

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Rumah Zakat Dan Karakteristik Responden

##### 4.1.1 Gambaran Umum Lembaga

###### 4.1.1.1 Sejarah Rumah Zakat Cabang Semarang

Rumah Zakat memulai kiprahnya sejak Mei 1998 di Bandung, lembaga yang awalnya bernama Dompot Sosial Ummul Quro (DSUQ) dipelopori oleh Abu Syauqi. Rumah Zakat terus menguatkan eksistensinya sebagai lembaga amil zakat. Legalitas untuk melakukan ekspansi semakin kuat ketika lembaga ini telah mendapat sertifikasi pengukuhan sebagai lembaga amil zakat nasional berdasarkan SK Menteri Agama RI No. 157 pada tanggal 18 Maret 2003 yang diperbaharui melalui SK Menag RI No. 42 tahun 2007.

Pada tanggal 5 April 2010 Rumah Zakat Indonesia resmi meluncurkan *brand* baru RUMAH ZAKAT menggantikan *brand* sebelumnya RUMAH ZAKAT INDONESIA. Dengan mengusung tiga *brand value* baru : *Trusted*, *Progressive* dan *Humanitarian*, organisasi ini menajamkan karakter menuju “*World Class Socio-Religious Non Governance Organization* (NGO)”. *Sharing confidence* diangkat menjadi *positioning*. “Dengan keyakinan yang kuat untuk berbagi dan menciptakan

keluarga global yang lebih baik, Rumah Zakat berdaya upaya untuk menjadi organisasi terdepan di *region* yang menjamin program efektif dan berkesinambungan dalam memberdayakan masyarakat untuk mencapai kehidupan yang lebih baik.”

Untuk memperkuat perubahan ini diluncurkan pula gerakan Merangkai Senyum Indonesia, sebuah rangkaian kegiatan untuk memperbaiki Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Indonesia jauh lebih khususnya dalam bidang pendidikan, kesehatan dan kelayakan hidup.

Rumah Zakat hadir tak hanya di pulau Jawa namun menyebar dengan jaringan terbesar dibanding lembaga pengelola sejenis. Hingga Mei 2009, Rumah Zakat telah memiliki 44 jaringan kantor di 38 kota besar di Indonesia dengan pola hubungan pusat-cabang yang kokoh dan terintegrasi.

Adapun sejarah Rumah Zakat di Jawa Tengah dimulai dari pembukaan Kantor Cabang Semarang di bulan Mei 2005 bersamaan itu pula Rumah Zakat Cabang Solo. Adapun program pertama yang kita gulirkan adalah beasiswa untuk anak yatim dan *dhuafa*/ program KSAB (Kembalikan Senyum Anak Bangsa) dan Baksos Siaga Sehat dan Siaga Gizi. Selain itu juga program mobil ambulan gratis untuk masyarakat Kota Semarang. Program ambulan ini cukup populis dan menjadi *branding* yang luar biasa buat Rumah zakat cabang Semarang.

Dukungan dan simpatik masyarakat kota Semarang atas kepercayaan terhadap Rumah Zakat cabang Semarang semakin bertambah. Di bulan Mei 2007 hadirilah RBG (Rumah Bersalin Gratis ) dan di tahun 2010 hadir pula Sekolah Dasar Juara Gratis buat anak yatim dan *dhuafa*. Program dan layanan Rumah Zakat akan semakin banyak bergulir seiring dengan kepercayaan dan dukungan masyarakat kota Semarang. Adapun untuk pemberdayaan KUKMI (Kelompok Usaha Kecil Menengah) ada 50 kelompok yang terdampingi, sehingga ada perubahan akhlak dan kesadaran beragama. Terlihat 20% dari kelompok yang terdampingi usahanya semakin maju dan semangat. Sesuai keyakinan kami bahwa ketika kita ada semangat menolong saudara kita muslim yang lemah, maka Allah SWT akan menolong dan memudahkan segala urusan kita.<sup>1</sup>

#### **4.1.1.2 Visi dan Misi**

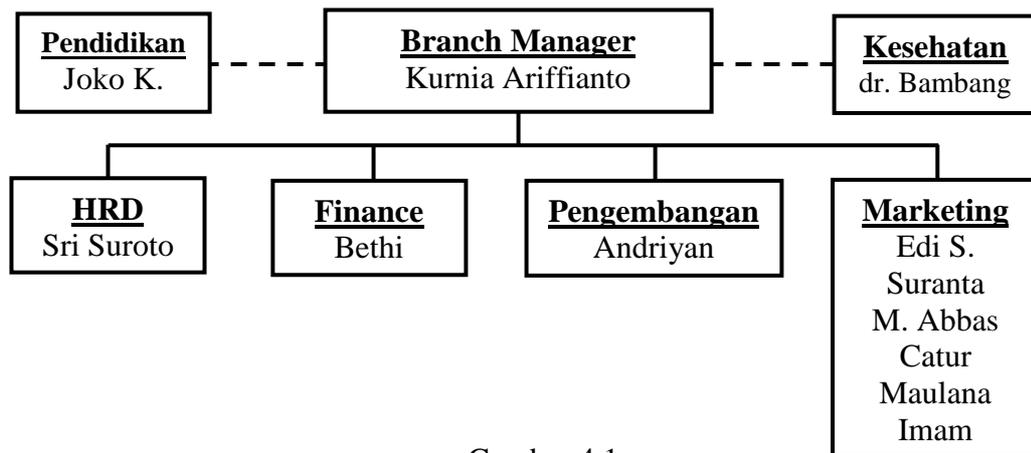
1. Visi: menjadi lembaga amil zakat taraf internasional yang unggul dan terpercaya.
2. Missi: Membangun kemandirian masyarakat melalui pemberdayaan secara produktif dan menyempurnakan kualitas pelayanan masyarakat melalui keunggulan insani.

