaya memahami keinginan *muzakkī*. Dimana suatu lembaga memiliki pengertian dan pengetahuan tentang *muzakkī*, memahami kebutuhan *muzakkī* secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian bagi *muzakkī*.¹⁴
5. *Tangible* (berwujud), yaitu kemampuan suatu lembaga dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik lembaga yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.¹⁵

2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Pasuraman, Zeithaml dan Berry dalam mengidentifikasi beberapa faktor yang terdiri dari dimensi pokok kualitas jasa, yaitu :¹⁶

- a. Reliabilitas
- b. Responsivitas

¹⁴*Ibid.*, h.183

¹⁵Ratmino dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005), h.180

¹⁶Heru Widayanta, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Laras ASRI Resort dan SPA Salatiga", (*Tesis*, tidak diterbitkan), h. 19-20

- c. Kompetensi, kesopanan, kreadibilitas, keamanan
- d. Akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan.

2.2 Citra Lembaga

2.2.1 Pengertian Citra Lembaga

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian citra adalah: (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran (2) gambaran yang dimiliki produk (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi.¹⁷

Menurut Kotler dalam Firsan Nova, pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realita (yang terlihat) dari perusahaan itu.¹⁸

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

2.2.2 Indikator Citra Lembaga

¹⁷ Soleh Soemirat, *Dasar-dasar Public Relation*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2012), h. 114

¹⁸ Firsan Nova, *CRISIS Public Relation : Strategi PR Menghadapi Krisis, mengelola isu, membangun citra dan reputasi perusahaan*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), h. 298-299

Informasi lengkap mengenai citra lembaga terdiri dari empat elemen. Diantaranya sebagai berikut :¹⁹

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

2.2.3 Dimensi Citra Lembaga

Terdapat lima kategori dimensi-dimensi citra perusahaan atau lembaga, diantaranya sebagai berikut :²⁰

- 1) Kesadaran merek, adalah kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu.

¹⁹Imam Mulyana Dwi Suwandi, *Citra Perusahaan Seri Manajemen Pemasaran*, www.w-imam.uni.cc diakses pada 13 Desember 2019 pukul 19.00 WIB

²⁰Fandy Ciptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi, 2002), h. 50

- 2) Asosiasi merek, yaitu segala sesuatu yang terkait dengan memori terhadap sebuah merek.
- 3) Persepsi kualitas, merupakan penilaian pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk.
- 4) Loyalitas merek, yaitu suatu ukuran kesetiaan konsumen terhadap suatu merek.
- 5) Asset lainnya, yaitu asset-aset lain yang berkaitan dengan merek.

2.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Lembaga

Citra perusahaan memiliki lima dimensi, yang mana kelima dimensi tersebut terdiri dari :²¹

1. Identitas perusahaan (*Corporate Image*) merupakan karakteristik (kepribadian) dan ciri-ciri yang melekat pada perusahaan, seperti nama, logo, harga yang ditawarkan, level dan kualitas iklan yang mudah dipahami oleh konsumen.
2. Reputasi perusahaan (*Corporate Reputation*) merupakan jaminan akan kualitas pelayanan dari perusahaan yang merupakan bentuk dari tindakan yang dilakukan perusahaan secara konsisten sepanjang waktu. Reputasi berkaitan dengan jaminan akan pelayanan yang handal dan tidak ada kegagalan/ cacat (*Zero Defect*). Reputasi perusahaan selalu dijadikan sebagai pertimbangan oleh konsumen untuk memustuskan menggunakan pelayanan yang sama di waktu yang akan datang, hal ini dikarenakan

²¹Rifyal Dahlawy Chalil, "Peran Keterlibatan Konsumen sebagai Variabel Moderasi Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan pada Loyalitas Jasa", (Tesis, tidak diterbitkan), h. 24-26

reputasi perusahaan merefleksikan kredibilitas perusahaan yang dapat dipercaya.

3. Pelayanan yang ditawarkan (*Service Offering*) merupakan bentuk tindakan dari perusahaan yang berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik pada konsumen, seperti menyediakan berbagai kemudahan-kemudahan yang dibutuhkan konsumen dalam melakukan transaksi di perbankan.
4. Lingkungan Fisik (*Physical Environment*) merupakan kondisi lingkungan pada saat jasa diproduksi oleh konsumen yang dapat mendukung kenyamanan konsumen selama menggunakan jasa perusahaan. Lingkungan fisik sangat mendukung komunikasi yang dilakukan perusahaan terkait dengan citra yang akan dibentuk.
5. Hubungan Perseorangan (*Contact Personel*) merupakan interaksi yang dilakukan oleh karyawan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan konsumen sangat bergantung dari cara penyampaian pelayanan yang dilakukan oleh karyawan. Pelayanan yang baik, profesional dan penuh kesungguhan merupakan kunci utama dari kualitas pelayanan yang disampaikan.

2.3 Religiusitas

2.3.1 Pengertian Religiusitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), religiusitas didefinisikan dalam beberapa istilah yang memiliki hubungan satu sama lainnya, yaitu : Religi

(kata benda), kepercayaan kepada Tuhan, kepercayaan akan adanya kekuatan adikodrati di atas manusia dan kepercayaan (animisme, dinamisme) agama.²²

Menurut Robert Nuttin dalam Djalaludin, dorongan beragama merupakan salah satu dorongan yang bekerja dalam diri manusia sebagaimana dorongan-dorongan lain seperti makan, minum, intelek dan sebagainya. Sejalan dengan itu, maka dorongan beragama pun menuntut untuk dipenuhi sehingga pribadi manusia mendapat kepuasan dan ketenangan. Selain itu dorongan beragama juga merupakan kebutuhan insaniah yang timbul dari gabungan berbagai faktor penyebab yang bersumber dari rasa keagamaan.²³

Maka, religiusitas adalah pengabdian seseorang terhadap agama yang baik berupa perintah maupun larangan pada ajaran-ajaran Agama.

2.3.2 Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark dalam Djamiludin Ancok, ada lima dimensi religiusitas yaitu sebagai berikut :²⁴

1. Dimensi Keyakinan. Dimensi ini berisi kondisi seseorang yang berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui keberadaan doktrin-doktrin tersebut.
2. Dimensi praktik agama. Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan dan hal-hal yang menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Praktik-praktik keagamaan ini terdiri dari dua kelas penting yaitu ritual dan ketaatan.

²²Depdikbud Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2005), h. 944

²³Djalaludin, *Psikologi Agama*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1995), h. 89

²⁴Djamiludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1994), h. 77-78

3. Dimensi penghayatan. Dimensi ini berisikan pengalaman-pengalaman unik dan spektakuler yang merupakan kejaiban yang datang dari Tuhan. Dimensi ini juga menyangkut pengalaman dan perasaan tentang kehadiran Tuhan dalam kehidupan, ketenangan hidup, takut melanggar larangan Tuhan dan dorongan untuk melaksanakan perintah Agama.
4. Dimensi pengetahuan agama. Dimensi ini mengacu pada kenyataan bahwa orang-orang beragama paling tidak harus mengetahui hal-hal yang pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi-tradisi. Dengan mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan agama yang dianut, seseorang akan lebih paham tentang ajaran agama yang dianutnya.
5. Dimensi pengamalan atau konsekuensi. Dimensi ini menunjuk pada seberapa jauh seseorang dalam berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya. Perilaku yang dimaksud adalah bagaimana individu berhubungan dengan dunianya, terutama dengan sesama manusia, karena ajaran Islam memiliki sasaran pembentukan keshalehan individu dan masyarakat.

2.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Kondisi religiusitas seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, para ahli memberikan pandangan bermacam-macam yaitu sebagai berikut :²⁵

1. Darajat, mengemukakan ada dua faktor yang mempengaruhi religiusitas yaitu faktor perkembangan yang berhubungan dengan perkembangan

²⁵Barmawi, "Hubungan antara Religiusitas dan Persepsi terhadap Sekolah berbasis Agama dengan Sikap Memilih Sekolah berbasis Agama", (Tesis, tidak diterbitkan), h. 35-36

psikis yang dilalui seseorang dan faktor lingkungan yang merupakan faktor luar yang mempengaruhi kehidupan beragama yakni keluarga, sekolah, masyarakat dan latar belakang keagamaan.

