

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS MUZAKKI LAZISMU  
KABUPATEN KENDAL**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Jurusan Manajemen Dakwah (MD)



Oleh:

ARY SUSANTO

1801036134

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**SEMARANG**

**2023**

## NOTA PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Prof. Dr. Hamka KM.2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan Telp. (024) 7506405  
Semarang 50185 website: fakfakom.walisongo.ac.id email: fakdakom.uinws@gmail.com

---

### NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (Lima) eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
UIN Walisongo Semarang  
Di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara :

Nama : Ary Susanto  
NIM : 1801036134  
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 1 Desember 2023

Pembimbing,

**Dr. Saerozi, S.Ag., MPd.**

NIP. 197106051998031004

## PERNYATAAN

### PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ary Susanto

NIM : 1801036134

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS MUZAKKI LAZISMU  
KABUPATEN KENDAL

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Semarang, 5 Desember 2023

Yang menyatakan,



Ary Susanto

1801036134

## LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185  
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : [www.fakdakom.walisongo.ac.id](http://www.fakdakom.walisongo.ac.id)

### PENGESAHAN SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki LAZISMU  
Kabupaten Kendal**

Oleh :

Ary Susanto

1801036134

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 20 Desember 2023 dan dinyatakan  
**LULUS** memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I

**Dedy Susanto, S.Sos.I. M.S.I.**  
NIP: 198105142007101001

Sekretaris/Penguji II

**Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd.**  
NIP : 197106051998031004

Penguji III

**Drs. H. Nurbini, M.S.I.**  
NIP: 196809181993031004

Penguji IV

**Ariana Suryorini, S.E., M. MSI.**  
NIP : 197709302005012002

Mengetahui,  
Pembimbing

**Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd.**  
NIP : 197106051998031004

Disahkan oleh  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Pada tanggal, 29 Desember 2023



**Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.**  
NIP : 197204102001121003

### **BERITA ACARA UJIAN**

Nama	Ary Susanto
NIM	1801036134
Program Studi	Manajemen Dakwah
Judul Skripsi	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal
Hari, Tanggal Ujian	Rabu, 20 Desember 2023
Waktu Ujian	08.00-09.00
Tempat Ujian	Ruang Sidang Utama FDK
Pembimbing	Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd.
Ketua Sidang	Dedy Susanto, S.Sos.I., M.S.I
Sekretaris Sidang	Dr. Saerozi S.Ag., M.Pd.
Penguji I	Drs. H. Nurbini, M.S.I.
Penguji II	Hj. Ariana Suryorini, SE., M.MSI.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada kita. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW. Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal”** guna memenuhi dan melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos).

Penulis menyadari dalam penyusunan dan pengerjaan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nizar M.Ag. Plt Rektor UIN Walisongo Semarang beserta staf dan jajarannya.
2. Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang juga seluruh dosen dan stafnya
3. Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd dan Dedy Susanto, S.Sos.I, M.S.I. selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Manajemen Dakwah UIN Walisongo Semarang.
4. Usfiyatul Marfu'ah M.S.I selaku wali dosen selama perkuliahan.
5. Dr. Saerozi, S.Ag, M.Pd selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing dengan kesabaran dan keikhlasan dalam pengerjaan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah mengarahkan, mendidik, membimbing, dan membagi ilmunya kepada penulis selama menuntut ilmu di UIN Walisongo Semarang.
7. Kepada orang tua yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Kakak dan keponakan penulis yang selalu menghibur.

9. LAZISMU Kabupaten Kendal yang sudah berkenan untuk dijadikan tempat penelitian..
10. Para muzakki yang bersedia menjadi responden dan sudah meluangkan waktunya.
11. Keluarga MD-D18 yang telah memberikan dukungan, semangat serta memberikan saran dalam menyelesaikan penulisan skripsi
12. Semua pihak yang sudah membantu dalam proses menyelesaikan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu diperlukan kritik dan saran yang membangun. Akhirnya, hanya kepada Allah penulis berdoa semoga bermanfaat dari hasil Skripsi ini, Aamiin Yarabbal Aalamiin.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Semarang, 5 Desember 2023

Penulis,

Ary Susanto

## **PERSEMBAHAN**

Penulis persembahkan skripsi ini teruntuk:

1. Kedua orang tua penulis Bapak Kustono dan Ibu Mujiati yang selalu memberikan doa, dukungan serta semangat terhadap penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan menyusun skripsi.
2. Kakak penulis yaitu Mas Novendra Suaryanto dan Mbak Noviana yang selalu ada dan mendukung dalam pengerjaan skripsi, serta keponakan Rafisqy Evano Arkananta yang selalu menghibur.
3. Keluarga MD D 18 yang sudah menemani dan menjadi teman selama perkuliahan.



## MOTTO

حَوْلِكَ مِنْ لَانْفِضُوا الْقُلُوبِ غَلِيظًا فَظًّا كُنْتَ وَلَوْ لَهُمْ لِنْتَ اللَّهُ مِنْ رَحْمَةٍ فِيمَا  
اللَّهُ عَلَى فَتَوَكَّلْ عَزَمْتَ فَإِذَا الْأَمْرَ فِي وَشَاوَرُوا هُمْ لَهُمْ وَاسْتَغْفِرُوا عَنْهُمْ فَاعْفُ  
○ الْمُتَوَكِّلِينَ يُحِبُّ اللَّهُ إِنَّ

*Artinya: “Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.” (Q.S. Al-Imran ayat 159)*

## ABSTRAK

Ary Susanto, 1801036134, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal”.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui dan menganalisis ada tidaknya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal, 2) mengetahui dan menganalisis ada tidaknya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal, 3) mengetahui dan menganalisis ada tidaknya pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dengan pendekatan survey, untuk mendapatkan data peneliti menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Pada teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, angket/kuesioner yang disebarakan pada sampel yang sudah ditentukan dan dokumentasi. Peneliti menganalisis data dengan beberapa analisis yaitu, analisis statistik deskriptif, analisis uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), analisis uji hipotesis (uji T, uji F, koefisien determinan, dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada uji t hitung untuk kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan (Y1) sebesar 15,169. Diperoleh untuk nilai t tabel adalah 1,664 dari hasil ini dapat di analisis bahwa t hitung > t tabel. selain itu nilai Sig. dari tabel diatas juga menunjukkan lebih kecil dari 0,05 ini berarti variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan (Y1), hasil nilai F adalah 233,150 dengan tingkat signifikansi 0,000 jadi nilai sig. nya lebih kecil dari 0,05 yang dinyatakan kualitas pelayanan (X) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas (Y2), untuk nilai R Square sebesar 0,694 atau 69,4% artinya variasi loyalitas yang dapat diterangkan oleh variabel kepuasan sebesar 69,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Dapat dilihat juga bahwa nilai R sebesar 0,833 yang artinya antara variabel Y1 dan Y2 memiliki pengaruh yang sangat kuat.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan, loyalitas, muzakki

## DAFTAR ISI

<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Tinjauan Pustaka .....	10
F. Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II MUZAKKI, KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN, DAN LOYALITAS.....</b>	<b>15</b>
A. Muzakki.....	15
1. Pengertian Muzakki .....	15
2. Karakteristik Muzakki.....	16
B. Kualitas Pelayanan .....	17
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17
2. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan .....	18
3. Indikator Kualitas Pelayanan .....	20
4. Hal-hal Yang Harus Diperhatikan Dalam Memberikan Pelayanan	21

C. Kepuasan.....	22
1. Pengertian Kepuasan.....	22
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan.....	23
3. Indikator Kepuasan .....	25
D. Loyalitas.....	25
1. Pengertian Loyalitas.....	25
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas .....	26
3. Indikator Loyalitas .....	27
E. Model Konseptual .....	28
F. Hipotesis.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
B. Definisi Operasional.....	29
C. Sumber dan Jenis Data .....	30
D. Populasi dan Sampel .....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Validitas dan Reliabilitas .....	35
G. Teknik Analisis Data.....	36
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LAZISMU KABUPATEN KENDAL.....</b>	<b>41</b>
A. Profil LAZISMU Kabupaten Kendal .....	41
1. Sejarah dan Latar Belakang .....	41
2. Visi, Misi, Nilai-nilai Operasional .....	42
3. Fungsi dan Tujuan.....	43
4. Landasan Yuridis .....	43
5. Susunan Organisasi .....	44
B. Program Kerja .....	48
1. Pilar Pendidikan .....	48
2. Pilar Kesehatan.....	49
3. Pilar Ekonomi .....	50
4. Pilar Dakwah.....	50

5. Pilar Sosial Kemanusiaan.....	51
6. Program Rutin .....	51
<b>BAB V PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
A. Paparan Data .....	53
1. Analisis Deskriptif .....	53
2. Uji Instrumen .....	61
3. Uji Asumsi Klasik .....	63
4. Uji Hipotesis .....	67
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	73
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	7
Tabel 3.1.....	34
Tabel 3.2.....	35
Tabel 5.1.....	53
Tabel 5.2.....	54
Tabel 5.3.....	55
Tabel 5.4.....	56
Tabel 5.5.....	58
Tabel 5.6.....	59
Tabel 5.7.....	60
Tabel 5.8.....	61
Tabel 5.9.....	62
Tabel 5.10.....	63
Tabel 5.11.....	63
Tabel 5.12.....	64
Tabel 5.13.....	65
Tabel 5.14.....	65
Tabel 5.15.....	65
Tabel 5.16.....	68
Tabel 5.17.....	68
Tabel 5.18.....	68
Tabel 5.19.....	69
Tabel 5.20.....	69
Tabel 5.21.....	70
Tabel 5.22.....	70
Tabel 5.23.....	71
Tabel 5.24.....	71
Tabel 5.25.....	72
Tabel 5.26.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 .....	44
Gambar 5.1 .....	64
Gambar 5.2.....	64
Gambar 5.3.....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 .....	83
Lampiran 1.2 .....	84
Lampiran 1.3 .....	88
Lampiran 1.4 .....	89
Lampiran 1.5 .....	92
Lampiran 1.6 .....	95



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Salah satu aspek penting dalam Islam adalah dakwah, karena Islam bukan hanya agama tetapi juga dakwah (*al-Islam huwa al-din wa al-da'wah*).<sup>1</sup> Dakwah dapat diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan untuk menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam sebagai realisasi *amar ma'ruf nahi munkar* baik melalui lisan, tulisan, maupun perbuatan.<sup>2</sup> Berbicara masalah posisi dakwah dalam kehidupan sekarang merupakan hal yang penting, karena permasalahan yang ada di masyarakat semakin kompleks. Untuk itu perlu upaya dan konsep dalam menempatkan dakwah agar dapat diterima oleh semua kalangan. Selain itu untuk menghadirkan Islam sebagai *manhaj* atau aturan yang dapat menyelesaikan problematika kehidupan masyarakat.<sup>3</sup>

Islam mengajarkan kepada setiap pemeluknya agar di dalam kehidupannya untuk menjaga keseimbangan, keserasian, dan juga keharmonisan di dalam berbagai bentuk aspek kehidupan. Hal tersebut termasuk ke dalam berbagai aspek seperti aspek jasmani, rohani, material, spiritual, individual, sosial serta aspek dunia dan ukhrawi. Keseimbangan, keserasian dan keharmonisan yang harus dijaga tersebut tidak lain adalah dalam rangka untuk menciptakan kebahagiaan dan juga kesejahteraan dalam kehidupan manusia. Secara khususnya, bentuk keseimbangan ini adalah hubungan manusia terhadap Allah dan terhadap sesama manusia. Dalam hal ini sebagai suatu ibadah yang berdimensi sosial dan harus

---

<sup>1</sup> Safrodin, "Uslub Al-Da'wah dalam Penafsiran Al-Qur'an: Sebuah Upaya Rekonstruksi", *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 39 No. 1 (2019), hal. 58.