---

<sup>1</sup> <http://www.rumahzakat.org>

#### 4.1.1.3 Struktur Rumah Zakat Cabang Semarang

Rumah Zakat Cabang Semarang memiliki struktur organisasi yang dibentuk sesuai dengan kebutuhan. Adapun Struktur Rumah Zakat Cabang Semarang adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1  
Struktur Organisasi

1. Kurnia Ariffianto (Branch Manager)
2. Sri Suroto (HRD)
3. Andriyan Citra Lesmana (Pengembangan)
4. Bethi Ari Puspita Rini (Keuangan/ finance)
5. Joko Kristanto (Pendidikan)
6. dr. Bambang Sudimanto (Kesehatan)
7. Edi Sutrisna (Marketing)
8. Suranta (Marketing)
9. Muhammad Abbas (Marketing)
10. Catur (Marketing)
11. Maulana (Marketing)
12. Imam Saputro (Marketing).<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Wawancara dengan Bp. Sri Suroto (HRD RZ) pada tanggal 21 April 2011 jam 14.00 Wib.

#### 4.1.1.4 Strategi Rumah Zakat Cabang Semarang

Sebagai lembaga pengelola dana zakat, infaq, shadaqah, dan dana kemanusiaan lainnya Rumah Zakat berdiri menjadi jembatan harmoni antara para *muzzaki* dan *mustahik*, menyambungkan empati dalam simpul pelayanan gratis hingga pemberdayaan.

Rumah Zakat telah hadir di 44 jaringan kantor di 38 kota besar di Indonesia. Dengan dukungan teknologi informasi, kini semua kantor (pusat-regional-cabang-kantor kas) telah terkoneksi secara *online*. Sehingga pengelolaan lembaga dapat lebih terintegrasi, transparan dan cepat.

Semangat membumikan nilai spritualitas menjadi kesalehan sosial membingkai gerak lembaga ini sebagai mediator antara nilai kepentingan *muzzaki* dan *mustahik*. Antara yang memberi dan menerima, antara para *aghniya* dan *dhu'afa* sehingga kesenjangan sosial bisa semakin berkurang. Kesesuaian syari'ah dan ketepatan sasaran menjadi indikator sukses utama Rumah Zakat dalam penentuan pendayagunaan program. Untuk itu Rumah Zakat mengembangkan tiga program unggulan yakni;

##### 1. Senyum juara

Senyum juara dimaksudkan untuk mengantarkan anak bangsa dalam meraih masa depan yang lebih baik

dengan program-program pemberdayaan di bidang pendidikan. Program tersebut yaitu:

a. Sekolah juara

Sekolah Juara merupakan salah satu program Rumah Zakat dalam bidang pendidikan yang disediakan untuk anak-anak dari keluarga yang kurang mampu. Kurikulum sekolah ini disesuaikan standar pemerintah dan dipadukan dengan metode pembelajaran PAKEM (Pembelajaran Aktif, Kreatif, Efektif dan Menyenangkan). Sehingga memungkinkan para siswa untuk menjadi insan mandiri bermental juara. Setiap siswa di sekolah juara mendapatkan beasiswa juara. Dengan anggaran sebesar Rp. 2.000.000.000 untuk infrastruktur dan operasional selama 1 tahun. Dan SMP Juara Rp. 2.500.000.000.

b. Beasiswa juara

Para siswa yang belajar di sekolah juara mendapatkan fasilitas pembelajaran berkualitas dengan biaya gratis. Anggaran untuk juara SD Rp. 375.000/ anak/ bulan, sedangkan juara SMP Rp. 450.000/ anak/ bulan.

c. Beasiswa ceria

Program ini bertujuan untuk mengurangi angka putus pendidikan formal dengan memberikan beasiswa kepada anak-anak usia sekolah dari keluarga kurang mampu.

Anggaran untuk ceria SD Rp.155.000/ anak/ bulan, ceria SMP Rp. 180.000/ anak/ bulan dan ceria SMU Rp. 205.000/ anak/ bulan, sedangkan untuk ceria Mahasiswa Rp. 500.000/ anak/ bulan.

d. Pusat Pengembangan Potensi Anak (P3A)

Merupakan program yang bertujuan untuk membina anak asuh yang mengarah pada pemberdayaan potensi anak menuju kemandirian. Dengan anggaran sebesar Rp. 200.000/ anak asuh/ bulan.

e. Kemah juara

Merupakan program kreasi dan rekreasi bagi anak asuh pada setiap liburan sekolah akhir tahun berupa kegiatan berkemah dengan maksud dan tujuan melatih sosialisasi dan kemandirian setiap siswa. Dengan anggaran sebesar Rp. 400.000/ anak.

f. Lab juara

Merupakan program bantuan sarana pendidikan berupa penyediaan laboratorium komputer dan multimedia di sekolah juara. Dengan anggaran sebesar Rp. 385.000.000/ pendirian dan operasional selama 1 tahun.

g. Mobil juara

Merupakan sumber belajar bergerak yang disediakan untuk anak asuh di wilayah Rumah Zakat dan umumnya

anak-anak indonesia. Mobil cerdas memberi layanan buku bacaan anak, CD edukatif dan perangkat komputer yang terhubung internet. Dengan anggaran Rp. 650.000.000/ 1 unit mobil juara dan operasional dalam 1 tahun.