2. Jalaluddin, mengemukakan adanya dua faktor yang mempengaruhi religiusitas yaitu faktor internal yang meliputi heriditas (keturunan), usiakepribadian dan kondisi kejiwaan. Sedangkan faktor eksternal meliputi lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat.
3. Thoules, mengemukakan adanya empat faktor yang mempengaruhi religiusitas, yaitu sebagai berikut :
 - a) Faktor sosial, yaitu semua pengaruh sosial seperti pendidikan dan pengaruh orang tua, tradisi maupun tekanan sosial.
 - b) Faktor alami, moral afektif yaitu pengalaman yang alami seperti konflik moral atau pengalaman emosional.
 - c) Faktor kebutuhan, seperti kebutuhan rasa aman, cinta, harga diri dan kebutuhan yang timbul karena ada kematian.
 - d) Faktor intelektual, yaitu faktor yang berhubungan dengan proses pemikiran verbal terutama dalam pembentukan keyakinan-keyakinan beragama.

Dari beberapa pandangan tersebut dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya faktor yang mempengaruhi religiusitas dari seseorang adalah faktor internal yang meliputi heriditas (keturunan), usia, kepribadian serta kondisi kejiwaan dan faktor eksternal yang meliputi lingkungan, keluarga, sekolah dan masyarakat.

2.4 Kepuasan *Muzakkī*

2.4.1 Pengertian Kepuasan *Muzakkī*

Muzakkī adalah orang yang diamili oleh orang muslim untuk berkewajiban menunaikan zakat menurut Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan Zakat yang bunyinya seorang muslim atau badan usaha yang berkewajiban menunaikan zakat.²⁶

Menurut Payandani sebagaimana dikutip oleh Indri Yuliafitri dan Asma Nur Khoiriyah, menyatakan bahwa kepuasan adalah ketika seseorang merasa senang atas hasil yang memuaskan karena telah tercapai tujuan dan keinginan. Sedangkan menurut Khairillah menyatakan bahwa kepuasan merupakan sebuah persepsi dimana kebutuhan, harapan dan ekspektasi seseorang terhadap suatu produk atau pelayanan telah terpenuhi.²⁷

Menurut Kivetz dan Simonson, kepuasan konsumen bisa menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik pada pembelian ulang, serta tercipta loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan. Menurut P. Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja suatu jasa dan harapan.²⁸

²⁶Yusuf Wibisono, *Mengelola Zakat di Indonesia*, (Jakarta : Kencana, 2015), h. 8

²⁷Indri Yuliafitri dan Asma Nur Khoiriyah. "Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat terhadap Loyalitas Muzakki (Studi persepsi pada LAZ Rumah Zakat)" dalam *Jurnal of Islamic Economic*, P-ISSN: 2085-3696; E-ISSN: 2541-4127, Vol. 7 No.2 Juli-Desember 2016, h. 209

²⁸Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. Indeks, 2014), h. 42

Jadi, kepuasan *muzakkāt* adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh orang yang membayar zakat (*muzakkī*) setelah keinginan dan harapannya dapat terpenuhi.

2.4.2 Indikator Kepuasan

Untuk mengetahui indikator kepuasan konsumen, terlebih dahulu menganalisis faktor-faktor yang menentukan harapan konsumen. Danang Suntoyo menyatakan bahwa faktor-faktor tersebut adalah kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lalu, rekomendasi dari mulut ke mulut dan iklan.²⁹

Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya sebagai berikut :³⁰

- 1) Fitur produk dan layanan, kepuasan pelanggan tergantung pada fitur yang menyertai produk dan layanan. Pelanggan hotel akan merasa puas ketika hotel tersebut juga menyediakan fitur-fitur pendukung seperti restoran, kolam renang dan lobby yang selalu menyajikan *live music*.
- 2) Emosi pelanggan, ketika pelanggan dalam emosi yang baik akan mempunyai persepsi yang berbeda bila dibandingkan dengan persepsi pelanggan yang sedang bermasalah dengan emosinya.
- 3) Atribusi untuk kesuksesan atau kegagalan layanan, kesuksesan sebuah layanan akan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan, begitu juga sebaliknya kegagalan layanan dalam memenuhi kebutuhan dan

²⁹Danang Suntoyo, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Caps Publishing, 2012), h. 229

³⁰Vivi Ristiani, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan", dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 9 No. 17 Juni 2011, h. 3

ekspektasi pelanggan akan menurunkan nilai kepuasan seorang pelanggan.

- 4) Persepsi terhadap kesamaan dan keadilan, pelanggan akan merasa puas ketika mereka menerima perlakuan yang sama dengan pelanggan yang lain, dan perlakuan itupun harus adil dan sesuai dengan yang seharusnya diterima oleh seorang pelanggan.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan suatu kajian yang memaparkan penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga tidak terdapat persamaan dalam penulisan skripsi.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Tujuan Penelitian
Hanifah Nur' Aini (2015)	Pengaruh kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas terhadap minat <i>muzakkī</i> untuk menyalurkan zakat profesi pada pos keadilan peduli ummat (PKPU) cabang Yogyakarta	Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif-kuantitatif. Teknik sampel yang akan digunakan adalah <i>sampling purposive</i> , yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Yang menjadi pertimbangan penentuan sampel adalah pertama, <i>muzakkī</i> yang hanya menyalurkan zakat profesi di PKPU Cabang Yogyakarta, kedua, <i>muzakkī</i> yang telah menyalurkan zakat profesi lebih dari dua kali pada PKPU Cabang Yogyakarta, dan yang ketiga, <i>muzakkī</i> yang

		berprofesi sebagai PNS, Karyawan swasta, wiraswasta dan lainnya.
Ahmad Rendi (2017)	Pengaruh kualitas pelayan dan citra lembaga terhadap minat masyarakat berinfaq di LAZNAS DPU DT cabang Palembang	Penelitian ini berfungsi sebagai pedoman untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyesuaikan kegiatan yang dilaksanakan dengan rencana semula. Desain penelitian ini termasuk pada jenis penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak (<i>Probability Sample</i>), pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.
Estik Nur Naniyah (2019)	Analisis pengaruh religiusitas, kepercayaan, citra lembaga dan kualitas layanan terhadap minat masyarakat membayar zakat di BAZNAS kota Semarang	Dalam penelitian ini diketahui bahwa religiusitas, citra lembaga dan kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat membayar zakat, sedangkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat di BAZNAS Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu pengambilan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari lapangan.
Jamilatun (2011)	Pengaruh kualitas jasa (pelayanan) terhadap kepuasan dan kepercayaan <i>muzakkī</i> di lembaga pengembangan dana umat sultan agung (LPDU-sa) Semarang	Pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan dan kepercayaan <i>muzakkī</i> terletak pada kualitas pelayanan yang ada pada lembaga LPDU-sa tersebut. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan teknik pengambilan sampel yang

		digunakan dalam penelitian ini adalah <i>convenience sampling</i> yaitu metode yang didasarkan pada pemilihan anggota populasi yang mudah diakses untuk memperoleh jawaban atau informasi atau bisa dikatakan sebagai prosedur untuk mendapatkan unit sampel menurut keinginan peneliti.
--	--	--

Pada penelitian yang dilaksanakan oleh Hanifah Nur' Aini dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas terhadap Minat *muzakkīn* untuk Menyalurkan Zakat Profesi pada Pos Keadilan Peduli Ummat (PKPU) Cabang Yogyakarta, didapati persamaan dan perbedaan sebagai berikut :

Persamaan :

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada penentuan pengambilan sampel.

Perbedaan :

- (1) Penelitian penulis lebih mengarah kepada zakat profesi
- (2) Penelitian penulis meneliti di lembaga Pos Keadilan Peduli Ummat (PKPU) Cabang Yogyakarta.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rendi dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga terhadap Minat Masyarakat Berinfaq di LAZNAS DPU DT Cabang Palembang, didapati persamaan dan perbedaan sebagai berikut :

Persamaan :

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada teknik pengambilan sampel secara acak dengan cara membagikan kuesioner.

Perbedaan :

Penelitian ini mengarah kepada minat masyarakat berinfia di LAZNAS DPU DT Cabang Palembang.