<sup>2</sup> Dedy Susanto, "Manajemen Pengembangan Sumber Daya Santri Berbasis Teknologi Tepat Guna Di Pondok Pesantren (Perspektif Dakwah)", *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 37 No. 2 (2017), hal. 254.

<sup>3</sup> Usfiyatul Marfu'ah, "Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural", *Islamic Communication Journal*, Vol. 2 No. 2 (2017), hal. 150

dijaga dalam rangka menyeimbangkan hubungan terhadap sesama manusia yaitu penunaian kewajiban membayar zakat.<sup>4</sup>

Zakat merupakan rukun Islam yang ketiga dan menjadi salah satu kewajiban yang harus ditunaikan oleh umat Islam. Sebagaimana firman Allah dalam surah At-Taubah ayat 103:

لَّهُمْ سَكَنٌ صَلَوَاتِكَ إِنَّ صَلَاتَهُمْ وَصَلَّ بِهَا وَتُزَكِّيهِمْ تُطَهِّرُهُمْ صَدَقَةً أَمْوَالِهِمْ مِنْ حُدِّ  
عَلَيْهِمْ سَمِيعٌ لِلَّهِ أَوْ

*Artinya “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”.*<sup>5</sup>

Kewajiban zakat memiliki arti penting dalam ajaran Islam. Zakat merupakan sejumlah harta yang wajib dibayarkan ketika telah memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan dan disalurkan kepada orang yang berhak menerimanya. Zakat dapat berperan sebagai upaya mengentaskan kemiskinan atau dapat menstabilkan perekonomian masyarakat. Oleh karena itu, hendaknya zakat harus dibayar oleh semua masyarakat apabila harta yang telah diperoleh telah mencapai nishabnya, sehingga nilai-nilai agama dan sosial dapat tercerminkan dengan baik.

Zakat akan lebih efektif jika disalurkan melalui lembaga zakat. Dari tahun ke tahun, jumlah lembaga zakat yang ada di Indonesia semakin bertambah. Banyaknya lembaga zakat tidak menimbulkan persaingan namun memberikan pilihan kepada masyarakat dalam menyalurkan zakatnya sehingga setiap lembaga akan berusaha menunjukkan program dan kinerja yang optimal dalam pengelolaan zakat. Lembaga zakat juga akan berusaha menjaga kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakatnya sehingga tidak berpindah ke lembaga zakat lain atau menyalurkannya secara langsung kepada penerima zakat, serta menjaga muzakki

<sup>4</sup> Husni Fuaddi, “Zakat Profesi Dalam Tinjauan Ekonomi Islam”, Jurnal Al-Amwal, Vol.6 No. 2. (2017), hal. 2.

<sup>5</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahannya. Cet 1, (Bandung: J-Art, 2004), hal. 203.

agar tetap loyal terhadap lembaga zakat yang bersangkutan. Oleh karena itu lembaga zakat harus memperhatikan sisi muzakki yang merupakan pihak yang akan memberikan dana zakatnya.

Pengelolaan zakat yang baik diharapkan mampu untuk mengatasi berbagai persoalan yang ada di masyarakat dan pada akhirnya dapat mewujudkan kesejahteraan semua masyarakat. Oleh karena itu, lembaga mempunyai peran dan wewenang yang sama untuk meningkatkan penerimaan zakat. Setiap potensi zakat yang ada diharapkan mampu terealisasi, sehingga pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Dalam pasal 5 (1) bahwa untuk melaksanakan pengelolaan zakat, pemerintah membentuk Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), masyarakat dapat membentuk Lembaga Amil Zakat (LAZ) untuk membantu BAZNAS dalam pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat, sesuai pasal 17 Undang-Undang tentang pengelolaan zakat. Lembaga Amil Zakat sebagai organisasi yang mengelola dana publik harus dapat memberikan citra baik dihadapan masyarakat.

Ada 8 faktor yang menjadi pertimbangan muzakki menyalurkan zakatnya yaitu faktor pelayanan, tempat, orang, distribusi, proses, motivasi, daya tanggap, dan atmosfer.<sup>6</sup> Ahmad Mukhlis dan Irfan Syauqi Beik, juga mengemukakan bahwa faktor dominan yang mempengaruhi keputusan membayar zakat disebabkan oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) bersifat transparan, profesional, memberi kemudahan dalam berzakat dan pelayanan yang memuaskan.<sup>7</sup> Faktor pelayanan menjadi salah faktor dominan yang menjadi pertimbangan muzakki dalam menyalurkan zakatnya melalui Lembaga Amil Zakat.

Kualitas sebuah layanan saat ini sangat penting bagi perkembangan sebuah lembaga zakat dalam peningkatan pendayagunaan dana zakat yang optimal. Untuk itu, pengelolaan lembaga zakat paling tidak harus mempunyai fasilitas yang

---

<sup>6</sup> Madziatul Churiyah dan Windi Wiradani, "Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Melalui Yayasan Amal Sosial Ash Shohwah Malang", *Memoderasi. Modernisasi*, Vol. 8 No. 3 (2012), hal. 238.

<sup>7</sup> Ahmad Mukhlis dan Irfan Syauqi Beik, "Analisis Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Membayar Zakat , Studi Kasus Kabupaten Bogor", *Jurnal al-Muzara'ah*, Vol. 1 No. 1 (2013), hal. 101.

memadai seperti ruangan yang ramah, peralatan administrasi yang lengkap dan lingkungan yang bersahabat atau sejuk agar para muzakki diharapkan semakin nyaman dengan lembaga zakat tersebut, diimbangi dengan pelayanan yang baik juga akan meningkatkan minat para muzakki sehingga muzakki akan merasa puas apabila semua proses pelayanan sesuai dengan yang diharapkan dan dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang optimal.<sup>8</sup>

Penyedia jasa akan selalu memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat mempertahankan pelanggan. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan atas usaha yang dijalankan itu haruslah berkualitas. Apabila muzakki mendapatkan pelayanan yang berkualitas atau sesuai yang diharapkan maka mereka akan merasakan kepuasan. Dengan demikian muzakki akan terus menerus membayarkan zakat melalui Lembaga Amil Zakat yang akan berdampak pada peningkatan penerimaan zakat.<sup>9</sup>

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan masyarakat dan berakhir pada persepsi masyarakat, dalam hal ini muzakki. Sehubungan dengan itu, citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa yang dalam hal ini Lembaga Amil Zakat, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi muzakki. *Service quality* diharapkan mampu memberikan kepuasan kepada muzaki dan menarik muzakki untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pembayaran zakat secara rutin terhadap jasa yang ditawarkan oleh Lembaga Amil Zakat.<sup>10</sup>

Kepuasan muzakki merupakan salah satu kunci dalam menciptakan loyalitas muzakki. Dalam membentuk kepuasan, LAZ perlu meningkatkan kualitas pelayanannya kepada muzakki. Pelayanan yang baik yang diberikan oleh LAZ akan membentuk persepsi dan harapan yang positif pada muzakki sehingga

---

<sup>8</sup> Tefur Rohman, Hendri Tanjung, Fahrudin Sukarno, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki Di Amil Zakat Daerah Kabupaten Cilacap", KASABA: Journal Of Islamic Economy, Vol. 10 No. 2 (2017), hal. 178.

<sup>9</sup> Diyah Safitri dan Ahmad Nurkhin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzaki Melalui Kepuasan Muzaki dan Kepercayaan Muzakki", EEAJ, Vol. 8 No. 2 (2019), hal. 504.

<sup>10</sup> Nurul Huda, *Zakat Perspektif Mikro-Makro*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 1993), hal. 168.

muzakki akan merasa puas dengan LAZ tersebut. Kualitas pelayanan yang baik ini membuat muzakki puas, karena harapan serta kebutuhan mereka telah terpenuhi.<sup>11</sup>

Philip Kotler dan A.B. Susanto, menyatakan bahwa pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja sesuai harapan, pelanggan puas, jika kinerja melebihi harapan, nasabah sangat puas, senang, dan gembira dan jika kinerja tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan tidak puas. Pada dasarnya tingkat kepuasan muzakki inilah yang harus menjadi tujuan setiap pemasaran.<sup>12</sup>

Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang amanah, bertanggung jawab dan memiliki kredibilitas, dapat menyebabkan masyarakat percaya dan menyalurkan zakatnya. Jika pelayanan yang diberikan juga memuaskan, masyarakat akan puas dan semakin percaya serta loyal dalam menyalurkan zakatnya melalui lembaga tersebut.<sup>13</sup> Lembaga Amil Zakat yang dapat memberikan pelayanan secara profesional dan sesuai dengan syariah akan memberikan nilai tambah bagi muzakki untuk menyalurkan dana zakatnya yang pada akhirnya akan menciptakan suatu loyalitas terhadap lembaga.

Dasar bagi loyalitas sejati terletak pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas layanan menjadi input utamanya. Pelanggan yang sangat puas atau bahkan menyenangi layanan cenderung menjadi pendukung loyal perusahaan.<sup>14</sup> Kualitas pelayanan yang baik akan memberi kesan yang positif pada benak muzakki karena telah terpenuhinya kebutuhan dan harapan muzakki. Sehingga pada saat kinerja dievaluasi oleh muzakki menghasilkan perasaan senang yang kemudian akan memiliki kecenderungan kembali membayar zakat pada tempat yang sama.

---

<sup>11</sup> Indah Yuliafitri dan Asma Nur Khoiriyah, "Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (studi pada LAZ Rumah Zakat)". *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 7 No. 2 (2016), hal. 207.

<sup>12</sup> Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi Pertama, (Jakarta: Salemba Empat, 1999), hal. 52.

<sup>13</sup> Sutomo, Mukhamad Najib, Setiadi Djohar, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (Laz) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki (Studi Kasus LAZ PKPU Yogyakarta)". *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3 No. 1 (2017), hal. 60.

<sup>14</sup> Wirtz Lovelock dan Mussry, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi (Perspektif Indonesia)*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hal. 91.

Kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat tercapainya kepuasan dan loyalitas muzaki dalam membayar zakatnya melalui Lembaga Amil Zakat yang berkompeten. Lembaga Amil Zakat yang memahami *service quality* akan menjadikannya sebagai salah satu alat untuk mengukur peningkatan kapasitas lembaga. Kepuasan dan loyalitas tersebut merupakan bukti adanya kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga Amil Zakat yang dapat memberikan efek domino dalam penghimpunan zakat serta percepatan pengentasan kemiskinan.

Bagi sebuah organisasi menyadari akan pentingnya mempertahankan pelanggan lebih utama daripada memfokuskan untuk mencari pelanggan baru. Kesadaran tersebut diwujudkan melalui perlakuan dan pengakuan organisasi bahwa konsumen adalah *partner* (teman kerja) dan sebagai konsekuensinya perusahaan harus memiliki komitmen jangka panjang yang kuat untuk mempertahankan hubungan dengan konsumen melalui kualitas pelayanan yang makin efektif dan efisien dan terus melakukan inovasi terhadap jasa yang ditawarkan.<sup>15</sup>

Menurut Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, persoalan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen kini semakin menjadi hal yang penting dan genting bagi perusahaan pelayanan. Sehingga dalam hal ini LAZISMU Kabupaten Kendal dituntut untuk mementingkan kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan muzakki dan menciptakan loyalitas muzakki.<sup>16</sup>

LAZISMU Kabupaten Kendal merupakan lembaga yang mengurus zakat, infaq, shodaqoh dan dana keumatan lainnya dilingkup Muhammadiyah Kabupaten Kendal, LAZISMU Kabupaten Kendal adalah lembaga amil zakat yang telah memiliki ijin resmi dari pemerintah pada tahun 2002 dengan menerima izin operasional dari Kementerian Agama Republik Indonesia dengan SK No 457/ 21 Nov 2002 sebagai LAZNAS. Namun seiring berlakunya UU No. 23 tahun 2011, PP No 14 tahun 2014 dan PMA No. 333 tahun 2015, LAZISMU kembali

---

<sup>15</sup> Yazid, 1999. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*, (Yogyakarta: Ekonesia, 1999), hal. 66.

<sup>16</sup> Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Pelayanan* Edisi Dua, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hal. 169.

dikukuhkan sebagai LAZNAS melalui SK Menteri 730 tahun 2016 tertanggal 14 Desember 2016.

LAZISMU Kabupaten Kendal berdiri sebagai institusi pengelolaan zakat ditingkat daerah dengan manajemen modern yang diharapkan dapat mengantarkan zakat menjadi bagian dari penyelesaian masalah (*problem solver*) atas kondisi masyarakat yang terus berkembang dengan budaya kerja amanah, profesional dan transparan serta berusaha mengembangkan diri untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk itu, LAZISMU Kabupaten Kendal harus melaksanakan kegiatan penghimpunan ZIS secara maksimal, karena merupakan kegiatan pengelolaan yang paling mendasar, pengumpulan dana sangat diperlukan untuk membiayai program dan kegiatan operasional sebuah lembaga zakat. Semua aktivitas dan faktor-faktor yang berkaitan dengan penghimpunan ZIS harus terencana, terorganisir, terkontrol, dan dievaluasi tingkat capaiannya. Berikut ini adalah hasil penghimpunan ZIS di LAZISMU Kabupaten Kendal pada tahun 2023:

Tabel 1.1

Bulan	Jumlah Penghimpunan
Januari	Rp. 344.865.921,-
Februari	Rp. 658.633.565,-
Maret	Rp. 450.273.771,-
April	Rp. 3.503.342.521,-
Mei	Rp. 1.009.025.733,-
Juni	Rp. 4.744.279.915,-
Juli	Rp. 1.717.856.063,-
Agustus	Rp. 1.279.584.343,-
September	Rp. 439.417.011,-
Oktober	Rp. 795.224.289,-
November	Rp. 1.006.901.039,-

(Sumber: LAZISMU Kabupaten Kendal)

Ada beberapa penghargaan yang diperoleh LAZISMU Kabupaten Kendal salah satunya yaitu opini Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) atas hasil pemeriksaan laporan keuangan dari Badan Pengurus LAZISMU Pimpinan Pusat Muhammadiyah pada tahun 2021. Di tahun yang sama juga LAZISMU Kabupaten Kendal juga memperoleh penghargaan sebagai LAZISMU Penghimpunan Tertinggi se-Jawa Tengah dan LAZISMU Donatur Tertinggi se-Jawa Tengah. Citra lembaga yang positif inilah nantinya mempunyai dampak terhadap persepsi publik dan manajemen lembaga. Salah satu contoh dari terbentuknya citra yang positif adalah masyarakat lebih mengenal baik terhadap lembaga yang bersangkutan, mulai dari produk atau jasa, Sumber Daya Manusia (SDM), lokasi dan pelayanannya.<sup>17</sup> Pada akhirnya masyarakat akan mempertimbangkan LAZISMU Kabupaten Kendal dalam menyalurkan zakatnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal*”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Adakah pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal?
2. Adakah pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal?
3. Adakah pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal.

---

<sup>17</sup> Fania Mutiara Savitri, dkk, “Urgensi Pengimplementasian Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Rangka Mengoptimalkan Kualitas Pelayanan Biro Umroh PT Ar-Rahman Tour Kendal”, Jurnal Manajemen Dan Pemasaran, Vol. 1 No. 2 (2023), hal. 65.



### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis ada tidaknya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis ada tidaknya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis ada tidaknya pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan untuk memperoleh manfaat dan kegunaan yang bisa diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana untuk memperluas wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal. Dan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan datang.

#### **2. Manfaat Praktis**

Bagi Lembaga Amil Zakat, sebagai bahan referensi bagi pihak amil di mana dapat memberikan sumbangsih secara nyata seperti masukan, saran pemikiran dan pandangan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya perbaikan maupun peningkatan kinerja fungsi pelayanan LAZISMU Kabupaten Kendal dimasa yang akan datang. Kemudian bagi masyarakat terutama pada penyedia jasa, dengan keterbatasan penelitian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan catatan dan gambaran bagi pihak-pihak yang bersangkutan yang ingin dijadikan acuan atau bahan evaluasi terutama untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

## E. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari kesamaan penulisan dan plagiasi antar penulis maka peneliti menulis beberapa penelitian terdahulu. Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan tinjauan pustaka adalah sebagai berikut :

Pertama, jurnal dengan judul “*Pengaruh Akuntabilitas, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Muzakki Terhadap Loyalitas Muzakki*” yang dilakukan oleh Jumriani 2021. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menjelaskan secara deskriptif akuntabilitas, kualitas pelayanan, kepercayaan muzakki dan loyalitas muzakki di LMI Surabaya, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh akuntabilitas terhadap loyalitas muzakki di LMI Surabaya, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki di LMI Surabaya, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan muzakki terhadap loyalitas muzakki di LMI Surabaya, dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel akuntabilitas, kualitas pelayanan, kepercayaan muzakki secara simultan terhadap loyalitas muzakki di LMI Surabaya. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Unit analisis dalam penelitian adalah dengan menggunakan responden para muzakki sebanyak 100 muzakki di wilayah Surabaya, dengan instrument penelitian menggunakan kuisisioner disebar di wilayah Surabaya, dan metode analisa data dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan dan secara parsial bahwa akuntabilitas berpengaruh terhadap loyalitas muzakki, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas muzakki, dan kepercayaan muzakki berpengaruh terhadap loyalitas muzakki. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan dan loyalitas muzakki. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu penulis menambahkan kepuasan muzakki sebagai variabel dependen (terikat).

Kedua, jurnal dengan judul “*Analisis Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat terhadap Loyalitas Muzaki*” yang dilakukan oleh Citra Permatasari, Nurul Huda 2022. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan lembaga amil zakat secara langsung terhadap loyalitas muzaki; serta peran

interaksi kualitas pelayanan lembaga amil zakat dan kepuasan muzaki sebagai moderating variable dalam mempengaruhi loyalitas muzaki, melalui penyebaran kuesioner terhadap 150 muzaki di Jabodetabek pada bulan November 2013, dengan metode analisis Structural Equation Model (SEM) program LISREL 8,5. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif variabel kualitas pelayanan secara langsung terhadap variabel loyalitas muzaki namun tidak signifikan; serta kualitas pelayanan memiliki peran yang tidak terlalu besar dengan mendukung kepuasan muzaki dalam mempengaruhi loyalitas muzaki. Sehingga peran interaksi kualitas pelayanan dan kepuasan muzaki sebagai moderating variable dalam mempengaruhi loyalitas muzaki cukup kecil. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan dan loyalitas muzakki. Perbedaannya penelitian ini menggunakan variabel kepuasan muzakki sebagai moderating variabel, sedangkan penulis menggunakan variabel kepuasan muzakki sebagai variabel dependen (terikat).

Ketiga, jurnal dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Donatur DI Lembaga Amil Zakat Muhammadiyah (LAZISMU) Kabupaten Mojokerto*" oleh Ahmad Abdan Syakuro, Khusnul Fikriyah 2020. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan donatur di LAZISMU Kabupaten Mojokerto. Penelitian kuantitatif dengan data menggunakan angket kuesioner dengan model tertutup. Analisis data menggunakan uji analisis regresi linier sederhana, uji parsial (uji t) uji asumsi klasik. Hasil penelitian adalah variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan donatur. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan dan kepuasan muzakki. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu penulis menambahkan loyalitas muzakki sebagai variabel dependen (terikat).

Keempat, jurnal dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzaki Melalui Kepuasan Muzaki dan Kepercayaan Muzakki*" oleh Diyah Safitri, Ahmad Nurkhin 2019. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki melalui kepuasan muzakki dan kepercayaan muzakki. Penelitian ini merupakan penelitian

kuantitatif. Populasi penelitian adalah muzakki Rumah Amal Lazis Unnes. Sampel penelitian sejumlah 42 muzaki ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi dan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas muzaki; (2) kepuasan muzaki tidak berpengaruh terhadap loyalitas muzaki; (3) kepercayaan muzaki berpengaruh terhadap loyalitas muzaki; (4) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan muzaki; (5) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan muzaki; (6) kepuasan muzaki tidak memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzaki; (7) kepercayaan muzaki memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzaki. Simpulan dari penelitian ini adalah terdapat peran kepercayaan muzaki dalam memediasi kualitas pelayanan, dan kepuasan muzaki tidak memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzaki. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan dan loyalitas muzakki. Perbedaannya penelitian ini menggunakan variabel kepuasan muzakki sebagai variabel kontrol, sedangkan penulis menggunakan variabel kepuasan muzakki sebagai variabel dependen (terikat).