## 2. Senyum sehat

Merupakan program penyediaan pelayanan dalam bidang kesehatan untuk masyarakat kurang mampu yang tidak mendapatkan pelayanan kesehatan secara gratis.

### a. Rumah Bersalin Gratis (RBG)

Dengan anggaran sebesar Rp. 3.100.000.000/ 1 unit Rumah Bersalin Gratis beserta sarana dan prasarana dan operasional selama 1 tahun. Dan Rp. 800.000/ member bantuan layanan bersalin.

### b. Layanan Bersalin Gratis (RBG)

Dengan anggaran sebesar Rp. 800.000/ member bantuan layanan bersalin.

### c. Armada Sehat Keluarga (AMARA)

Dengan anggaran sebesar Rp. 1.900.000.000/ 1 unit AMARA dan pelayanan program selama 1 tahun.

### d. Ambulan Ringankan Duka (ARINA) dan Mobil Jenazah

Dengan anggaran sebesar Rp. 560.000.000/ 1 kali pengadaan armada ARINA dan pelayanan program selama 1 tahun. Termasuk Rp. 100.000/ 1 kali pengantaran.

e. Siaga Sehat

Dengan anggaran sebesar Rp. 4.250.000/ 1 kali layanan untuk 100 pasien.

f. Siaga Gizi Balita

Dengan anggaran sebesar Rp. 450.000/ untuk edukasi, makanan tambahan dan pemeriksaan setiap bulan.

g. Khitanan Massal

Dengan anggaran Rp. 3.750.000/ 10 anak peserta khitan.

h. Operasi Katarak Gratis

Dengan anggaran Rp. 3.500.000/ 1 kali operasi katarak.

i. Jaminan Kesehatan Keluarga

Dengan anggaran sebesar Rp. 150.000/ keluarga/ bulan.

j. Pengantaran Jenazah/ Pasien

Dengan anggaran sebesar Rp. 100.000,-/ operasional/ 1 kali pengantaran.

3. Senyum mandiri.

a. Kredit usaha Kecil Mandiri (KUKMI)

Dengan anggaran Rp. 25.000.000/ 10 member KUKMI

b. *Cake House*

Dengan anggaran sebesar Rp.52.036.000/ 10 member *Cake House*.

c. Pelatihan Kewirausahaan

Dengan anggaran sebesar Rp. 12.000.000/ 10 member

d. *Empowering Centre*

Dengan anggaran sebesar Rp. 122.500.000/ infrastruktur dan operasional 1 tahun.

e. Siaga Gizi Nusantara

Dengan anggaran sebesar Rp. 62.500.000/ 5000 kaleng.

f. *Water Well*

Dengan anggaran sebesar Rp. 47.600.000/ 1 unit pembangunan *Water Well*.

g. Toilet Sehat Keluarga (TOSKA)

Dengan anggaran sebesar Rp. 12.300.000/ 1 unit pembangunan TOSKA.<sup>3</sup>

Program-program yang dikembangkan Rumah Zakat cukup sederhana, namun sangat terasa di masyarakat. Program-program nyata inilah yang kiranya ikut menguatkan *mustahik* semakin percaya terhadap Rumah Zakat dalam mengelola zakat.

#### **4.1.1.5 Perkembangan Jumlah *Muzakki* Rumah Zakat Cabang Semarang**

Perkembangan jumlah *muzakki* Rumah Zakat cabang Semarang dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini:

---

<sup>3</sup> Brosur Rumah Zakat

**Tabel 4.1**

Perkembangan jumlah *muzakki* Rumah Zakat cabang Semarang

	Tahun 2008	Tahun 2009	Tahun 2010	Per April 2011
Jumlah muzakki	1.123	1.508	2.045	2.197

Dari tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa sampai dengan bulan April 2011 jumlah *muzakki* Rumah Zakat cabang Semarang sebanyak 2.197 *muzakki*.

#### 4.1.2 Karakteristik Responden

Penyajian data deskriptif penelitian bertujuan melihat profil dari data penelitian dan hubungan yang ada antar variabel dalam penelitian ini. Data deskriptif responden menggambarkan kondisi responden sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Karakteristik-karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri dari:

##### 1. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin *muzakki* Rumah Zakat Cabang Semarang dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

**Tabel 4.2****JENISKELAMIN**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid LAKI-LAKI	57	57.0	57.0	57.0
PEREMPUAN	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 16.00 (2011)

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa *muzakki* Rumah Zakat Cabang Semarang yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 57 orang, sedangkan perempuan 43 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar *muzakki* dalam penelitian ini adalah laki-laki.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

**Gambar. 4.2**



*Sumber: Data Primer yang diolah, 2011*

## 2. Umur Responden

Data umur responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu dari umur 17-19 tahun, 30-40 tahun dan lebih dari 40 tahun. Data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

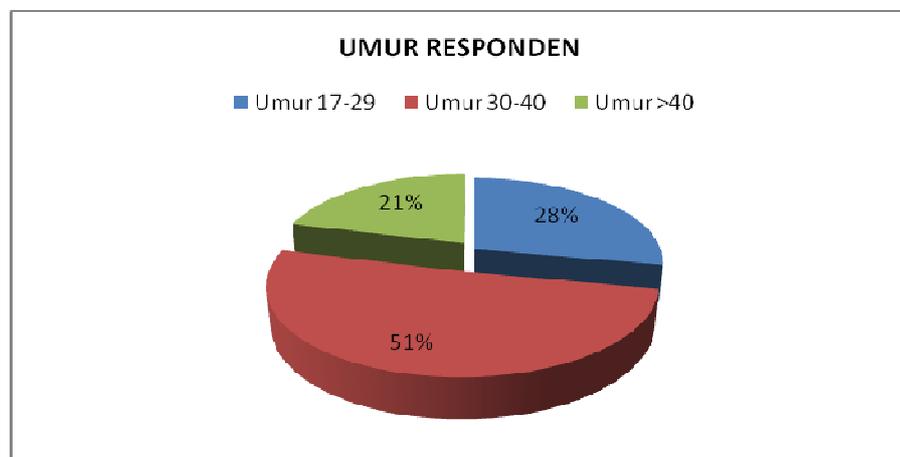
**Tabel 4.3****UMUR**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-29	28	28.0	28.0	28.0
	30-40	51	51.0	51.0	79.0
	>40	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 16.00 (2011)*