Pada penelitian yang dilaksanakan oleh Estik Nur Naniyah dengan judul Analisis Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Lembaga dan Kualitas Layanan terhadap Minat masyarakat membayar zakat di BAZNAS Kota Semarang, didapati persamaan dan perbedaan sebagai berikut :

Persamaan :

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada sumber data yang diperoleh yaitu data diambil oleh peneliti secara langsung turun ke lapangan.

Perbedaan :

Penelitian penulis mengarah kepada minat masyarakat dalam membayar zakat.

Pada penelitian yang dilaksanakan oleh Jamilatun dengan judul Pengaruh Kualitas Jasa (pelayanan) terhadap Kepuasan dan Kepercayaan *muzakkīdi* Lembaga Pengembangan Dana Ummat Sultan Agung (LPDU-sa) Semarang, didapati persamaan dan perbedaan sebagai berikut :

Persamaan :

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada kesamaan sasaran untuk memperoleh hasil.

Perbedaan :

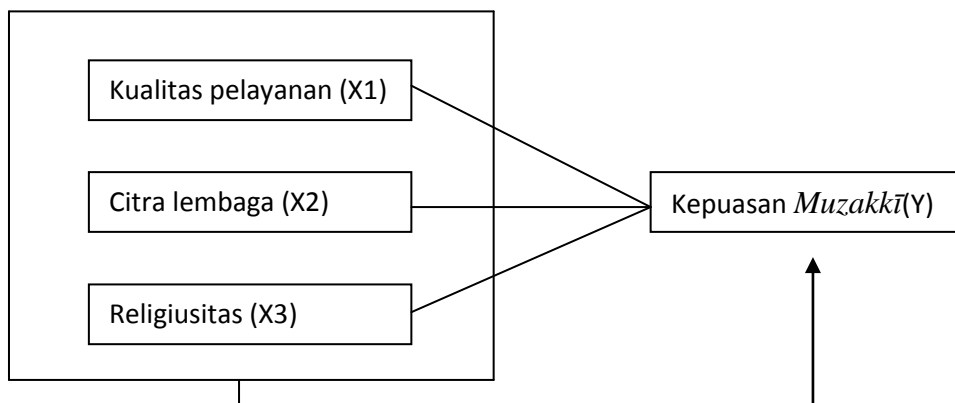
Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode yang didasarkan pada pemilihan anggota populasi yang mudah diakses untuk mendapatkan informasi (*Convenience Sampling*).

2.6 Kerangka Teori

Berdasarkan uraian dari landasan teori yang telah dijelaskan, maka kerangka teori penelitian dijelaskan pada :

Gambar 2.1

Kerangka Teori



2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan

sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.³¹

Berdasarkan uraian diatas, dikemukakan hipotesis penelitian ini sebagai jawaban sementara yang masih akan diuji kebenarannya pada analisis data.

Berikut hipotesisnya :

H01 : Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan *muzakkī*.

Ha1 : Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan *muzakkī*.

H02 : Citra lembaga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan *muzakkī*.

Ha2 : Citra lembaga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan *muzakkī*.

H03 : Religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan *muzakkī*.

Ha3 : Religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan *muzakkī*.

H04 : Kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan *muzakkī*.

Ha4 : Kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan *muzakkī*.

³¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta cet-20, 2018), h. 64

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Baitul Mal Kota Langsa dengan alamat Gedung Cakra Donya, Jalan Jendral Ahmad Yani No. 18A, Peurakan Langsa, Langsa Kota, Kota Langsa, Aceh. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret 2020 sampai dengan selesai.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Untuk mendapatkan hasil yang relevan harus menggunakan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.³²

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *muzakki* di Baitul Mal Kota Langsa yaitu sebanyak 103 pada tahun 2018.³³

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari

³²*Ibid.*, h. 7

³³Laporan Penerimaan dan Penyaluran Zakat Baitul Mal Kota Langsa 2018

semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Jumlah yang diambil berdasarkan rumus *Slovin*.

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

Dimana :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Dari penelitian ini, penelitian menggunakan kelonggaran 10%, sehingga jumlah sampel yang didapat adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{103}{1+103(10)^2}$$

$n = 50,73$ dibulatkan menjadi 51 *muzakki*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang

lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/ kecil. Wawancara ditujukan kepada *muzakkīn* untuk mendapatkan informasi mengenai perkembangan Lembaga Baitul Mal Kota Langsa.

3.4.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.³⁴

3.4.3 Observasi

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.³⁵

3.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Berikut penjelasannya :

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun perorangan, seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner yang

³⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,h. 137-142

³⁵*Ibid.*, h. 145

dilakukan oleh peneliti.³⁶ Pada penelitian ini data primer yang dihasilkan yaitu wawancara dengan pihak Baitul Mal dan kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat yang menjadi *muzakkīdi* Baitul Mal Kota Langsa.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui buku-buku, brosur dan artikel dari *website* yang berkaitan dengan penelitian.³⁷ Pada penelitian ini data yang dihasilkan yaitu berasal dari *website* dan sumber-sumber penunjang lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.6 Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen yang digunakan yaitu kuesioner yang berisi pertanyaan dan pernyataan yang diisi oleh responden, yaitu *muzakkī* yang membayar zakat di Lembaga Baitul Mal Kota Langsa. Pengukuran dari pertanyaan atau kuesioner yang telah dijawab oleh responden menggunakan skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengungkapkan sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.³⁸ Berikut adalah skala yang berisi lima tingkat prefensi jawaban dengan pilihan jawaban pada tabel berikut :

³⁶Husen Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 42

³⁷Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 119

³⁸*Ibid.*, h. 93

Tabel 3.1**Alternatif Jawaban Menggunakan Skala *Likert***

Simbol	Alternatif jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Skala *Likert*

3.7 Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu akan dilakukan uji instrumen yang digunakan sebagai alat tukar. Uji ini meliputi reliabilitas. Setelah uji instrument baru dilakukan teknik analisis data.

3.7.1 Uji Validitas

Validitas Kuesioner adalah kemampuan pertanyaan dalam mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Dalam hal ini digunakan rumus korelasi *pearson product-moment* yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi r hitung dengan nilai kritis r_{tabel} . Berdasarkan taraf signifikan 5% dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS *versi 20for windows release*. Suatu pengujian dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.³⁹

3.7.2 Uji Reliabilitas

³⁹Riduwan, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Alfabeta, 2010), h. 98

Pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *statistic Cronbach Alpha*.⁴⁰

Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas, maka dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai alpha (α) dengan r_{tabel} . Jika nilai alpha (α) lebih besar dari r_{tabel} , maka hasilnya adalah reliabel.

3.8 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan pengertian kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk.⁴¹

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas pelayanan (X1)	Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. (Fajar Laksana, 2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan (Rambat lupioadi, 2008) 2. Ketanggapan (Rambat lupioadi, 2008) 3. Jaminan (Rambat lupioadi, 2008) 4. Empati (Ramabt lupioadi, 2008) 5. Berwujud (Rambat

⁴⁰Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*,..., h. 48

⁴¹M. Nazir, *Metodologi Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 126

		lupioadi, 2008)
Citra lembaga (X2)	Persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realita dari perusahaan atau lembaga. (Firsan Nova, 2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Personality</i> (Imam mulyana, 2019) 2. <i>Reputation</i> (Imam mulyana, 2019) 3. <i>Value</i> (Imam mulyana, 2019) 4. <i>Corporate identity</i> (Imam mulyana, 2019)
Religiusitas (X3)	Kebutuhan insaniah yang timbul dari gabungan berbagai faktor penyebab yang bersumber dari rasa keagamaan (Djalaludin, 1995)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan (Djamaludin, 1994) 2. Praktik (Djamaludin, 1994) 3. Penghayatan (Djamaludin, 1994) 4. Pengetahuan (Djamaludin, 1994) 5. Pengamalan /Konsekuensi (Djamaludin, 1994)
Kepuasan (Y)	Sebuah persepsi dimana kebutuhan, harapan dan ekspektasi seseorang terhadap suatu produk atau pelayanan telah terpenuhi. (Nur khoiriyah, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fitur produk dan layanan (Vivi, 2011) 2. Emosi Pelanggan (Vivi, 2011) 3. Atribusi layanan (Vivi, 2011) 4. Persepsi kesamaan dan keadilan (Vivi, 2011)

3.9 Teknik Analisa Data dan Interpretasi Hasil Penelitian

3.9.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran demografi responden penelitian (jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, penghasilan dan lain-lain).