Kelima, jurnal dengan judul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Melalui Kepuasan Muzakki Sebagai Variabel Intervening Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Serang”* oleh Syihabudin Said, Tenny Badina, Syarah Syahidah 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas muzakki; (2) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan muzakki; (3) kepuasan muzakki berpengaruh langsung terhadap kesetiaan muzakki; (4) kepuasan muzakki mampu memediasi kualitas pelayanan dan kesetiaan muzakki. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi di penelitian ini adalah seluruh muzakki BAZNAS Kota Serang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling yang diperoleh sebanyak 65 muzakki. Hasilnya menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas muzakki (2) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan muzakki (3) kepuasan muzakki

berpengaruh langsung terhadap loyalitas muzakki (4) kepuasan muzakki mampu memediasi kualitas pelayanan dan loyalitas muzakki. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan dan loyalitas muzakki. Perbedaannya penelitian ini menggunakan variabel kepuasan muzakki sebagai variabel intervening, sedangkan penulis menggunakan variabel kepuasan muzakki sebagai variabel dependen (terikat).

#### **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah memahami dan mendapatkan gambaran secara ringkas mengenai skripsi ini, maka penulis memaparkan informasi-informasi yang diperoleh dalam bentuk sistematika guna untuk acuan pokok di mana dibagi menjadi tiga bagian yang masing-masing memiliki isi yang berbeda, yaitu sebagai berikut :

1. Bagian awal skripsi mencakup Halaman judul, Halaman Persetujuan Pembimbing, Halaman Pengesahan, Halaman Pernyataan, Kata Pengantar, Persembahan, Motto, Abstrak, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar dan Daftar Lampiran.
2. Bagian utama skripsi mencakup BAB I yang berisi pendahuluan, BAB II menjelaskan kerangka teori, BAB III penjelasan metode penelitian, BAB IV gambaran umum objek penelitian, BAB V memuat paparan data dan penjelasan, dan BAB VI adalah penutup (kesimpulan dan saran).

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bab yang pertama dalam laporan penelitian. Pada bab ini terdapat latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II : MUZAKKI, KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN, DAN LOYALITAS**

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang akan diangkat di mana bersifat relevan dengan permasalahan yang dimiliki oleh penelitian ini, seperti sub bab pertama mengenai muzakki. Sub bab kedua

tentang kualitas pelayanan. Sub bab ketiga mengenai kepuasan. Sub bab keempat tentang loyalitas. Sub bab kelima mengenai hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini merupakan uraian dari beberapa aspek metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, sumber dan jenis data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas data serta teknik analisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM LAZISMU KABUPATEN KENDAL**

Bab ini memuat gambaran secara garis besar mengenai daerah yang akan menjadi tempat penelitian, objek penelitian, serta responden yang tergambar melalui masing-masing variabel penelitian yang memuat data-data responden yang diperlukan.

### **BAB V : PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini penulis melakukan analisis data yang telah melalui proses koding data-data dan juga analisis pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan, analisis pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas, serta analisis pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas.

### **BAB VI : PENUTUP**

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran/rekomendasi.

3. Bagian akhir skripsi mencakup Daftar Pustaka dan Lampiran-lampiran.

## BAB II

### MUZAKKI, KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN, DAN LOYALITAS

#### A. Muzakki

##### 1. Pengertian Muzakki

Muzakki adalah bentuk isim fa'il dari kata zakka yang berarti berkah, tumbuh, bersih, dan baik. Dari segi istilah fiqih muzakki adalah orang-orang yang berkewajiban untuk berzakat. Menurut Andri Soemitra, muzakki adalah seorang muslim yang dibebani kewajiban mengeluarkan zakat disebabkan terdapat kemampuan harta setelah mencapai nishab dan haul-nya.<sup>18</sup>

Muzakki adalah orang yang dikenai kewajiban membayar zakat atas kepemilikan harta yang telah mencapai nishab dan haul. Seseorang terkena kewajiban membayar zakat jika memenuhi kriteria berikut ini:

a. Beragama Islam

Kewajiban zakat hanya diwajibkan kepada orang Islam. Hadits Rasulullah SAW menyatakan,

“Abu Bakar Shidiq berkata, ‘ inilah sedekah (zakat) yang diwajibkan oleh Rasulullah kepada kaum Muslim.’ (HR Bukhari).

b. Merdeka

Kewajiban membayar zakat hanya diwajibkan kepada orang-orang yang merdeka. Hamba sahaya tidak dikenai kewajiban berzakat. Hal itu disebabkan karena secara hukum mereka tidak memiliki harta.

c. Dimiliki secara sempurna

Harta benda yang wajib dibayarkan zakatnya adalah harta benda yang dimiliki secara sempurna oleh seorang Muslim. Harta tersebut harus benar-benar diperoleh dengan usahanya dengan cara yang halal dan memenuhi syariat Islam.

---

<sup>18</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi Pertama (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009), hal. 409.

d. Mencapai nishab

Seorang Muslim wajib membayar zakat jika harta yang dimilikinya telah mencapai nishab. Nishab zakat harta itu berbeda-beda, tergantung jenis harta bendanya. Besar nishab zakat dihitung berdasarkan harga emas murni satu mitsqal atau setara 85 gram.

e. Telah haul

Harta benda wajib dikeluarkan zakatnya jika telah dimiliki selama satu tahun penuh. Hadits Rasulullah menyatakan, “Abdullah ibnu Umar berkata, ‘Rasulullah SAW bersabda ‘Tidak ada zakat pada harta seseorang yang belum sampai satu tahun dimilikinya.’” (HR Daruquthni).

Syarat satu tahun ini berlaku untuk ternak, uang, perdagangan dan perusahaan. Sedangkan zakat pertanian, harta karun, barang tambang, dan semua yang dikategorikan pendapatan, tidaklah disyaratkan satu tahun.

## 2. Karakteristik Muzakki

Menurut Asdiansyuri, karakteristik muzakki dalam mengeluarkan zakat, infak, dan sedekah dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut, yaitu:

a. Umur

Faktor umur tidak berpengaruh pada kemampuan seseorang mengeluarkan zakat, infak, dan sedekah, meski ada kecenderungan semakin muda seseorang maka keinginan untuk mengeluarkan zakat, infak, dan sedekah juga semakin rendah dan sebaliknya, semakin tua seseorang jumlah zakat, infak, dan sedekah yang dikeluarkan juga semakin tinggi meski tidak terlalu signifikan.

b. Status Perkawinan

Dengan menikahnya seseorang pergaulan sosial dengan masyarakat akan tumbuh dan menimbulkan keinginan untuk saling menolong dengan mengeluarkan sedikit hartanya untuk orang yang membutuhkan seperti fakir dan miskin.



c. Pendidikan

Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka pendapatan yang diperolehnya juga akan semakin tinggi dan hal tersebut berpengaruh pada jumlah yang dikeluarkan seseorang dalam menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekahnya pada kaum yang membutuhkan.

d. Banyaknya Tanggungan

Semakin banyak jumlah tanggungan seseorang maka semakin banyak pula pendapatan yang dikeluarkannya sehingga tidak mencukupi untuk mengeluarkan dana zakat, infak, dan sedekah.

e. Pendapatan

Meningkatnya pendapatan akan meningkatkan jumlah pengeluaran zakat, infak, dan sedekah, meskipun tidak selalu bahwa peningkatan pendapatan juga akan meningkatkan pengeluaran penyaluran dana ZIS tersebut.

f. Nilai-nilai Religius

Pemahaman nilai religius seseorang berpengaruh terhadap banyaknya pengeluaran zakat, infak, dan sedekahnya.<sup>19</sup>

## **B. Kualitas Pelayanan**

### **1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Goestch dan Davis, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>20</sup> Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang

---

<sup>19</sup> Ulfiyani Asdiansyur, "Analisis Pengaruh Pengeluaran Zakat, Infak, dan Sedekah Terhadap Kesejahteraan Muzakki (Studi pada BAZNAS di Kabupaten Lombok Barat)". *International Journal of Social and Local Economic Governance (IJLEG)*, Vol 2, No. 1 (2016), hal. 24.

<sup>20</sup> Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, Cetakan Pertama, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015), hal. 23-24.

dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.<sup>21</sup> Pengertian kualitas pelayanan menurut Supranto adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.<sup>22</sup>

Kualitas pelayanan menurut Kotler yang dikutip oleh Fajar Laksana adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidakberwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Menurut Lovelock sebagaimana dikutip oleh Fajar Laksanan menyatakan bahwa kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keberagaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Wyckof sebagaimana dikutip oleh Fandy Tjiptono, kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>23</sup> Dari berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan pelayanan kepada konsumen atau muzakki yang dimulai pemenuhan kebutuhan konsumen dan berakhir dengan kepuasan serta persepsi terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan atau organisasi, dalam hal ini lembaga pengelola zakat.

## 2. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono, ada 6 prinsip pokok dalam kualitas pelayanan yang meliputi:

### a. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari

---

<sup>21</sup> Daryanto, Ismanto Setyobudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hal. 135.

<sup>22</sup> Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 226.

<sup>23</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal. 85.

menejemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

b. Pendidikan

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

c. Perencanaan

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

d. Review

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

e. Komunikasi

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

f. Penghargaan dan Pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat

memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.<sup>24</sup>

### 3. Indikator Kualitas Pelayanan

Metode *service quality (SERVQUAL)* membagi kualitas pelayanan kedalam 5 (lima) indikator kualitas pelayanan, yaitu:

a. Berwujud (*Tangibles*)

Berwujud (*Tangibles*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik yang dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik seperti gedung dan gudang, perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan pegawainya.

b. Reliabilitas (*reliability*)

Reliabilitas (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang di janjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sifat empatik dengan akurasi yang tinggi.

c. Ketanggapan (*responsiveness*)

Ketanggapan (*responsiveness*) adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

d. Jaminan dan kepastian (*assurance*)

Jaminan dan kepastian (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*),

---

<sup>24</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hal. 75.

kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

e. Empati (*empathy*)

Empati (*emphaty*) adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memenuhi keinginan mereka. Hal ini mengharapkan bahwa suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.<sup>25</sup>

#### 4. Hal-hal Yang Harus Diperhatikan Dalam Memberikan Pelayanan

Dalam proses layanan ada tiga hal penting yang harus diperhatikan yaitu:

a. Penyedia layanan

Pihak yang dapat memberikan layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa. Dalam praktiknya, para pelaku bisnis sering pula mengartikan penyedia layanan sebagai pihak yang mampu memberikan nilai tambah yang nyata kepada konsumen, baik dalam bentuk barang maupun jasa.

b. Penerima layanan

Mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari para penyedia layanan. Dalam praktiknya para pelaku bisnis seringkali mengartikan penerima layanan sebagai pihak yang menerima suatu nilai tambah nyata dari penyedia layanan. Penerima layanan atau biasa disebut sebagai konsumen atau nasabah dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu:

- Konsumen internal adalah orang-orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa atau proses produk barang sejak dari perencanaan sampai dengan pemasaran, penjualan dan pengadministrasiannya.

---

<sup>25</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), hal. 243.