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa yang menjadi sampel dalam penelitian ini dari umur 17-29 tahun sebanyak 28 responden, umur 30-40 tahun sebanyak 51 responden, dan yang berumur >40 tahun sebanyak 21 responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar *muzzaki* Rumah Zakat Cabang Semarang berumur 30-40 tahun.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

**Gambar. 4.3**

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2011*

### 3. Pendidikan Responden

Data pendidikan responden penelitian dibagi menjadi empat kategori yaitu SD, SMP, SMA dan Sarjana. Data yang diambil dari responden dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

**Tabel 4.4**

**PENDIDIKAN**

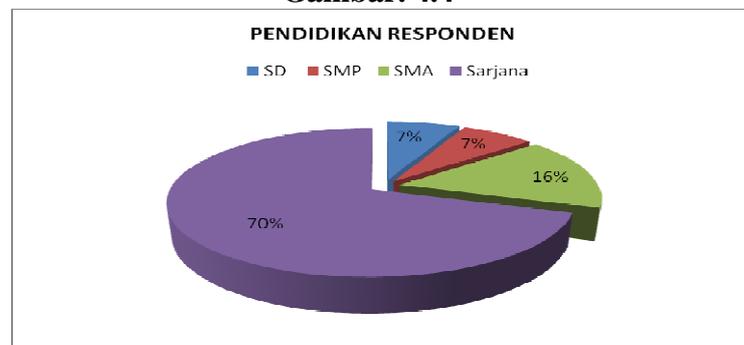
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	7	7.0	7.0	7.0
SMP	7	7.0	7.0	14.0
SMA	16	16.0	16.0	30.0
SARJANA	70	70.0	70.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

*Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 16.00 (2011)*

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan responden sebagian besar berpendidikan sarjana. Hal tersebut dapat dilihat bahwa yang berpendidikan SD sebanyak 7 responden, SMP 7 responden, SMA sebanyak 16 responden, sedangkan sarjana sebanyak 70 responden.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar jenis kelamin responden:

**Gambar. 4.4**



*Sumber: Data Primer yang diolah, 2011*

#### 4. Pekerjaan Responden

Data mengenai pekerjaan responden dalam penelitian ini, peneliti bagi menjadi empat kategori yaitu PNS, swasta, wirausaha dan lain-lain. Adapun data yang diperoleh sebagai berikut:

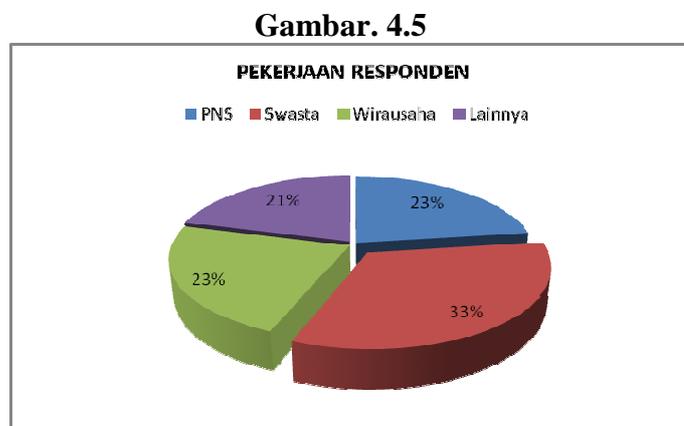
**Tabel 4.5**  
**PEKERJAAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	23	23.0	23.0	23.0
	SWASTA	33	33.0	33.0	56.0
	WIRUSAHA	23	23.0	23.0	79.0
	LAINNYA	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 16.00 (2011)*

Dari tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar pekerjaan *muzzaki* Rumah Zakat Cabang Semarang sebagai PNS sebanyak 23 responden, pegawai swasta sebanyak 33 responden, wirausaha sebanyak 23 responden dan lainnya 21 responden.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar pekerjaan responden:



*Sumber: Data Primer yang diolah, 2011*

## 4.2 Deskripsi Data Penelitian

### 4.2.1 Deskripsi Variabel-variabel Penelitian

Deskripsi variabel dalam penelitian ini terdiri dari kepercayaan, religiusitas dan pendapatan (independen) dan minat (dependen). Data variable-variabel tersebut diperoleh dari hasil penyebaran angket, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