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linear. Uji ini dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinearitas terjadi jika nilai toleren kecil dari 0,10 atau sama dengan VIF besar dari 10. Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas).⁴²

3.10.2 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal maupun tidak normal. Persamaan dikatakan baik apabila memiliki data variabel terikat berdistribusi normal.⁴³ Untuk mengetahui persamaan regresi berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan aplikasi *SPSS Versi 16.0 for Windows*. Kriteria pengujian yakni apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka berdistribusi tidak normal, begitu sebaliknya apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka berdistribusi normal.⁴⁴

⁴²Priyatma, *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengelolaan Data & Analisis Data*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2017), h.80

⁴³Danang Suntoyo, *Uji KHI Kuadrat dan Regresi untuk Penelitian Edisi Pertama*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 103

⁴⁴Duwi Priyatno, *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2009), h. 97

3.10.3 Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dalam hal ini, pengujian linearitas dilakukan dengan pendekatan atau analisis tabel ANOVA. Kriteria yang diterapkan untuk menentukan kelinearitasan garis regresi adalah nilai koefisien signifikan. Jika koefisien lebih besar dari α yang ditemukan yaitu 5%, maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear.

3.10.4 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya.⁴⁵ Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas.⁴⁶ Kriteria pengujian yaitu jika korelasi antara variabel independen dengan residual memberikan signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi problem heterokedastisitas.

3.11 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk hubungan dari satu atau dua variabel bebas (independen) dan variabel terikat. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen atau prediktor, secara parsial maupun simultan. Berikut adalah rumusnya :

⁴⁵Husen Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 179

⁴⁶Duwi Priyatno, *5 Jam Belajar, ...,* h. 160

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3. \text{ Diminta :}$$

1. $Y =$ Kepuasan *muzakki*
2. $a =$ konstanta
3. $b_1b_2b_3 =$ koefisien korelasi berganda
4. $X_1 =$ kualitas pelayanan
5. $X_2 =$ citra lembaga
6. $X_3 =$ religiusitas

3.11.1 Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien Determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil memiliki artian bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁴⁷

3.11.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.⁴⁸

⁴⁷Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Cetakan IV*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), h.87

⁴⁸Husen Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 163

3.11.3 Uji T (Uji parsial)

Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan kesimpulan adalah dengan melihat nilai signifikan yang dibandingkan dengan nilai α (5%) dengan ketentuan sebagai berikut :⁴⁹

- Jika nilai Sig < α , maka H0 ditolak
- Jika nilai Sig > α , maka H0 diterima

⁴⁹Priyatma, *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengelolaan Data & Analisis Data*,....., h. 115

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Baitul Mal Kota Langsa

4.1.1 Sejarah Baitul Mal Kota Langsa

Langsa merupakan salah satu pemerintahan kota di Provinsi Aceh, Indonesia. Kota yang dihuni oleh 148.904 jiwa penduduk dengan luas wilayah mencapai 262,41 Km² dan terletak di pesisir timur. Aceh terdiri dari lima kecamatan dan 66 buah gampong. Seperti rata-rata kabupaten/ kota dalam Provinsi Aceh lainnya, mayoritas penduduknya adalah umat Islam. Ketika tsunami memporakporandakan Aceh pada 26 Desember 2004, kota langsa juga mengalami dampak langsung dari bencana alam tersebut.

Manakala perjanjian damai antara Pemerintah RI dan GAM disepakati setelah peristiwa tsunami, babak baru kehidupan masyarakat Aceh dimulai pasca konflik yang menyengsarakan rakyat Aceh selama lebih dari tiga dasawarsa. Salah satu angin mencapai angin segar kehidupan baru itu adalah syariat Islam secara kaffah yang dilakukan secara bertahap sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh yang memperkuat Undang-Undang No. 44 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Keistimewaan Provinsi Daerah Istimewa Aceh.

Pengelolaan zakat, infaq, *shadaqah* dan wakaf yang menjadi tanggung jawab Pemerintahan merupakan sebuah keniscayaan dalam sebuah wilayah yang menerapkan Syariat Islam. Maka lahirlah Qanun Aceh No. 10 Tahun 2007 tentang Baitul Mal yang memberikan kewenangan kepada Baitul Mal yang berada dalam

wilayah Provinsi Aceh untuk mengelola zakat, infaq, shadqah, wakaf dan harta agama lainnya dalam rangka mensejahterakan umat yang saat ini telah berganti dengan Qanun Aceh No. 10 Tahun 2018. Pada tanggal 17 Rabiul Awal 1427 H bertepatan dengan 6 april 2006 M Baitul Mal Kota Langsa didirikan. Walaupun mendapat dukungan pemerintah tapi para amil Baitul Mal melaksanakan tugas dan fungsinya berdasarkan prinsip profesionalisme dan independensi.

4.1.2 Visi dan Misi Baitul Mal Kota Langsa

Visi

Menjadi organisasi pengelola zakat, infaq, shadaqah dan wakaf yang jujur terpercaya sebagai bagian dari tugas pemerintah Islam dengan berorientasi kepada kemaslahatan umat dalam mengentaskan kemiskinan serta memberdayakan ekonomi umat menuju kesejahteraan warga masyarakat yang berlandaskan Syariat Islam.

Misi

1. Menjalankan peran dan tugas pemerintah sebagai amil pengelola zakat, infaq, shadaqah dan wakaf dalam wilayah pemerintah Kota Langsa.
2. Meningkatkan profesionalisme organisasi Baitul Mal Kota Langsa.
3. Mengoptimalkan kinerja Baitul Mal Gampong dan UPZ-UPZ Instansi atau perusahaan dalam wilayah Kota Langsa.
4. Mendorong tumbuh kembang kesadaran warga masyarakat dalam berzakat, berinfaq, bershadaqah dan berwakaf.
5. Mendorong kemandirian ekonomi umat dan lembaga keagamaan.

6. Memberikan pelayanan maksimal bagi para donator dengan program-program layanan yang didukung oleh jaringan kerja yang luas, sistem manajemen yang rapi dan modern serta amil yang jujur dan terpercaya.
7. Melayani para *mustahiq* secara profesional dan dengan penuh kekeluargaan untuk menjembatani hubungan silaturahmi yang utuh antara para *muzakkīn* dan *mustahiq*.

4.1.3 Strategi Baitul Mal Kota Langsa

1. Memanfaatkan posisi strategis pemerintahan dengan mendorong dan merancang regulasi-regulasi yang kondusif bagi kelancaran dan keberhasilan pengelolaan zakat, infaq, *shadaqah* dan wakaf.
2. Meningkatkan SDM amil melalui berbagai pendidikan dan pelatihan untuk melahirkan amil profesional yang memiliki keahlian dan kapabilitas yang diperlukan organisasi.
3. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mendayagunakan pengelolaan zakat, infaq, *shadaqah* dan wakaf.
4. Melakukan pembinaan dan koordinasi yang intensif terhadap Baitul Mal gampong dan UPZ-UPZ Instansi atau perusahaan yang berada dalam wilayah Pemerintahan Kota Langsa.
5. Menggerakkan berbagai media informasi dan komunikasi untuk memperkuat dakwah kepada kalangan masyarakat sehingga semangat berzakat, berinfaq, bershadaqah dan berwakaf dapat tumbuh dan berkembang dengan baik.
6. Mendorong dan memfasilitasi SDM umat yang potensial dan lembaga keagamaan yang strategis dengan meningkatkan potensi dan kapabilitasnya