- Konsumen eksternal adalah semua orang yang berada di luar perusahaan, yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa.
- c. Jenis dan bentuk layanan

Jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari berbagai macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan:

- Pemberian jasa-jasa.
- Layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang-barang.
- Layanan yang berkaitan dengan kedua-duanya.<sup>26</sup>

## C. Kepuasan

### 1. Pengertian Kepuasan

Menurut Philip Kotler, kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai harapan pembeli. Kepuasan konsumen diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.<sup>27</sup>

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting, karena puas tidaknya pelanggan sangat mempengaruhi maju atau mundurnya suatu perusahaan yang berorientasi pelanggan. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada aspek penting, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, meningkatnya efisiensi karyawan dan produktivitas kerja serta salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> M Nur Rianto al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 213-214.

<sup>27</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hal. 181.

<sup>28</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. (Malang: Bayu Media, 2005), hal. 348.

Menurut Bela Dwi Kuntari dkk, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka.<sup>29</sup> Menurut Hendrianto, kepuasan pelanggan/muzakki adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.<sup>30</sup> Dari berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan muzakki dapat dikatakan sebagai suatu perasaan atau penilaian para muzakki atau donatur lembaga amil zakat terhadap kinerja atau pelayanan jasa dari anggota lembaga amil zakat dalam melayani para donatur atau muzakki yang menyalurkan/membayarkan zakatnya kepada lembaga amil zakat tersebut. Pengukuran kepuasan muzakki merupakan elemen penting dalam memberikan pelayanan agar lebih baik, efektif, dan efisien.

## 2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan

Menurut Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner dalam bukunya yang berjudul *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm* menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi *customers satisfaction* (kepuasan pelanggan), yaitu:

### a. Fitur Layanan

Dalam melakukan studi kepuasan, kebanyakan perusahaan menentukan beberapa cara dengan mengetahui fitur layanan yang penting dan atribut untuk kepuasan fitur layanan akan membuat *trade-off* antara fitur layanan yang berbeda, adapun jenis produk dan fitur layanan yang dimaksudkan seperti harga, tingkat kualitas keramahan, dan kualitas, tergantung pada jenis layanan.

---

<sup>29</sup> Bela Dwi Kuntari, Srikandi Kumadji, Kadarisman Hidayat, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International TBK-Daihatsu Malang", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. XXXVI No. 1 (2016), hal. 198.

<sup>30</sup> Hendrianto, "Kepuasan Muzakki Terhadap Kualitas Pelayanan Zakat Pada BAZ (Badan Amil Zakat) kabupaten Kerinci", *Jurnal Al-Falah:Journal Of Islamic Economics*, Vol. 1 No. 2 (2016), hal. 166.

b. Keberhasilan atau Kegagalan Jasa

Pelanggan akan menilai tentang apa yang dirasakan terhadap suatu perusahaan dengan berbagai layanan yang diterima. Suatu hal yang penting mengenai keberhasilan dalam perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan bagi pelanggan, dan memikat pelanggan dengan citra yang baik dimata publik.

c. Aspek Persepsi atau Keadilan

Pemikiran mengenai keadilan yang dirasakan pelanggan dapat mengubah persepsi pelanggan pada tingkat kepuasan terhadap barang atau jasa.

d. Pelanggan Lain, Anggota Keluarga dan Rekan Kerja

Pihak lain akan mempengaruhi suatu penilaian pelanggan terhadap perusahaan. Penilaian positif atau negatifnya pelanggan lain, keluarga dan rekan kerja akan diikuti pelanggan lain dengan reaksi yang bisa lebih dari perasaan pelanggan yang memberikan tanggapan sebelumnya.

e. Emosi Pelanggan

Emosi pelanggan juga dapat mempengaruhi persepsi kepuasan produk dan layanan. Emosi ini bisa stabil dengan emosi yang sudah ada, misalnya keadaan mood atau kehidupan kesehariannya. Pada saat pelanggan mengalami suasana hati yang gembira, emosinya akan mempengaruhi persepsi positif terhadap suatu jasa, dan jika pelanggan sedang mengalami suasana hati yang tidak baik maka emosinya akan membawa tanggapan yang buruk terhadap suatu jasa.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Valarie A. Zeithaml dan Mery Jo Bitner, *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*, 4th Edition, (New York: McGraw Hill, 2006), hal. 110-112.



### 3. Indikator Kepuasan

Atribut kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harapan yang merupakan gabungan suatu produk dari produsen yang diandalkan dapat sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan, yaitu antara lain:

- a. Kemudahan dalam memperoleh jasa, yaitu apabila kebutuhan pelanggan yang disediakan oleh penyedia jasa atau layanan yang bersangkutan muzakki dapat mudah untuk mendapatkannya.
- b. Kesiediaan untuk merekomendasikan, yaitu apabila jasa yang diterima memuaskan, maka muzakki akan memberitahukan kepada pihak lain dan sebaliknya, apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima ia akan bicara kepada pihak lain dan memberitakan layanan yang kurang memuaskan tersebut.<sup>32</sup>

## D. Loyalitas

### 1. Pengertian Loyalitas

Loyalitas berasal dari kata loyal yang berarti setia. Loyalitas pada dasarnya merupakan kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan yang diberikan atau ditujukan kepada seseorang atau lembaga, yang di dalamnya terdapat rasa cinta dan tanggung jawab untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku yang terbaik.<sup>33</sup> Menurut Oliver, loyalitas adalah suatu komitmen mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali sebuah produk atau jasa yang disukai pada masa depan, ataupun situasi memengaruhi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan pengalihan perilaku.<sup>34</sup> Menurut Jill Griffin, loyalitas adalah seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara

---

<sup>32</sup> Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal. 23.

<sup>33</sup> Husni, Said Musnadi dan Faisal, "Pengaruh Lingkungan Kerja, Kompensasi, dan Motivasi terhadap Kepuasan Kerja serta Dampaknya terhadap Loyalitas Kerja Pegawai Rutan di Provinsi Aceh (Studi Kasus pada Rutan Klan IIB Banda Aceh dan Rutan Klas II B Jantho)", *Jurnal Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsyiah*, Vol. 2 No. 1 (2018), hal. 2.

<sup>34</sup> Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Cet. ke-1, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hal. 286.

teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.<sup>35</sup>

Menurut Sheth & Mittal, loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.<sup>36</sup> Menurut Fornell dalam Mouren Margaretha, loyalitas merupakan fungsi dari kepuasan pelanggan, rintangan pengalihan dan keluhan nasabah. Pelanggan yang puas akan dapat menggunakan pembelian ulang pada waktu yang akan datang dan memberitahukan kepada orang lain atas apa yang dirasakan.<sup>37</sup> Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah komitmen seseorang terhadap perusahaan atau organisasi yang tercermin dalam pembelian produk ataupun jasa secara konsisten, tidak terpengaruh dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh pihak lain, dan membantu mempromosikannya kepada orang-orang terdekat.

## 2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas

Menurut Tjiptono, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan sebagai berikut:

### a. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

### b. Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang membeli dan menerima nilai dari barang dan jasa yang ditawarkan. Para pelanggan mempunyai pilihan, jika pelanggan tidak menyukai apa yang di tawarkan atau cara menawarkannya, maka pelanggan bisa membeli ditempat lain.

---

<sup>35</sup> Jill Griffin, *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya, (Jakarta: Erlangga, 2010), hal. 4.

<sup>36</sup> Gendro Salim, *Marketing Itu Mudah*, (Jakarta : PT.Bhuana Ilmu Populer, 2013), hal. 160-161.

<sup>37</sup> Kusuma Wijayanto, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank", *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 17 No. 1 (2015), hal. 39.

Dan perusahaan mengalami kerugian dan kehilangan kepercayaan pelanggan.<sup>38</sup>

### 3. Indikator Loyalitas

Menurut Richard L. Oliver dalam penelitiannya mengemukakan bahwa pembentukan sikap loyalitas dalam diri pelanggan terjadi melalui empat tahapan utama yaitu:

a. *Cognitive Loyalty* (Loyalitas Kognitif)

Tahap ini disebut tahapan kognitif karena pada tahap ini loyalitas hanya didasarkan pada kepercayaan pelanggan terhadap merek saja. Loyalitas pada tahap ini masih bersifat dangkal dan hanya berupa kepuasan terhadap kinerja produk/jasa.

b. *Affective Loyalty* (Loyalitas berdasarkan pengaruh)

Pada tahap ini loyalitas mempunyai kedudukan pengaruh yang kuat baik dalam perilaku maupun sebagai komponen yang mempengaruhi kepuasan kondisi sangat sulit dihilangkan karena kesetiaan sudah tertanam dalam pikiran konsumen bukan hanya sebagai kesadaran atau harapan.

c. *Coractive Loyalty* (Loyalitas berdasarkan komitmen)

Tahap loyalitas ini mengandung komitmen perilaku yang tinggi. Pelanggan memiliki kecenderungan untuk menjadi pendukung royal perusahaan, selalu menempatkan perusahaan tersebut daftar teratas dalam melakukan pembelian barang atau jasa, dan juga tidak terpengaruh dengan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan lain.

d. *Action Loyalty* (Loyalitas dalam bentuk tindakan)

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari kesetiaan. Pada tahap ini diawali suatu keinginan yang disertai motivasi, selanjutnya di ikuti oleh siapapun untuk bertindak dan keinginan untuk mengatasi seluruh hambatan untuk melakukan tindakan.<sup>39</sup>

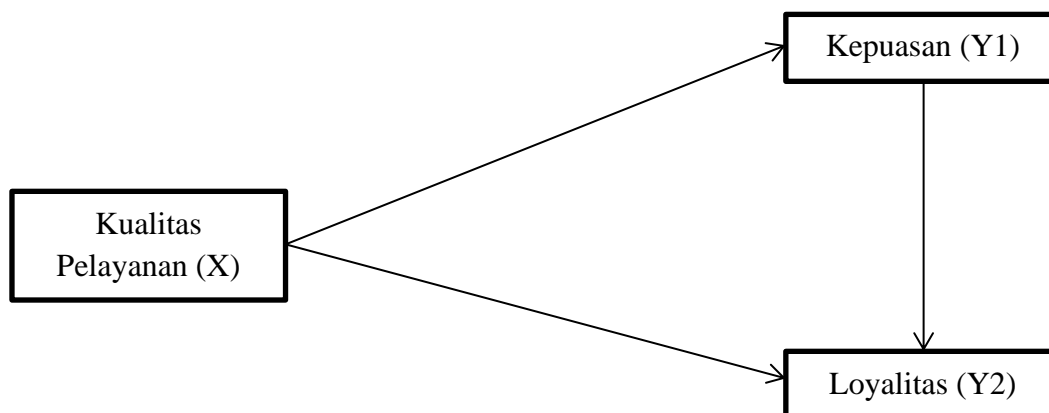
---

<sup>38</sup> Robert Bramso, *Customer Loyalty*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2004), hal. 13.

<sup>39</sup> Richard L. Oliver, "Whence Consumer Loyalty?", *Journal of Marketing*, Vol 63 (1999), hal. 44.

### E. Model Konseptual

Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang telah dibahas, selanjutnya akan diuraikan kerangka berpikir tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal yaitu:



### F. Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah:

H1 = Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki pada LAZISMU Kabupaten Kendal.