**Tabel 4.6**

#### Hasil Skor Kuesioner Regresi

Variable	Item Pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Kepercayaan ( $X_1$ )	Pertanyaan 1	16	16%	78	78%	6	6%	0	0%	0	0%
	Pertanyaan 2	5	5%	83	83%	11	11%	1	1%	0	0%
	Pertanyaan 3	8	8%	67	67%	25	25%	0	0%	0	0%
	Pertanyaan 4	7	7%	87	87%	5	5%	1	1%	0	0%
	Pertanyaan 5	3	3%	69	69%	24	24%	4	4%	0	0%
	Pertanyaan 6	11	11%	89	89%	0	0%	0	0%	0	0%
	Pertanyaan 7	7	7%	87	87%	5	5%	1	1%	0	0%
Religiusitas ( $X_2$ )	Pertanyaan 8	6	6%	90	90%	3	3%	1	1%	0	0%
	Pertanyaan 9	12	12%	86	86%	2	2%	0	0%	0	0%
	Pertanyaan 10	3	3%	54	54%	27	27%	16	16%	0	0%
	Pertanyaan 11	1	1%	54	54%	25	25%	19	19%	1	1%
	Pertanyaan 12	2	2%	86	86%	6	6%	6	6%	0	0%
Pendapatan ( $X_3$ )	Pertanyaan 13	5	5%	81	81%	12	12%	2	2%	0	0%
Minat ( $Y$ )	Pertanyaan 14	6	6%	68	68%	26	26%	0	0%	0	0%
	Pertanyaan 15	4	4%	83	83%	13	13%	0	0%	0	0%
	Pertanyaan 16	5	5%	81	81%	12	12%	2	2%	0	0%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

#### 4.2.1.1 Variabel Kepercayaan

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan untuk variabel kepercayaan, item pertanyaan 1, 16% responden menyatakan sangat setuju, bahwa manajemen dana zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang dikelola secara terbuka/ transparan, 78% menyatakan setuju dan 6% menyatakan netral. Pada item pertanyaan 2, 5% responden menyatakan sangat setuju, bahwa Rumah Zakat Cabang Semarang sudah melaksanakan tugasnya secara profesional sebagai Lembaga Pengelola Zakat, 83% menyatakan setuju, 11% menyatakan netral dan 1% menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan 3, 8% responden menyatakan sangat setuju, bahwa Rumah Zakat Cabang Semarang bersikap jujur dalam memberikan segala informasi/ berita kepada *muzakki*, 67% menyatakan setuju dan 25% netral. Pada item pertanyaan 4, 7% responden menyatakan sangat setuju, bahwa Rumah Zakat Cabang Semarang melaksanakan tugasnya sesuai dengan visi misi dan perencanaan., 87% menyatakan setuju, 5% netral dan 1% menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan 5, 3% responden menyatakan sangat setuju, bahwa Rumah Zakat Cabang Semarang dapat memper-tanggungjawabkan kinerjanya, 69% menyatakan setuju, 24% netral dan 4% menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan 6, 11% responden menyatakan sangat setuju, bahwa Rumah Zakat Cabang Semarang memberikan layanan konsultasi

kepada *muzakki* maupun masyarakat luas, sedangkan 89% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 7, 7% responden menyatakan sangat setuju, bahwa Rumah Zakat Cabang Semarang menghormati dan menghargai semua pihak, 87% menyatakan setuju, 5% menyatakan netral dan 1% menyatakan tidak setuju.

#### **4.2.1.2 Variabel Religiusitas**

Untuk variabel religiusitas, item pertanyaan 8, 6% responden menyatakan sangat setuju, bahwa seorang pembayar zakat (*muzakki*) menunaikan zakat karena yakin/ percaya bahwa orang yang bersedekah hartanya akan dilipatgandakan, 90% menyatakan setuju, 3% menyatakan netral dan 1% tidak setuju. Pada item pertanyaan 9, 12% responden menyatakan sangat setuju, bahwa *muzakki* menunaikan zakat karena ingin mengamalkan salah satu rukun Islam, 86% menyatakan setuju dan 2% menyatakan netral. Pada item pertanyaan 10, 3% responden menyatakan sangat setuju, bahwa motivasi lain seorang *muzakki* menunaikan zakat adalah sebagai perwujudan rasa syukur atas segala nikmat yang telah dikaruniakan Allah SWT, 54% menyatakan setuju, 27% netral dan 16% menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan 11, 1% responden menyatakan sangat setuju, bahwa *muzakki* menunaikan zakat karena mengetahui bahwa zakat merupakan kewajiban umat islam, 54% menyatakan setuju, 25% netral 19% menyatakan tidak setuju dan 1% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item

pertanyaan 12, 2% responden menyatakan sangat setuju, bahwa *muzakki* menunaikan zakat sebagai bentuk konsekuensi seorang muslim atas rizqi yang telah mencapai *nishab.*, 86% menyatakan setuju, 6% netral dan 6% menyatakan tidak setuju.

#### **4.2.1.3 Variabel Pendapatan**

Untuk variabel pendapatan, item pertanyaan 13, 5% responden menyatakan sangat setuju, bahwa *muzakki* menunaikan zakat karena dipengaruhi oleh tingkat pendapatan (semakin banyak pendapatan maka semakin kuat keinginan untuk membayar zakat), 81% menyatakan setuju, 12% netral dan 2% tidak setuju.

#### **4.2.1.4 Variabel Minat**

Untuk variabel minat, item pertanyaan 14, 6% responden menyatakan sangat setuju, bahwa *muzakki* menunaikan zakat di Rumah Zakat cabang Semarang karena keinginan diri sendiri, 68% menyatakan setuju dan 26% menyatakan netral. Pada item pertanyaan 15, 4% responden menyatakan sangat setuju, bahwa *muzakki* menunaikan zakat di Rumah Zakat cabang Semarang karena adanya motif sosial, 83% menyatakan setuju dan 13% menyatakan netral. Pada item pertanyaan 16, 5% responden menyatakan sangat setuju, bahwa *muzakki* menunaikan zakat di Rumah Zakat cabang Semarang karena memiliki hubungan emosional, 81% menyatakan setuju, 12% menyatakan netral dan 2% menyatakan tidak setuju.