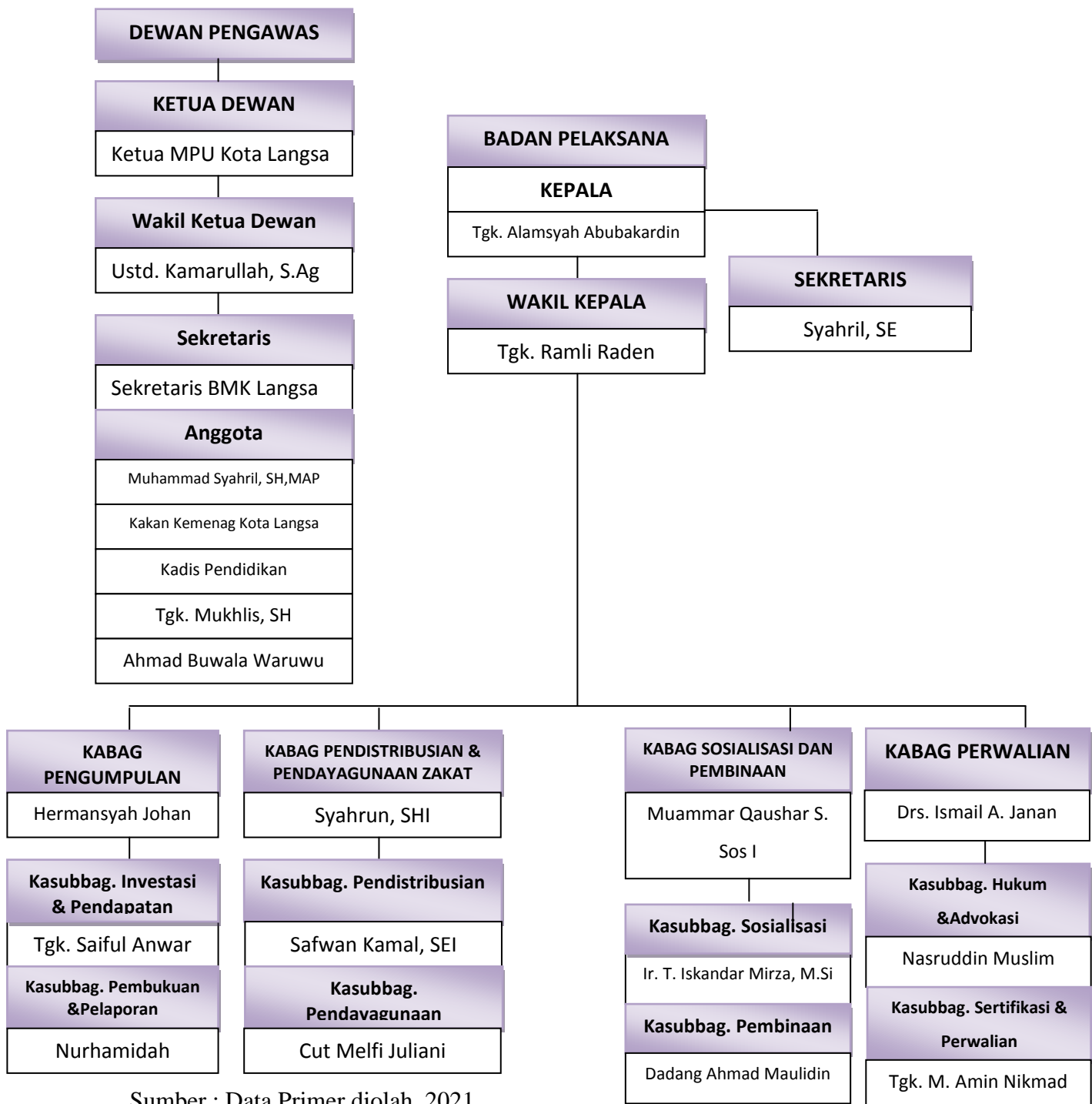
melalui program-program pengembangan diri sehingga ia dapat tumbuh menjadi mandiri.

7. Meningkatkan dan mendayagunakan fungsi zakat, infaq, *shadaqah* dan wakaf secara produktif sebagai pelopor pembangunan ekonomi umat.
8. Mendorong kerja sama strategis antar lembaga-lembaga pengelola zakat, infaq, *shadaqah* dan wakaf untuk mengentaskan kemiskinan dan menyejahterakan umat secara terukur, terstruktur, berdayaguna dan dapat dipertanggung jawabkan.
9. Menjalinkan kerja sama yang lebih luas dengan institusi-institusi pengelolaan zakat, infaq, *shadaqah* dan wakafbaik dalam lingkup Nasional maupun Internasional untuk sebuah visi pendayagunaan secara global di penjuru dunia.
10. Merancang program-program penyaluran dan pendayagunaan zakat, infaq, *shadaqah* dan wakaf yang kreatif dan responsif terhadap keperluan umat yang aktual.
11. Menempatkan para *mustahiq* pada posisinya untuk dilayani secara penuh kekeluargaan dengan mendatanginya langsung tanpa perantara.
12. Sigap dan tanggap terhadap bencana dan musibah yang menimpa umat.

4.1.4 Struktur Organisasi Baitul Mal Kota Langsa

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Baitul Mal



Sumber : Data Primer diolah, 2021

4.2 Temuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas berpengaruh terhadap kepuasan *muzakkīdi* Baitul Mal Kota Langsa. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner atau angket dan diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 16.0.

4.2.1 Profil Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	30	59%
Perempuan	21	41%
Total	51	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan keterangan tabel 4.1 diatas, menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 30 orang sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 21 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki dengan jumlah 30 orang (59%).

b. Karakteristik Berdasarkan Umur

Data mengenai umur responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Presentase
------	-----------	------------

17-24 Tahun	10	19%
25-34 Tahun	30	59%
35-44 Tahun	6	12%
45-54 Tahun	5	10%
Total	51	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, menunjukkan bahwa umur responden sebagian besar adalah 25-34 tahun sebanyak 30 responden, umur 17-24 tahun sebanyak 10 responden, umur 35-44 tahun sebanyak 6 responden dan umur 45-54 tahun sebanyak 5 responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berumur antara tahun 25-34 tahun sebanyak 30 orang (59%).

c. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data mengenai pendidikan terakhir responden *muzakkīdi* Baitul Mal Kota Langsa adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Frekuensi	Presentase
SD	6	12%
SMP	5	10%
SMA/SMK	15	29%
Perguruan Tinggi	25	49%
Total	51	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, menunjukkan bahwa pendidikan terakhir responden perguruan tinggi sebanyak 25 responden, SMA sebanyak 15 responden, SD sebanyak 6 responden dan SMP sebanyak 5 responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar adalah berpendidikan perguruan tinggi sebanyak 25 responden (49%).

d. **Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan**

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pegawai Swasta	7	14%
Wiraswasta	28	55%
Pegawai Negeri Sipil	12	23%
Buruh	4	8%
Total	51	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, menunjukkan bahwa responden menurut pekerjaan wiraswasta sebanyak 28 responden, pegawai negeri sipil sebanyak 12, pegawai swasta sebanyak 7 responden dan buruh sebanyak 4 responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar adalah wiraswasta sebanyak 28 responden (55%).

e. **Karakteristik Berdasarkan Pendapatan *Muzakkī***

Adapun data mengenai pendapatan *muzakkī* di Baitul Mal Kota Langsa yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.5
Responden Berdasarkan Pendapatan *Muzakki*

Pendapatan Muzakki	Frekuensi	Presentase (%)
Rp.3.000.000-Rp.5.000.000	10	20%
Rp.5.000.000-Rp.8.000.000	30	59%
Rp.8.000.000-Rp.10.000.000	11	21%
Total	51	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa responden menurut penghasilan Rp.3.000.000-Rp.5.000.000 sebanyak 10 responden, Rp.5.000.000-Rp.8.000.000 sebanyak 30 responden, Rp.8.000.000-Rp.10.000.000 sebanyak 11 responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar adalah penghasilan Rp.5.000.000-Rp.8.000.000 sebanyak 30 responden (59%).