H2 = Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki pada LAZISMU Kabupaten Kendal.

H3 = Ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas muzakki pada LAZISMU Kabupaten Kendal.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survey. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang didasarkan pada data kuantitatif dimana data kuantitatif tersebut ialah data yang berbentuk angka atau bilangan.<sup>40</sup> Salah satu metode penelitian kuantitatif ialah metode survei, yang digunakan untuk mendapatkan data yang telah terjadi baik itu pada saat ini ataupun masa lampau, pada penelitian survei peneliti menanyakan ke beberapa orang yang biasa disebut responden, terkait keyakinan, pendapat, karakteristik suatu obyek, perilaku, hubungan variabel serta untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel dari sampel yang di dapat dari populasi tertentu.<sup>41</sup>

#### **B. Definisi Operasional**

Definisi operasional variabel penelitian berisi penjelasan tentang suatu tema dengan cara menegaskan langkah-langkah pengujian yang harus dilaksanakan atau dengan menggunakan metode pengukuran, serta menunjukkan bagaimana hasil yang diamati.<sup>42</sup> Adapun variable yang menjadi titik suatu perhatian penelitian ini, yaitu:

##### **1. Variabel bebas**

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi penyebab atau mempunyai kemungkinan teoritis yang berdampak pada variabel lain. Menurut Tritjahjo Danny Soesilo, variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan

---

<sup>40</sup> Sulyanto, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis & Disertasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2018). hal. 4.

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: ALFABETA, 2018), hal. 80.

<sup>42</sup> Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2011), hal. 95.

atau timbulnya variabel dependen.<sup>43</sup> Adapun yang menjadi variabel bebas pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan LAZISMU Kabupaten Kendal, yang dilambangkan dengan simbol huruf “X”.

## 2. Variabel terikat

Variabel terikat atau dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering kali disebut sebagai variabel terikat, variabel terikat ini dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>44</sup> Adapun yang menjadi variabel terikat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kepuasan muzakki (Y1).
- b. Loyalitas muzakki (Y2).

## C. Sumber dan Jenis Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui instrument pengumpulan data berupa kuisioner dan dokumentasi. Adapun sumber dan jenis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Data Primer

Data primer adalah data langsung yang diperoleh selama penelitian dari sumber yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner yang dibagikan kepada responden. Adapun sumber data utama dalam penelitian ini adalah data hasil pengisian kuisioner oleh muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal.<sup>45</sup>

### 2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari orang lain. Dengan kata lain dapat digambarkan sebagai sumber informasi dari bacaan, pembelajaran dan media lain, literatur, buku dan dokumen.<sup>46</sup> Sumber data

---

<sup>43</sup> Nfn. Purwanto, “Variabel Dalam Penelitian Pendidikan”, *Jurnal Teknodik*, 6115 (2019), hal. 213.

<sup>44</sup> Sugiyono, *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*, (Bandung: ALFABETA, 2018), hal. 42.

<sup>45</sup> H. Ahyar, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), hal. 247.

<sup>46</sup> *Ibid*

sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sebuah situs internet, atau dari referensi yang sama dengan penulis, buku, dokumen, dan lain sebagainya.

## **D. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan objek kajian, yang dapat diwakili oleh manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, hubungan biologis, dan sebagainya. sebagai akibatnya objek-objek tersebut dapat menjadi sumber data penelitian.<sup>47</sup> Populasi pada penelitian ini adalah muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal. Populasi ini bersifat heterogen, yang dapat dilihat dari beragam asal daerah, usia, jenis kelamin dan pekerjaan. Adapun jumlah populasinya sebanyak 9889 orang.<sup>48</sup>

### **2. Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dapat diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya dapat digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan, dengan artian sampel dapat dinyatakan sebagai bagian daripada populasi yang menggunakan teknik pengambilan atau metode tertentu untuk diteliti serta generalisasi terhadap populasi.<sup>49</sup> Sampel ditarik dari populasi dengan pertimbangan ilmiah. Salah satu syaratnya bahwa penarikan sampel harus terukur dan representatif.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, sedangkan jenis sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *purposive sampling*, yang dimaksud *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu. Dalam penelitian ini kriteria-kriteria tersebut adalah berikut:

1. Laki-laki dan perempuan.
2. Rentan usia 17-70 tahun.

---

<sup>47</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2015), hal. 30.

<sup>48</sup> Wawancara dengan Bapak Agus Wahyudi selaku Kadiv Program LAZISMU Kabupaten Kendal.

<sup>49</sup> Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hal. 192.

3. Pekerjaan (ASN/PNS, Ibu Rumah Tangga, Pelajar/Mahasiswa, Pensiunan, Tenaga Kesehatan, Tenaga Pendidikan, Wiraswasta).
4. Responden berdomisili di Kabupaten Kendal.

Kemudian untuk menentukan ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*, pada pendekatan ini bisa digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang diketahui yaitu 9889. Berikut ini rumus *Lemeshow* yang akan digunakan:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan (0,1)

Dengan menggunakan rumus diatas, maka jumlah sampel yang didapat adalah dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{9889}{1+9889 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{9889}{1+98,89}$$

$$n = \frac{9889}{99,89}$$

$$n = 98,99$$

Dari hasil perhitungan diatas dengan hasil 98.99 dengan ini maka peneliti membulatkan menjadi 100 repsoden yang akan diteliti. Untuk besaran pada jumlah sampel dengan menggunakan pendekatan rumus *Lemeshow* akan ditentukan oleh nilai maksimal estimasi yang dipakai serta tingkat kesalahan, semakin kecil nilai maksimal estimasi yang digunakan maka semakin kecil nilai tingkat kesalahan, dan semakin besar jumlah sampel yang direkomendasikan.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen, (Yogyakarta:CV Budi Utomo, 2020), hal. 12.



## E. Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan tiga metode pengumpulan data untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, adapun metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

### 1. Wawancara

Metode wawancara ini digunakan untuk mengumpulkan data yang diperoleh dari hasil pertanyaan yang diajukan lewat wawancara secara terstruktur dan dilakukan dengan tanya jawab. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan mendatangi secara tatap muka untuk memperoleh informasi terkait variabel penelitian. Metode ini digunakan untuk menilai keabsahan hasil penelitian dan data pendukung lainnya.<sup>51</sup> Narasumber yang diwawancarai adalah kadiv program LAZISMU Kabupaten Kendal dan beberapa staff untuk memperoleh informasi terkait jumlah keseluruhan muzakki dan profil LAZISMU Kabupaten Kendal.

### 2. Angket

Angket (kuisisioner) merupakan daftar yang berisi serangkaian pertanyaan tentang suatu masalah atau bidang yang akan diteliti untuk mendapatkan data dari kuisisioner yang dibagikan kepada responden.<sup>52</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuisisioner tertutup untuk mendapatkan datanya. Kuisisioner tertutup artinya responden hanya perlu memilih jawaban yang sudah ditentukan.<sup>53</sup>

Kuisisioner diberikan kepada muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal. Dalam hal ini, sebelum mengukur instrumen perlu adanya kisi-kisi instrumen untuk memudahkan peneliti membuat pertanyaan untuk responden. Berikut ini merupakan kisi-kisi instrumen yang dibutuhkan:

---

<sup>51</sup> Saerozi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketaatan Beragama Masyarakat Nelayan Juwana Pati*, (Semarang: Fatawa Publishing, 2022), hal. 138.

<sup>52</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal. 76.

<sup>53</sup> Suliyanto, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis & Disertasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2018), hal. 169.

Tabel 3.1 Instrumen Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	No. Item Instrumen
Kualitas Pelayanan (X)	Berwujud ( <i>tangibles</i> )	1, 2, 3, 4
	Reliabilitas ( <i>reliability</i> )	5, 6, 7, 8
	Ketanggapan ( <i>responsiveness</i> )	9, 10, 11, 12
	Jaminan dan kepastian ( <i>assurance</i> )	13, 14, 15, 16
	Empati ( <i>empathy</i> )	17, 18, 19, 20
Kepuasan (Y1)	Kemudahan dalam memperoleh jasa	21, 22, 23
	Kesediaan untuk merekomendasikan	24, 25
Loyalitas (Y2)	Loyalitas kognitif	26, 27
	Loyalitas berdasarkan pengaruh	28
	Loyalitas berdasarkan komitmen	29
	Loyalitas dalam bentuk tindakan	30

Jawaban-jawaban dalam kuesioner ini nantinya dapat diukur dengan skala likert. Pada setiap pilihan jawaban nantinya diberi skor yang diberi beberapa variasi pilihan, dari pilihan yang sangat setuju (SS) sampai dengan jawaban sangat tidak setuju (STS) sebanyak lima kemungkinan dengan contoh seperti berikut ini:

Tabel 3.2 Skala Penelitian

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sebelum menjawab pertanyaan, nantinya responden akan lebih dahulu diberikan petunjuk/keterangan tata cara pengisiannya. Skor disusun berdasarkan Skala *Likert* termasuk sebagai data interval.

### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mencari data yang berkaitan dengan dokumen atau arsip seperti catatan-catatan, transkrip, buku-buku, koran atau majalah, notulensi, dan hasil pelacakan dokumentasi di media sosial internet. Dalam penelitian ini penulis menggunakannya untuk mengetahui dan menjelaskan data yang bisa diperoleh dari website LAZISMU Kabupaten Kendal.

## F. Validitas dan Realibilitas

### 1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan hubungan antara informasi yang diperoleh seorang peneliti dengan informasi yang dicatat oleh peneliti tersebut.<sup>54</sup> Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu koesioner. Suatu koesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada koesioner mampu mengungkap suatu yang akan diukur oleh koesioner tersebut. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan mencari korelasi dari setiap skor butir pertanyaan atau indikator terhadap skor totalnya. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%.

---

<sup>54</sup> H. Ahyar, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), hal. 198.

Adapun kriteria pengujian uji validitas, adalah:

- Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item koesioner tersebut valid.
- Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item koesioner tersebut tidak valid.

## 2. Uji Reabilitas

Reliabilitas merupakan suatu instrumen yang dapat dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut digunakan beberapa kali.<sup>55</sup> Suatu koesioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau bisa dikatakan stabil dari waktu ke waktu. Ketidak konsistenan responden dapat terjadi kapan saja, meungkin adanya perbedaan persepsi orang satu ke orang lainnya atau kurang pahamnya responden dalam menjawab tiap butir pertanyaan. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menghitung besarnya nilai Cronbach's Alpha. Kriteria pengujian nilai Cronbach's Coefficient Alpha adalah:

- Jika nilainya  $>$  0,6 maka jawaban responden pada koesioner dinilai reliabel.
- Jika nilainya  $<$  0,6 maka jawaban responden pada koesioner dinilai tidak reliabel.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan sesudah data dari semua responden ataupun sumber data lain telah terkumpul, kegiatan tersebut yaitu: mengelompokkan data berdasarkan variabel dari semua responden, menyajikan data, menghitung untuk menjawab rumus, setelahnya melakukan perhitungan untuk menguji suatu hipotesis yang telah diajukan sebelumnya.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> Muhammad Darwin dkk, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, (Bandung: Penerbit CV. Media Sains Indonesia, 2021), hal. 144.