### 4.3 Analisis Data

#### 4.3.1 Analisis Faktor

Adalah sebuah teknik statistik yang digunakan untuk menentukan beberapa dimensi yang mendasari sekumpulan variabel yang saling berkaitan. Tujuan umum dari analisis faktor adalah untuk meringkas kandungan isi informasi variabel dalam jumlah yang besar menjadi jumlah yang lebih kecil.

**Tabel 4.7**

#### Analisis Faktor

	Initial	Extraction
KEPERCAYAAN	1.000	.431
RELIGIUSITAS	1.000	.377
PENDAPATAN	1.000	.622
MINAT	1.000	.811

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: *Pengolahan Data SPSS Versi 16.00 (2011)*

Analisis faktor komponen untuk kepercayaan sebesar 0,431, religiusitas sebesar 0,377, pendapatan sebesar 0,622 dan minat sebesar 0,811.

#### 4.3.2 Uji Validitas

**Tabel 4.8**

#### Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Corrected item-total correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Kepercayaan ( $X_1$ )	1	0,448	0,195	Valid
	2	0,490	0,195	Valid

	3	0,755	0,195	Valid
	4	0,776	0,195	Valid
	5	0,523	0,195	Valid
	6	0,645	0,195	Valid
	7	0,776	0,195	Valid
Religiusitas (X <sub>2</sub> )	8	0,516	0,195	Valid
	9	0,325	0,195	Valid
	10	0,764	0,195	Valid
	11	0,767	0,195	Valid
	12	0,549	0,195	Valid
Pendapatan (X <sub>3</sub> )	13	1,000	0,195	Valid
Minat (Y)	14	0,629	0,195	Valid
	15	0,525	0,195	Valid
	16	0,673	0,195	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 16.00 (2011)

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat dilihat bahwa nilai  $r$  hitung >  $r_{tabel}$  (0,195) pada  $\alpha = 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel akses valid.

### 4.3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *crnbach alpha* lebih dari 0,06 ( $\alpha$

> 0,06). Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Reliability Coefficients</i>	<i>Alpha Cronbach's</i>	Keterangan
X <sub>1</sub>	8 Item	0,748	Reliable
X <sub>2</sub>	6 Item	0,735	Reliable
X <sub>3</sub>	2 Item	1,000	Reliable
Y	4 Item	0,702	Reliable

*Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 16.00 (2011)*

Dari tabel 4.9 di atas terlihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,195 ( $\alpha > 0,195$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> dan Y adalah reliabel.

#### 4.3.4 Analisis Regresi

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu kepercayaan, religiusitas dan pendapatan terhadap variabel dependen yaitu minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang maka digunakan uji linier berganda dengan persamaan regresi sebagai berikut :

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

**Tabel 4.10****Analisi Regresi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.672	.915		2.920	.004
KEPERCAYAAN	.104	.031	.233	3.323	.001
RELIGIUSITAS	.128	.033	.271	3.945	.000
PENDAPATAN	.941	.127	.526	7.430	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 16.00 (2011)

Dari tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa  $\alpha$  atau konstanta sebesar 2,672 artinya ketiga variabel yaitu kepercayaan, religiusitas dan pendapatan mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel minat sebesar 2,672, koefisien regresi variabel kepercayaan atau  $X_1$  sebesar 0,104. Koefisien regresi variabel religiusitas atau  $X_2$  sebesar 0,128, dan koefisien regresi variabel pendapatan atau  $X_3$  sebesar 0,941. Dengan demikian model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,672 + 0,104X_1 + 0,128X_2 + 0,941X_3 + e$$

Dimana:

$Y$  = variabel dependen (minat)

$X_1$  = variabel independen (kepercayaan)

$X_2$  = variabel independen (religiusitas)

$X_3$  = variabel independen (pendapatan)

Hasil analisis dengan menggunakan program SPSS versi 16.00 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang

Hasil uji empiris pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang menunjukkan nilai t hitung 3,323 dan p value (sig) sebesar 0,001 dibawah alpha 5%. Artinya bahwa artinya kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang. Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel kepercayaan menunjukkan angka sebesar 0,104, artinya bahwa besaran koefisien kepercayaan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang 10,4%.

b. Pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang

Hasil uji empiris pengaruh pendapatan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang menunjukkan nilai t hitung 3,945 dan p value (sig) sebesar 0,000 dibawah alpha 5%. Artinya bahwa artinya religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang. Nilai beta dalam *unstandardized coefficients* variabel religiusitas menunjukkan angka sebesar 0,128, artinya bahwa besaran koefisien religiusitas terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang 12,8%.

c. Pengaruh pendapatan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang

Hasil uji empiris pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang menunjukkan nilai t hitung 7,430 dan p value (sig) sebesar 0,001 dibawah alpha 5%. Artinya bahwa artinya pendapatan berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang. Nilai beta dalam *unstandardized coefficients* variabel pendapatan menunjukkan angka sebesar 0,941, artinya bahwa besaran koefisien pendapatan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat cabang Semarang 94,1%.