4.3 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan dari kelayakan setiap butir-butir angket yang diajukan, sehingga suatu variabel dapat diidentifikasi. Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu angket atau keusioner adalah angka hasil korelasi antara skor angket dengan skor keseluruhan responden terhadap informasi dalam kuesioner. Ukuran valid tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat dari output *SPSS Versi 16.0* berupa nilai item total statistik masing-masing butir angket.⁵⁰

Suatu butir angket dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil output SPSS yang diperoleh untuk uji validitas dari variabel kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas terhadap kepuasan *muzakkī* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)			
1	0,359	0,088	Valid
2	0,390	0,088	Valid
3	0,435	0,088	Valid
4	0,557	0,088	Valid
5	0,191	0,088	Valid
Citra Lembaga (X2)			

⁵⁰Priyatama, *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengelolaan Data & Analisis Data*,..., h. 50

1	0,498	0,088	Valid
2	0,524	0,088	Valid
3	0,594	0,088	Valid
4	0,565	0,088	Valid
Religiusitas (X3)			
1	0,293	0,088	Valid
2	0,604	0,088	Valid
3	0,446	0,088	Valid
4	0,563	0,088	Valid
5	0,560	0,088	Valid
Kepuasan Muzakki (Y)			
1	0,279	0,088	Valid
2	0,478	0,088	Valid
3	0,640	0,088	Valid
4	0,393	0,088	Valid

Sumber: *Output SPSS 16.0, 2021*

Seleksi pengambilan keputusan item yang valid dengan cara membandingkan nilai korelasi *product moment* dari *pearson* dengan taraf signifikansi 5% dengan jumlah responden 51 diperoleh r_{tabel} sebesar 0,088.

Dari tabel 4.6 diatas, hasil uji validitas dapat dilihat bahwa nilai dari seluruh item-item dalam setiap variabel X1, X2, X3 dan Y lebih besar dari pada r_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item-item pada setiap variabel bersifat valid.

4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepercayaan instrumen atau alat ukur. Setelah diuji validitasnya dan diperoleh item-item yang valid, kemudian dicari koefisien reliabilitasnya. Perhitungan reliabilitas ini dilakukan dengan cara mencari nilai *Cronbach's Alpha*. Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada sampel, terbukti bahwa instrumen-instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dianggap handal atau reliabel

karena semua variabel memiliki koefisien *alpha* lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian, secara keseluruhan layak digunakan dalam penelitian ini.⁵¹ Hasil dari uji reliabilitas instrumen penelitian ini secara ringkas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Critical Value</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,507	0,088	Reliabel
Citra Lembaga	0,655	0,088	Reliabel
Religiusitas	0,650	0,088	Reliabel
Kepuasan <i>Muzakkī</i>	0,601	0,088	Reliabel

Sumber : *Output SPSS 16.0, 2021*

Berdasarkan uji reliabilitas diatas, dapat dikatakan bahwa seluruh item reliabel. Ini dapat dilihat dari keseluruhan item pertanyaan memiliki *cronbach alpha* lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item-item dalam setiap variabel pada kuesioner adalah reliabel memiliki arti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korealisasi antar variabel bebas (independen), model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Alat

⁵¹*Ibid*, h. 60

statistik yang sering digunakan untuk menguji gangguan multikolinearitas adalah nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinieritas dengan *SPSS Versi 16.0* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,965	1,037	Bebas Multikolinearitas
Citra Lembaga	0,969	1,032	Bebas Multikolinearitas
Religiusitas	0,963	1,038	Bebas Multikolinearitas

Sumber : *Output SPSS 16.0*, 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang dilakukan, pada variabel kualitas pelayanan dengan nilai *tolerance* $0,965 > 0,1$ dan nilai VIF $1,037 < 10$. Dapat disimpulkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan tidak terjadi multikolinearitas.

Pada variabel Citra Lembaga dengan nilai *tolerance* $0,969 > 0,1$ dan nilai VIF $1,032 < 10$. Dapat disimpulkan bahwa pada variabel citra lembaga tidak terjadi multikolinearitas.

Pada variabel Religiusitas dengan nilai *tolerance* $0,963 > 0,1$ dan nilai VIF $1,038 < 10$. Dapat disimpulkan bahwa pada variabel religiusitas tidak terjadi multikolinearitas.

4.5.2 Uji Normalitas

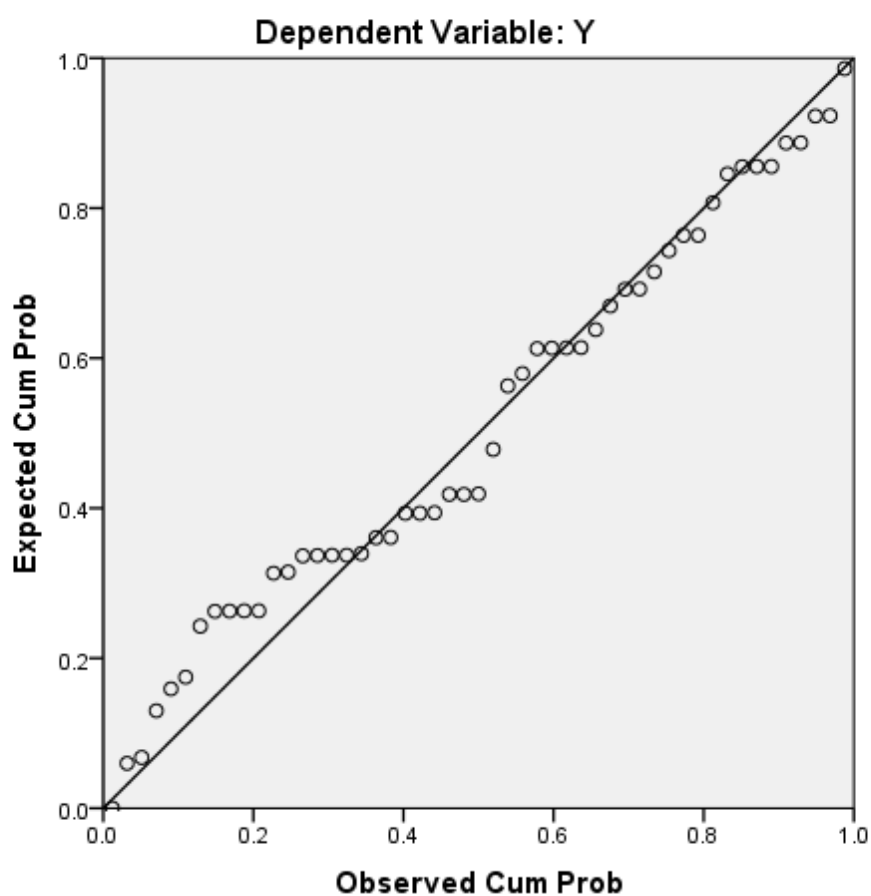
Uji Normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal.

Metode yang digunakan yaitu metode grafik dengan melihat penyebaran data para sumber diagonal pada grafik. Normal P-Plot or Regresion.

Gambar 4.2

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: *Output SPSS 16.0, 2021*

Berdasarkan grafik Normal P-Plot pada gambar diatas diketahuibahwa titik yang menyebar hampir mengikuti garis lurus. Apabila titik-titik yang menyebar hampir mengikuti garis lurus, maka dapat dikatakan bahwa *residual* telah terdistribusi normal atau data-data yang tersebar telah memenuhi asumsi normalitas.

4.5.3 Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah empat variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak, korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel *predictor* atau independen (X) dengan variabel kriterium dependen (Y). Dalam beberapa sebelum dilakukannya analisis regresi linear.⁵² Hasil pengujian linearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Linearitas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y *	Between	(Combined)	5.752	4	1.438	1.248	.304
X1	Groups	Linearity	2.657	1	2.657	2.306	.136
		Deviation from Linearity	3.095	3	1.032	.895	.451
Within Groups			52.993	46	1.152		
Total			58.745	50			

Sumber : *Output SPSS 16.0, 2021*

Berdasarkan nilai signifikan dari output diatas, diperoleh nilai *Deviation from Linearity* untuk variabel X1 yaitu 0,451 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan.

⁵²*Ibid.*, h. 105

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y *	Between	(Combined)	3.767	4	.942	.788	.539
X2	Groups	Linearity	1.285	1	1.285	1.075	.305
		Deviation from Linearity	2.482	3	.827	.692	.561
Within Groups			54.978	46	1.195		
Total			58.745	50			

Sumber : *Output SPSS 16.0, 2021*

Nilai *Deviation from Linearity* untuk X2 yaitu 0,561 lebih besar dari 0,05,

maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel citra lembaga dengan variabel kepuasan.