<sup>56</sup> Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hal. 347.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif, data yang dipakai pada penelitian ini adalah:

1. Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif yaitu statistik yang bertujuan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata (mean) dan standar deviasi, perhitungan persentase minimum dan maksimum.<sup>57</sup>

2. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas

Pengujian Normalitas ini untuk mengetahui apakah nilai residual ini terdistribusi secara normal atau tidak, dikarenakan model regresi yang baik ialah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal, jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Cara uji normalitas adalah dengan menggunakan metode uji one sample Kolmogorov Smirnov, yang memiliki kriteria pengujian sebagai berikut:

- Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal.
- Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka data tidak berdistribusi normal.

- b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna ataupun yang mendekati antar variabel independen

---

<sup>57</sup> Muhammad Darwin dkk, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, (Bandung: Penerbit CV. Media Sains Indonesia, 2021), hal. 168.

pada model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika terdapat fungsi linier yang sempurna pada beberapa ataupun seluruh independen variabel dalam fungsi linear. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) serta besaran dari korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi dapat dikatakan bebas multikolinearitas apabila nilai VIF  $< 10$  dan angka Tolerance  $> 0,1$ .

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- Penyebaran titik-titik data tidak berpola.<sup>58</sup>

3. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji tingkat signifikansi dari suatu pengaruh variabel independen secara parsial kepada variabel dependen.

Merumuskan hipotesis sebagai berikut:

- $H_0 : \beta_i = 0$ , artinya variabel bebas secara parsial tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

---

<sup>58</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hal. 185.

- $H_a: \beta_i = 0$ , artinya variabel bebas secara parsial memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Menetapkan besarnya *level of significance* ( $\alpha$ ) sebesar 0,05, mengambil keputusan (dengan nilai signifikansi). Pengujian uji t dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan dari program SPSS dengan memiliki kriteria penelitian sebagai berikut ini:

- Jika besarnya probabilitas signifikansi  $<$  dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- Jika besarnya probabilitas signifikansi  $>$  dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### b. Uji F

Uji F digunakan untuk menilai kelayakan model regresi yang telah terbentuk sebelumnya. Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan apakah variabel-variabel bebas (X) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yaitu (Y) untuk melakukan pengujian uji F ini maka perlu penentuan formulasi hipotesis. Dalam penelitian hal ini, hipotesis yang digunakan adalah:

- $H_0$ : variabel bebas yaitu kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan dan loyalitas muzakki.
- $H_a$ : variabel bebas yaitu kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan dan loyalitas muzakki.

Pengujian uji F dapat digunakan dengan menetapkan besarnya nilai *level of significance* ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 0,05, dan mengambil keputusan menggunakan nilai signifikansi, sebagai berikut:

- Apabila nilai signifikansi  $>$  dari pada 0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- Apabila nilai signifikansi  $<$  dari pada 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

c. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan) secara serentak terhadap variabel dependen (kepuasan dan loyalitas) .<sup>59</sup> Jika nilai R<sup>2</sup> kecil maka kemampuan variabel dependen sangat terbatas, nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen, Pengujian koefisien determinasi menggunakan pengolahan data SPSS.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana untuk menganalisis data yang bertujuan untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel bebas (independent) yang dipengaruhi oleh variabel tidak bebas (dependent). dengan itu maka akan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \beta_0 + \beta_1 Y_1 + \beta_2 Y_2 + e$$

Dimana:

X = Kualitas Pelayanan

$\beta_0$  = konstanta  $\beta_1$

$\beta_2$  = koefisien masing-masing variabel

Y<sub>1</sub> = Kepuasan Muzakki

Y<sub>2</sub> = Loyalitas Muzakki

---

<sup>59</sup> Dwi Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media, 2013), hal. 56.



## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM LAZISMU KABUPATEN KENDAL**

#### **A. Profil LAZISMU Kabupaten Kendal**

##### **1. Sejarah dan Latar Belakang**

Pada awal berdirinya LAZISMU Kabupaten Kendal bernama Badan Pelaksana Zakat Amwal Muhammadiyah (BAPELURZAM), yang merupakan bagian dari gerakan penyadaran zakat di tubuh Muhammadiyah. Lembaga ini lahir berawal dari adanya SK PP Muhammadiyah No. 01/PP/1979 tentang realisasi gerakan zakat Muhammadiyah. Gerakan zakat ini dikukuhkan dalam keputusan dan program kerja hasil Muktamar Muhammadiyah ke 40 di Surabaya tahun 1978. Sejak saat itu Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) merespon gerakan ini, tidak terkecuali PKD Kendal. Sebagai wujud nyata dari gerakan ini, PDM Kendal membentuk badan pelaksana zakat dengan nama Badan Pelaksana Urusan Zakat Muhammadiyah Kendal yang diakronimkan menjadi BAPELURZAM Kendal. Di Kendal, gerakan zakat ini dipelopori oleh KH. Abdul Bari Shoim selaku pimpinan Muhammadiyah Kendal pada waktu itu.

Latar belakang berdirinya LAZISMU terdiri atas dua faktor. Pertama, fakta Indonesia yang berselimut dengan kemiskinan yang masih meluas, kebodohan dan indeks pembangunan manusia yang sangat rendah. Semuanya berakibat dan sekaligus disebabkan tatanan keadilan sosial yang lemah. Kedua, zakat diyakini mampu bersumbangsih dalam mendorong keadilan sosial, pembangunan manusia dan mampu mengentaskan kemiskinan. Sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi zakat yang tinggi. Namun potensi yang ada belum dikelola dengan baik sehingga tidak memberikan dampak yang signifikan bagi penyelesaian persoalan yang ada di masyarakat.

Salah satu problem yang dihadapi dalam memaksimalkan penghimpunan dana zakat adalah pemahaman masyarakat mengenai persoalan zakat yang dinilai kurang tepat. Para tokoh Muhammadiyah menilai bahwa masyarakat

kurang tepat dalam memahami Ayat-ayat Al-Qur'an dan Sunnah mengenai kewajiban zakat. Demikian juga dengan ilmu fikih yang dari dulu dijadikan pedoman masyarakat dalam konteks ibadah seperti zakat justru menjadi penghambat dalam merealisasikan potensi zakat yang ada. Faktor lainnya yang menjadi penghambat yaitu ketidak tahuan masyarakat mengenai pendistribusian zakat secara produktif. Kebanyakan masyarakat mendistribusikan dananya secara konsumtif daripada produktif. Padahal dengan mendistribusikan dana secara produktif manfaat yang dihasilkann lebih besar daripada secara konsumtif. Dengan pendistribusian secara produktif nantinya akan berdampak positif terhadap sektor lain seperti meminimalisir angka kemiskinan dan juga indeks pembangunan manusia.

Menurut para tokoh Muhammadiyah perlunya langkah baru dalam merealisasikan zakat dengan tidak terpaku pada rumusanrumusan pandangan para ulama terdahulu dalam kitab-kitab fikih. Karena kondisi jaman dahulu dengan jaman sekarang sangatlah berbeda. Tentunya memerlukan langkah baru dalam merealisasikan kewajiban zakat agar tercapainya kemaslahatan umat.

## **2. Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Operasional LAZISMU Kabupaten Kendal**

### a. Visi

*“Menjadi Lembaga Zakat Terpercaya”.*

### b. Misi

- Optimalisasi kualitas pengelolaan ZIS yang amanah, profesional, dan transparan.
- Optimalisasi pendayagunaan ZIS yang kreatif, inovatif dan produktif.
- Optimalisasi layanan donatur.

### c. Nilai-nilai Operasional

- Profesional
- Amanah
- Kreatif
- Transparan

- Inovatif
- Produktif
- Terpercaya

### **3. Fungsi dan Tujuan LAZISMU Kabupaten Kendal**

Adanya LAZISMU Kabupaten Kendal diharapkan potensi zakat yang ada di Kabupaten Kendal dapat dimaksimalkan dalam proses penghimpunan maupun pendaayagunaannya. Dengan pendaayagunaan secara efektif dan tepat diharapkan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat Kabupaten Kendal kedepannya. Adapun fungsi dan tujuan didirikannya LAZISMU Kabupaten Kendal antara lain :

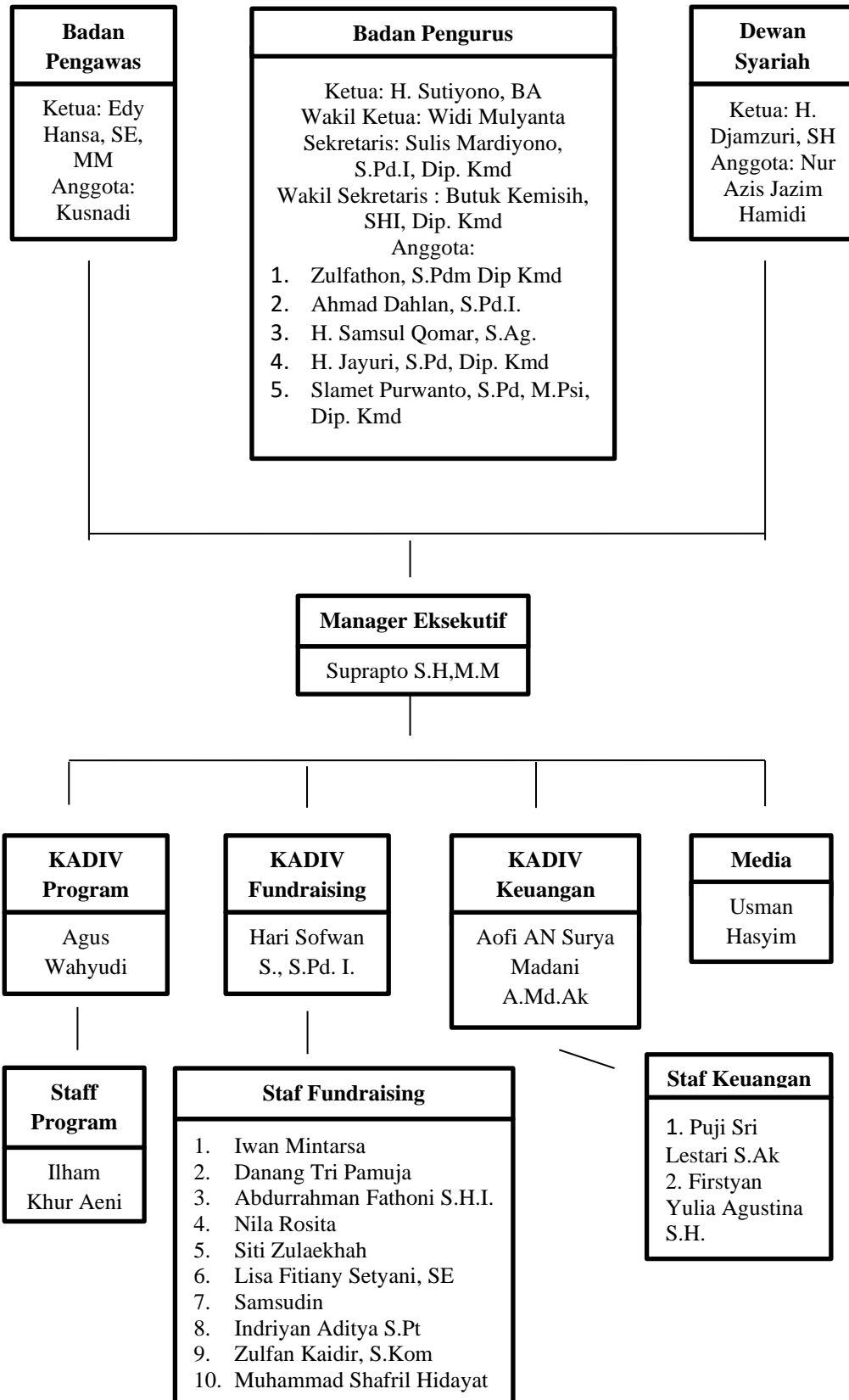
- a. Menampung, mengolah dan menyampaikan pendapat umat tentang pengelolaan zakat.
- b. Membuat rencana kerja yang meliputi rencana pengumpulan, pendistribusian, dan pendaayagunaan zakat.
- c. Melaksanakan operasional pengelolaan zakat sesuai dengan rencana kerja yang telah disahkan dan kebijakan yang telah di tetapkan.
- d. Menyusun laporan tahunan.
- e. Menyampaikan laporan pertanggungjawaban kepada LAZISMU Wilayah.
- f. Mengadministrasikan seluruh penghimpunan kantor layanan yang tersebar di seluruh cabang (Kecamatan).