#### 4.3.5 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, pengujian dilakukan dengan menggunakan:

1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**Tabel 4.11**  
**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.766 <sup>a</sup>	.587	.574	.57182	1.942

a. Predictors: (Constant), PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN

b. Dependent Variable: MINAT

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 16.00 (2011)

Dari tabel 4.11 di atas dapat diketahui :

- a)  $R = 0,766$  berarti kemampuan menjelaskan variabel kepercayaan, religiusitas dan pendapatan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang baik karena nilai mendekati satu.
- b) *Adjusted R Square* 0,574 berarti 57,4% faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang dapat dijelaskan oleh faktor kepercayaan, religiusitas dan pendapatan. Sedangkan 42,6% ( $100\% - 57,4\%$ ) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

## 2. Uji t

Uji statistik t digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen (kepercayaan, religiusitas, pendapatan) terhadap variabel dependen (minat). Dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha :  $b \neq 0$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Ho diterima, apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$

Ha diterima, apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$

Hasil uji statistik t dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.12**

**Hasil uji t test**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.672	.915		2.920	.004
	KEPERCAYAAN	.104	.031	.233	3.323	.001
	RELIGIUSITAS	.128	.033	.271	3.945	.000
	PENDAPATAN	.941	.127	.526	7.430	.000

*a Dependent Variable: MINAT*

*Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 16.00 (2011)*

Dari tabel 4.12 di atas dapat diketahui :

a. Uji t variabel kepercayaan

Besarnya nilai t hitung variabel kepercayaan adalah 3,323 dan signifikan pada 0,001 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang karena nilai signifikan dibawah 0.05.

b. Uji t variabel religiusitas

Diketahui besarnya nilai t hitung variabel religiusitas adalah 3,945 dan signifikan pada 0.000 maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang karena nilai signifikannya dibawah 0.05.

c. Uji t variabel pendapatan

Diketahui bahwa besarnya nilai t hitung variabel pendapatan adalah 7,430 dan signifikan pada 0.000 maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang karena nilai signifikannya dibawah 0.05.

3. Uji F

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Melalui uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut :

$$H_0 : b_1=b_2=b_3=0$$

Artinya secara bersama-sama atau simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha :  $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$

Artinya secara bersama-sama atau simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusannya yaitu :

Ho diterima, apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$

Ha diterima, apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$

**Tabel 4.13**  
**Hasil uji ANOVA atau F test**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	44.610	3	14.870	45.477	.000 <sup>a</sup>
Residual	31.390	96	.327		
Total	76.000	99			

a. Predictors: (Constant), PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN

b. Dependent Variable: MINAT

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 16.00 (2011)

Dari tabel 4.13 di atas dapat diketahui bahwa dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 45,477 dan signifikan pada  $0,000 <$  dari  $\alpha = 0.05$  maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen kepercayaan, religiusitas dan pendapatan secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang.

#### 4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

- a. Hipotesis pertama yang menyatakan variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat cabang Semarang dapat diterima. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,104 dengan tingkat signifikansi 0,001 (lebih kecil dari 0,05). Kepercayaan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dan dipertahankan oleh sebuah lembaga pengelola zakat. Semakin masyarakat percaya terhadap lembaga pengelola zakat, maka masyarakat akan semakin menunjukkan minat untuk membayarkan zakat di lembaga pengelola zakat tersebut. Secara empiris dilapangan, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Rumah Zakat relatif tinggi, sehingga minat masyarakat untuk membayar di Rumah Zakat meningkat. Maka dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat cabang Semarang. Ini ditunjukkan dengan hasil jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

Pada item pertanyaan 1, 16% responden menyatakan sangat setuju, bahwa manajemen dana zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang dikelola secara terbuka/ transparan dan 78% menyatakan setuju. Hal tersebut dikarenakan adanya keterbukaan yang dilakukan oleh Rumah Zakat cabang Semarang dalam mengelola dana zakat, sehingga masyarakat dapat melihat dan mengontrol setiap pendistribusian zakat yang telah dikeluarkannya. Pada

item pertanyaan 2, 5% responden menyatakan sangat setuju, bahwa Rumah Zakat cabang Semarang sudah melaksanakan tugasnya secara profesional sebagai Lembaga Pengelola Zakat dan 83% menyatakan setuju. Hal tersebut dikarenakan masyarakat beranggapan bahwa Rumah Zakat cabang Semarang selama ini mampu mendayagunakan dana zakat secara optimal. Pada item pertanyaan 3, 8% responden menyatakan sangat setuju, bahwa Rumah Zakat Cabang Semarang bersikap jujur dalam memberikan segala informasi/ berita kepada *muzakki* dan 67% menyatakan setuju. Hal tersebut dikarenakan masyarakat beranggapan bahwa informasi yang diberikan oleh Rumah Zakat cabang Semarang sesuai dengan kenyataan yang ada. Pada item pertanyaan 4, 7% responden menyatakan sangat setuju, bahwa Rumah Zakat Cabang Semarang melaksanakan tugasnya sesuai dengan visi misi dan perencanaan. 87% menyatakan setuju, 5% menyatakan netral dan 1% menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan 5, 3% responden menyatakan sangat setuju, bahwa Rumah Zakat Cabang Semarang dapat memper-tanggungjawabkan kinerjanya, 69% menyatakan setuju, 24% menyatakan netral dan 4% menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan 6, 11% responden menyatakan sangat setuju, bahwa Rumah Zakat Cabang Semarang memberikan layanan konsultasi kepada *muzakki* maupun masyarakat luas, sedangkan 89% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 7, 7% responden menyatakan sangat setuju, bahwa Rumah Zakat Cabang Semarang menghormati dan menghargai semua pihak, 87% menyatakan setuju, 5% menyatakan netral dan 1% menyatakan tidak setuju.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel kepercayaan dari masing-masing item pertanyaan sebagian besar dijawab setuju dan sangat setuju. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesa satu yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara kepercayaan dengan minat masyarakat ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,104 dengan tingkat signifikansi 0,001 (lebih kecil dari 0,05), sehingga pada akhirnya kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 100 responden yang tercatat di Rumah Zakat Cabang Semarang adanya bukti untuk menolak  $H_0$  bahwa kepercayaan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat. Dan menerima  $H_1$  bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel kepercayaan terhadap variabel minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang.