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y *	Between	(Combined)	2.678	6	.446	.350	.906
X3	Groups	Linearity	.120	1	.120	.094	.760
		Deviation from Linearity	2.558	5	.512	.401	.845
Within Groups			56.067	44	1.274		
Total			58.745	50			

Sumber : *Output SPSS 16.0, 2021*

Nilai *Deviation from Linearity* untuk X3 yaitu 0,845 lebih besar dari 0,05,

maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel religiusitas dengan variabel kepuasan.

4.5.4 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Regresi Berganda

Suatu model persamaan regresi sederhana digunakan untuk menjelaskan hubungan antara satu variabel independen dengan variabel yang lain. Dalam penelitian ini model persamaan regresi linear berganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas terhadap kepuasan *muzakkī* pada Baitul Mal Kota Langsa. Analisis regresi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.779	5.590		3.359	.002		
	X1	-.233	.170	-.197	-1.367	.178	.965	1.037
	X2	.163	.192	.122	.852	.399	.969	1.032
	X3	.001	.096	.001	.009	.992	.963	1.038

a. Dependent Variable: Y
Sumber : *Output SPSS 16.0, 2021*

Hasil analisis regresi berganda terhadap pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan *muzakkī* pada Baitul Mal Kota Langsa yaitu sebagai berikut :

$$Y = 18,779 (\text{constant}) - 0,233 (X1) + 0,163 (X2) + 0,001 (X3)$$

Keterangan :

Y = Kepuasan *Muzakkī*

X1= Kualitas Pelayanan

X2 = Citra Lembaga

X3= Religiusitas

Dari hasil persamaan regresi berganda di atas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Dari koefisien regresi diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 18,779. apabila seluruh variabel dependen yaitu kualitas pelayanan (X1), citra lembaga (X2), religiusitas (X3) nilainya sama dengan nol atau konstan maka besarnya kepuasan *muzakkī* membayar zakat (Y) sebesar 18,779.
- b. -0,233 yang memberikan arti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan *muzakkī* membayar zakat di Baitul Mal Kota Langsa. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 skor tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan maka kepuasan *muzakkī* membayar zakat di Baitul Mal Kota Langsa berkurang sebesar 0,233.
- c. 0,163 memberikan arti bahwa citra lembaga berpengaruh positif terhadap kepuasan *muzakkī* membayar zakat di Baitul Mal Kota Langsa. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 skor tanggapan responden mengenai citra lembaga maka akan mempengaruhi kepuasan *muzakkī* membayar zakat di Baitul Mal Kota Langsa.
- d. 0,001 memberikan arti bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap kepuasan *muzakkī* membayar zakat pada Baitul Mal Kota Langsa. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 skor tanggapan responden mengenai

religiusitas maka akan mempengaruhi kepuasan *muzakkī* membayar zakat di Baitul Mal Kota Langsa.

- e. Berdasarkan hasil persamaan regresi diatas maka dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap kepuasan *muzakkī* membayar zakat di Baitul Mal Kota Langsa adalah variabel citra lembaga. Hal ini dapat dilihat dari hasil koefisien regresi sebesar 0,163 yang menunjukkan nilai koefisien regresi yang terbesar jika dibandingkan dengan nilai koefisien regresi dari variabel kualitas pelayan dan religiusitas.

4.6.2 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. *Adjusted R²* koefisien determinasi (R^2) mempunyai nilai berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Nilai *adjusted R²* yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.⁵³

Tabel 4.11
Hasil Uji Determinasi R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.245 ^a	.060	.000	1.08398

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : *Output SPSS 16.0, 2021*

⁵³*Ibid.*, h. 110

Hasil uji *adjusted R²* pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,000 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas terhadap kepuasan *muzakkīn* adalah sebesar 0,0%, sedangkan sebesar 100% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.6.3 Uji t (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi dari nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan. Jika signifikansi t hitung lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol (H₀) diterima yang berarti variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.⁵⁴

Tabel 4. 12
Hasil Uji t

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients					
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	18.779	5.590		3.359	.002			
	X1	-.233	.170	-.197	-1.367	.178	.965	1.037	
	X2	.163	.192	.122	.852	.399	.969	1.032	
	X3	.001	.096	.001	.009	.992	.963	1.038	

a. Dependent Variable: Y

Sumber: *Output SPSS 16.0, 2021*

⁵⁴*Ibid.*, h. 115

Hasil analisis dengan bantuan *SPSS versi 16.0* diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Uji t variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan *muzakkī*

Diketahui besarnya nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan -1,367 dengan nilai sig 0.178 > 0,05, maka H_1 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan *muzakkī* pada Baitul Mal Kota Langsa.

2. Uji t variabel citra lembaga terhadap kepuasan *muzakkī*

Diketahui besarnya nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan 0,852 dengan nilai sig 0.399 > 0,05, maka H_2 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa citra lembaga mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan *muzakkī* pada Baitul Mal Kota Langsa.

3. Uji t variabel religiusitas terhadap kepuasan *muzakkī*

Diketahui besarnya nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan 0,009 dengan nilai sig 0.992 > 0,05, maka H_3 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa religiusitas mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan *muzakkī* pada Baitul Mal Kota Langsa.

4.6.4 Uji F (Uji Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.⁵⁵ Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai F

⁵⁵Modul SPSS 24, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, 2019, h. 25

hitung dengan melihat tingkat signifikansinya, kemudian membandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan (5% atau 0,05). Maka diperoleh hasilnya :

Tabel 4.13
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.519	3	1.173	.998	.402 ^b
	Residual	55.226	47	1.175		
	Total	58.745	50			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : *Output SPSS 16.0, 2021*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari Uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 0,998 dan signifikansi pada $0,402 > \alpha = 0,05$. Hal ini berarti kualitas pelayanan (X1), citra lembaga (X3) dan religiusitas (X3) secara simultan (bersama-sama) tidak berpengaruh terhadap kepuasan *muzakkī*(Y) atau berarti tidak signifikan.

4.7 Interpretasi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas terhadap kepuasan *muzakkī* pada Baitul Mal Kota Langsa. Faktor-faktor yang terdapat pada penelitian ini terbatas pada faktor kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas. Pada penelitian ini tidak semua variabel berpengaruh signifikan baik itu secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan *muzakkī*.

4.7.1 Kualitas Pelayanan Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan *Muzakki*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,178. Dari hasil uji t pada variabel (X1) kualitas pelayanan menyatakan bahwa signifikan uji t lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan *muzakkī* dinyatakan ditolak. Semakin rendah kualitas pelayanan, maka semakin rendah pula kepuasan *muzakkī*.

Faktor kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan *muzakkī* di Baitul Mal Kota Langsa. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bukan faktor utama yang membuat *muzakkī* membayar zakat di Baitul Mal.

4.7.2 Citra Lembaga Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan *Muzakkī*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa kepercayaan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,399. Dari hasil uji t pada variabel (X2) citra lembaga menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis yang menyatakan citra lembaga tidak berpengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan *muzakkī* dinyatakan ditolak.

Faktor citra lembaga tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan *muzakkī* di Baitul Mal, hal ini menunjukkan bahwa citra lembaga bukan faktor utama yang membuat *muzakkī* membayar zakat di Baitul Mal Kota Langsa.

4.7.3 Religiusitas Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan *Muzakki*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa religiusitas memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,992. Dari hasil uji t pada variabel (X3) religiusitas menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih besar dari 0,05.

Faktor religiusitas tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan *muzakkī* di Baitul Mal, hal ini menunjukkan bahwa religiusitas bukan faktor utama yang membuat *muzakkī* membayar zakat di Baitul Mal Kota Langsa.

4.7.4 Kepuasan *Muzakkī*

Kepuasan *muzakkī* berkaitan erat dengan kualitas pelayanan karena mampu memberikan dorongan kepada *muzakkī* untuk menjalin ikatan yang baik dengan pihak Lembaga Baitul Mal. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan Lembaga Baitul Mal untuk memahami kepuasan *muzakkī* terhadap kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas kepada lembaga tersebut. Hasil uji R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai *adjusted R²* sebesar 0,000 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas terhadap kepuasan *muzakkī* adalah sebesar 0,0%, sedangkan sebesar 100% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian ini tentang pengaruh kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas terhadap kepuasan *muzakkīn* dapat diambil kesimpulan dari apa yang telah dirumuskan dalam masalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,178. Dari hasil uji t pada variabel (X1) kualitas pelayanan menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan *muzakkīn* dinyatakan ditolak. Semakin rendah kualitas pelayanan, maka semakin rendah pula kepuasan *muzakkīn*. Faktor kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan *muzakkīn* di Baitul Mal Kota Langsa. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bukan faktor utama yang membuat *muzakkīn* membayar zakat di Baitul Mal.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa kepercayaan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,399. Dari hasil uji t pada variabel (X2) citra lembaga menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis yang menyatakan citra lembaga tidak berpengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan *muzakkīn* dinyatakan ditolak. Faktor citra lembaga tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan *muzakkīn* di Baitul Mal, hal ini menunjukkan bahwa citra lembaga bukan

faktor utama yang membuat *muzakkīn* membayar zakat di Baitul Mal Kota Langsa.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa religiusitas memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,992. Dari hasil uji t pada variabel (X3) religiusitas menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih besar dari 0,05. Faktor religiusitas tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan *muzakkīn* di Baitul Mal, hal ini menunjukkan bahwa religiusitas bukan faktor utama yang membuat *muzakkīn* membayar zakat di Baitul Mal Kota Langsa.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian di Lembaga Baitul Mal Kota Langsa tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas terhadap Kepuasan *Muzakkīn* pada Baitul Mal Kota Langsa. Berdasarkan apa yang sudah dialami penulis selama melakukan penelitian ini menyampaikan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Lembaga Baitul Mal Kota Langsa, pihak lembaga seharusnya lebih tingkatkan lagi sosialisasi ke masyarakat untuk memperkenalkan Lembaga tersebut. Pada program-program yang telah dibuat hendaknya dapat terlaksana dengan optimal.
2. Bagi para *muzakkīn*, dalam menyalurkan dana zakat setiap bulannya harus ditingkatkan lagi agar para *muztāhik* dapat menerima bantuan setiap bulannya.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan memperhatikan indikator-indikator lain yang belum dicantumkan oleh penulis dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, Djamaludin dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islam: Solusi Islam atas Probelem-problem Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994.
- Baitul Mal Kota Langsa, <https://baitulmallangsa.org>, 20 Maret 2020.
- Barmawi, “*Hubungan antara Religiusitas dan persepsi terhadap sekolah berbasis agama dengan sikap memilih sekola bebasis agama*”, tesis, tidak diterbitkan.
- Bungin, Burhan *Metodologi Penelitian Kuantitatif komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2005
- Chahlil, Rifyal Dahlawi. “*Peran keterlibatan konsumen sebagai variabel moderasi hubungan antara kepuasan pelanggan dan citra perusahaan pada loyalitas jasa*”, tesis, tidak diterbitkan.
- Ciptono, Fandy. “*Pemasaran Jasa*”. Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2011.
- Ciptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi, 2002
- Djalaludin, *Psikologi Agama*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan terjemahannya*, Jakarta: CV. Darus Sunnah, 2002.
- Depdikbud Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Fakhruddin, *Fkih dan Manajemen Zakat di Indonesia*, Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi analisis Multivariate denga program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005.
- Hafidhuddin, *Zakat dalam perekonomian Modern*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Hafidudhin, Didin. Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Hasil wawancara dengan Bapak Syahrin, S.E pada Baitul Mal Kota Langsa tanggal 17 Maret 2020.
- Jamilatun, “*Pengaruh Kualitas Jasa (pelayanan) terhadap kepuasan dan kepercayaan muzakki di lembaga Pengembangan Dana Ummat Sultan Agung (LPDU-sa)*” Skripsi, IAIN Walisongo Semarang, 2011.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks, 2014.

- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008
- Laporan Penerimaan dan Penyaluran Zakat Baitul Mal Kota Langsa 2018
- Lupioadi, Rambat. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Modul SPSS 24, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, 2019
- Mulyana, Imam Dwi Suwandi, *Citra Perusahaan Seri Manajemen Pemasaran*, 2019.
- Nazir, *Metodologi Penelitian*, Bogor: Ghalia Indo, 2011.
- Nova, Firsan. *CRISIS Public Relation: Strategi PR menghadapi krisis, mengelola isu, membangun citra dan reputasi perusahaan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Priyatama, *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengelolaan Data & Analisis Data*, Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Priyatno, Duwi. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS*, Yogyakarta: Andi, 2009
- Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2018 tentang Baitul Mal
- Ratmino, Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Riduwan, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Alfabeta, 2010.
- Ristiani, Vivi. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan", dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 9 No. 17 Juni 2011.
- Saputra, Rizki. "Eksistensi Baitul Mal di Kota Langsa dalam meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Miskin", *J-EBIS* Vol. 4 No. 2, Oktober 2019.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta cet- 20, 2018.
- Suntoyo, Danang. *Uji KHI Kuadrat dan Regresi untuk Penelitian Edisi Pertama*, Jakarta: Graha Ilmu, 2010
- Suntoyo, Danang. *Konsep Dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*, Jakarta: Cops Publishing, 2012.
- Umar, Husen. *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Umar, Husen. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005

Umar, Husen. *Metode Penelitian untuk Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana, 2012

Undang-undang RI No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat Bab II Pasal 5 ayat (1) dan pasal 17.

Wibisono, Yusuf. *Mengelola Zakat di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2015.

Widayanta, Heru. “*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Laras ASRI Resort dan Spa Salatiga*” Tesis, tidak diterbitkan.

Wijaya, Toni. *Manajemen kualitas jasa*, Jakarta Barat: PT. Indeks, 2011.

Yuliandri, Indri dan Asma Nur Khoiriyah, “*Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat terhadap Loyalitas Muzakki*)” dalam *Jurnal of Islamic Economic*, P-ISSN: 2085-3696; E-ISSN: 2541-4127, Vol. 7 No.2 Juli-Desember 2016.



SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 192 TAHUN 2021

T E N T A N G
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA;

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi;
- b. Bahwa yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang perlu dan cakap serta memenuhi syarat untuk ditunjuk dalam tugas tersebut;
- c. Untuk maksud tersebut di atas, dipandang perlu ditetapkan dalam surat keputusan.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Dosen;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa Menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa;
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.11/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
8. DIPA Nomor : 025.04.2.888040/2021, Tanggal 23 November 2020.
- Memperhatikan : **Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 18 Maret 2021.**

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : **Mulyadi, MA** sebagai Pembimbing I dan **Juli Dwina Puspita Sari, M.Bus (ADV)** sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama **Nurhayani**, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) :4042017019, dengan Judul Skripsi : **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas terhadap Kepuasan Muzzaki pada Baitul Mal Kota langsa"**.
- Ketentuan : a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun dihitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munaqasyah Skripsi;
- b. Masa Bimbingan kurang dari 1 (Satu) Tahun apabila masa studi telah berakhir;
- c. Setiap Bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
- d. Penyelesaian Skripsi yang melewati masa studi berlaku ketentuan tersendiri;
- e. Masa Studi Program Strata Satu (S1) adalah 7 (Tujuh) Tahun;
- f. Kepada Pembimbing I dan Pembimbing II tidak diperkenankan untuk merubah judul skripsi yang telah ditetapkan dalam SK, kecuali melalui proses pembahasan ulang dan harus berkoordinasi dengan Ka. Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa;
- g. Selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa;
- h. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Langsa
Pada Tanggal : 12 April 2021 M
30 Sya'ban 1442 H H

Dekan,


Iskandar

Tembusan :

1. Ketua Jurusan/Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf FEBI IAIN Langsa;
2. Pembimbing I dan II;
3. Mahasiswa yang bersangkutan.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Nurhayani
Nim : 4042017021
Tempat/Tgl Lahir : Langsa, 29 Mei 1999
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Pasar Kauman, Kec. Rao Selatan, Kab. Pasaman, Provinsi Sumatera Barat

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : Negeri 07 Kauman Tahun 2006-2011
2. SMP : Negeri 01 Rao Selatan Tahun 2012-2014
3. SMA : Negeri 01 Padang Gelugur Tahun 2015-2017
4. Perguruan Tinggi : IAIN Langsa 2017 Sampai Sekarang.

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Langsa, 22 Januari 2022

Penulis



NURHAYANI
NIM. 4042017021