- b. Hipotesis kedua menyatakan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat cabang Semarang dapat diterima. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,128 dengan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Tingkat religiusitas berperan penting dalam mendorong minat seseorang untuk membayar zakat. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka semakin tinggi pula tingkat kesadaran seseorang untuk membayar zakat. Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti religiusitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat cabang Semarang. Hasil

penelitian uji pengaruh variabel religiusitas terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat cabang Semarang tercermin dalam jawaban responden mengenai item pertanyaan 8 sampai dengan pertanyaan 12 yang telah dijawab. Pada item pertanyaan 8, 6% responden menyatakan sangat setuju, bahwa seorang pembayar zakat (*muzakki*) menunaikan zakat karena yakin/ percaya bahwa orang yang bersedekah hartanya akan dilipatgandakan, 90% menyatakan setuju, 3% menyatakan netral dan 1% tidak setuju. Pada item pertanyaan 9, 12% responden menyatakan sangat setuju, bahwa *muzakki* menunaikan zakat karena ingin mengamalkan salah satu rukun Islam, 86% menyatakan setuju dan 2% menyatakan netral. Pada item pertanyaan 10, 3% responden menyatakan sangat setuju, bahwa motivasi lain seorang *muzakki* menunaikan zakat adalah sebagai perwujudan rasa syukur atas segala nikmat yang telah dikaruniakan Allah SWT, 54% menyatakan setuju, 27% menyatakan netral dan 16% menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan 11, 1% responden menyatakan sangat setuju, bahwa *muzakki* menunaikan zakat karena mengetahui bahwa zakat merupakan kewajiban umat islam, 54% menyatakan setuju, 25% menyatakan netralm 19% menyatakan tidak setuju dan 1% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 12, 2% responden menyatakan sangat setuju, bahwa *muzakki* menunaikan zakat sebagai bentuk konsekuensi seorang muslim atas rizqi yang telah mencapai *nishab.*, 86% menyatakan setuju, 6% menyatakan netral dan 6% menyatakan tidak setuju.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel religiusitas dari masing-masing item pertanyaan sebagian besar dijawab setuju dan sangat setuju. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesa kedua yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara religiusitas dengan minat masyarakat ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,128 dengan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05), sehingga pada akhirnya religiusitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 100 responden yang tercatat di Rumah Zakat Cabang Semarang adanya bukti untuk menolak  $H_0$  bahwa religiusitas tidak mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat. Dan menerima  $H_2$  bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel religiusitas terhadap variabel minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang.

- c. Hipotesis ketiga menyatakan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat cabang Semarang dapat diterima. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,941 dengan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Tingkat pendapatan masyarakat mempunyai andil besar dalam pengambilan keputusan masyarakat untuk mengeluarkan zakat dalam batas *nishabnya*. Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti pendapatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat cabang Semarang. Hasil penelitian uji pengaruh variabel pendapatan terhadap minat masyarakat

membayar zakat di Rumah Zakat cabang Semarang tercermin dalam jawaban responden mengenai item pertanyaan 13 yang telah dijawab. Pada item pertanyaan 13, 5% responden menyatakan sangat setuju, bahwa *muzakki* menunaikan zakat karena dipengaruhi oleh tingkat pendapatan (semakin banyak pendapatan maka semakin kuat keinginan untuk membayar zakat), 81% menyatakan setuju, 12% menyatakan netral dan hanya 2% yang menyatakan tidak setuju.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel pendapatan dari item pertanyaan sebagian besar dijawab setuju dan sangat setuju. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesa ketiga yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara pendapatan dengan minat masyarakat ditunjukkan koefisien regresi sebesar 0,941 dengan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Sehingga pada akhirnya pendapatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 100 responden yang tercatat di Rumah Zakat Cabang Semarang adanya bukti untuk menolak  $H_0$  bahwa pendapatan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat. Dan menerima  $H_3$  bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel pendapatan terhadap variabel minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang.

- d. Hipotesis keempat menyatakan bahwa variabel independen kepercayaan, religiusitas dan pendapatan secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi

variabel dependen yaitu minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang. Hal ini ditunjukkan dengan hasil dari uji ANOVA atau F test. Didapat F hitung sebesar 45.477 sedangkan tingkat probabilitas 0,000 (signifikansi). Dengan melihat asumsi di atas, maka probabilitas lebih kecil daripada 0,05 dan F hitung lebih besar daripada F tabel artinya  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_4$ . Berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat masyarakat atau dapat dikatakan dan disimpulkan bahwa variabel independen kepercayaan, religiusitas dan pendapatan secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang.

- e. Dalam penelitian ini hasil analisis regresi linear berganda (*linear multiple regression*) yang terdapat dalam tabel diketahui bahwa koefisien determinasi (*coefficient of determination*) yang dinotasikan dengan Adjust R Square adalah 0,574 atau 57,4%. Hal ini berarti sebesar 57,4% kemampuan model regresi dari penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya sebesar 57,4% variasi minat masyarakat bisa dijelaskan oleh variasi dari variabel kepercayaan, religiusitas dan pendapatan. Berarti sangat besar sekali kemampuan variabel kepercayaan, religiusitas dan pendapatan dalam menerangkan variabel minat masyarakat. Sedangkan sisanya 42,6% (100%-57,4%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.