### **4. Landasan Yuridis LAZISMU Kabupaten Kendal**

- a. UU No 23 Tahun 2011 tentang Zakat.
- b. PP No 14 Tahun 2014 tantan pelaksanaan UU Pengelolaan Zakat.
- c. KMA No 333 Tahun 2015 tentang pedoman pemberian izin pembentukan Lembaga Amil Zakat.
- d. SK Pimpinan Pusat Muhammadiyah.

**5. Susunan Organisasi LAZISMU Kabupaten Kendal**

Gambar 4.1



Adapun tugasnya adalah sebagai berikut:

a. Badan Pengawas

- Memberikan arahan terhadap dewan pengurus/manajemen lembaga dalam mengelola zakat.
- Bertugas untuk memilih, menetapkan dan memberhentikan dewan pengawas syariah.
- Mempunyai wewenang untuk mengangkat dan memberhentikan dewan pengurus jika diperlukan.
- Menetapkan Rencana Kerja Anggaran Tahunan (RKAT) yang diajukan pengurus.
- Menetapkan berbagai program organisasi.
- Menetapkan arah dan kebijakan organisasi.
- Meminta pertanggungjawaban pengurus.

b. Dewan Pengawas Syariah

- Melakukan pengawasan terkait kegiatan yang dilakukan terkait dengan kepatuhan terhadap ketentuan yang telah ditetapkan.
- Melakukan evaluasi dan juga memberikan arahan apabila terjadi penyimpangan yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- Memberikan laporan atas pelaksanaan pengawasan kepada dewan pembina.

c. Badan Pengurus Harian

1. Ketua

- Memimpin berbagai rapat yang dilakukan LAZISMU.
- Bertanggungjawab atas pelaksanaan program-program yang dijalankan.
- Dapat menyetujui dan memerintahkan realisasi atau pembayaran bantuan dan pembiayaan program yang telah ditetapkan dengan atau tanpa melalui persetujuan rapat badan pengurus.

- Sendiri atau bersama sekretaris dapat bertindak untuk dan atas nama LAZISMU mengadakan perjanjian dan kerjasama dengan pihak lain.
- Bersama dengan pengurus membuat laporan dan mempertanggung jawabkan kepada PDM.

## 2. Wakil Ketua

- Memimpin rapat yang diadakan LAZISMU apabila ketua sedang berhalangan.
- Memberikan usulan atau pertimbangan kepada ketua ketika hendak mengambil keputusan di dalam rapat.
- Mewakili ketua untuk menghadiri undangan pihak lain ketika ketua berhalangan hadir.
- Bertanggung jawab atas kegiatan dan pelaksanaan program yang dilaksanakan oleh manager cabang atau staf administrasi, staf pengembangan program dan staf fundraising dan marketing.
- Bersama sekretaris menandatangani surat-surat organisasi yang berhubungan dengan administrasi umum LAZISMU.

## 3. Sekretaris

- Memimpin rapat yang dilakukan apabila ketua dan wakil ketua berhalangan hadir.
- Bertanggung jawab atas kegiatan dan pelaksanaan organisasi kantor, administrasi dan kesekretariatan umum.
- Menandatangani surat-surat berharga bersama dengan ketua terkait dengan perbankan dan surat keputusan badan pelaksana LAZISMU.
- Bersama ketua dapat bertindak untuk dan atas nama LAZISMU mengadakan perjanjian dan kerjasama dengan pihak lain.
- Bersama wakil ketua dapat menandatangani surat-surat yang berhubungan dengan Administrasi umum LAZISMU.

d. Badan Eksekutif (Badan Pelaksana)

1. Manajer Cabang

- Bertugas untuk mengelola dana ZIS di tingkat LAZISMU daerah atau kantor layanan.
- Mengkoordinir terkait operasional lembaga dalam penghimpunan, pendistribusian dan pendayagunaan dana zakat.
- Menandatangani pembayaran di LAZISMU daerah bersama dengan ketua, badan pengurus dan sekretaris.
- Menyusun strategi penghimpunan, pendistribusian, dan pendayagunaan dana ZIS serta membuat dan mengembangkan *data base* muzakki dan data mustahik.
- Membantu dan mengkoordinir LAZISMU Kantor Layanan dalam menentukan kegiatan prioritas, kebijakan operasional dan dana yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dan target.

2. Staf Administrasi dan Keuangan

- Menyusun program kerja bidang keuangan.
- Menerima laporan pembayaran baik dari fundraiser atau dari kantor layanan yang disetorkan kepadanya.
- Mengelola administrasi keuangan dan pelaporan.
- Mengarsipkan dan menyimpan data transaksi operasional kantor.
- Membantu manager cabang menyiapkan laporan keuangan bulanan, triwulan, semester dan tahunan.

3. Staf Fundraising dan Program

- Menentukan target capaian ZIS pada setiap bulannya.
- Melakukan pembagian tugas, memberikan arahan dan pengawasan terhadap pelaksanaan tugas bawahan.
- Melaporkan capaian ZIS yang telah diperoleh.
- Mengkoordinir evaluasi pelaksanaan program secara berkala.
- Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

#### 4. Staf Koordinator Lapangan

- Merealisasikan strategi penghimpunan ZIS dan strategi marketing yang ditetapkan LAZISMU.
- Memfasilitasi para fundraiser yang bertugas.
- Mengkoordinir pelaksanaan pengumpulan dana ZIS yang dilakukan oleh fundraiser.
- Merancang pengelolaan dan pengembangan data muzakki.
- Mendorong inovasi produk marketing dan fundraising.

## **B. Program Kerja**

### **1. Pilar Pendidikan**

Pendidikan merupakan pilar penting yang menjadi fokus perhatian pelaksana program LAZISMU bersama mitra. Diharapkan tiga komponen penting pendidikan khususnya sekolah, guru, dan peserta didik dapat memanfaatkan bantuan program dari LAZISMU. Sekolah dapat terus meningkatkan sarana dan prasarana pembelajaran, guru dan peserta didik mendapatkan bantuan baik dari sisi kesejahteraan, motivasi belajar, beasiswa dan perlengkapan alat-alat sekolah yang memadai. Beberapa program pendidikan antara lain:

#### a. Beasiswa Sang Surya

Gerakan peningkatan akses pendidikan lanjut yang berkualitas, dengan memberikan kesempatan generasi muda yang berprestasi namun menghadapi kendala ekonomi untuk menempuh pendidikan tinggi yang berkualitas.

#### b. Beasiswa Mentari

Bantuan beasiswa bagi siswa yang menempuh pendidikan Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas dan sederajat, berupa biaya pendidikan bulanan atau semester yang disesuaikan dengan tingkat pendidikan siswa dan kebutuhan lainnya, seperti uang transport, uang buku, living cost, dan lain-lain.



c. *Save Our School*

Penggabungan pembangunan sistem pengajaran, pembangunan sarana prasarana, peningkatan kualitas sumber daya dan pemberian beasiswa sehingga tata kelola sekolah dapat menjadi lebih baik, dan meningkatkan mutu dan output pendidikan.

d. Peduli Guru

Gerakan sosial dan pendidikan untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan guru baik honorer, guru agama dan relawan.

e. Sekolah Cerdas

Sebuah program berkelanjutan yang membangun kesiapsiagaan Sekolah dari risiko bencana dan kekerasan, dengan harapan dapat meminimalisir dampak dan kemungkinan risiko yang ditimbulkan dari bencana, baik bencana alam maupun bencana social.

## 2. Pilar Kesehatan

Salah satu program dari LAZISMU adalah peduli dengan kesehatan masyarakat. Dalam program ini LAZISMU berkolaborasi dengan mitra baik internal Muhammadiyah dan berharap masyarakat dapat merasakan manfaat yang diberikan dan mampu meringankan beban mereka terkait kesehatan yang dialami. Berikut mengenai beberapa program kesehatan dari LAZISMU:

a. Peduli Kesehatan

Peduli Kesehatan adalah program yang fokus pada upaya promosi kesehatan sebagai tindakan preventif dan meningkatkan akses bidang kesehatan bagi masyarakat.

b. Indonesia *Mobile Clinic*

Program mobil klinik kesehatan yang ditujukan khusus untuk melayani dan membantu masyarakat di lokasi atau daerah rawan kesehatan dan jauh akses puskesmas atau rumah sakit.

### 3. Pilar Ekonomi

Program yang diarahkan untuk mendorong kemandirian dan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan serta semangat kewirausahaan melalui kegiatan ekonomi dan pembentukan usaha yang halal dan memberdayakan. Beberapa program ekonomi antara lain:

a. Pemberdayaan UMKM

Program pemberdayaan ekonomi melalui pemberian modal usaha dan penguatan usaha dengan skema kemitraan kepada individu atau kelompok usaha.

b. Tani Bangkit

Program pemberdayaan petani melalui sistem pertanian terpadu dan ramah lingkungan berbasis komunitas.

c. Peternakan Masyarakat Madani

Program pemberdayaan peternak melalui sistem peternakan terpadu dan ramah lingkungan berbasis komunitas untuk meningkatkan kualitas harga dan memiliki daya saing.

### 4. Pilar Dakwah

Program yang diarahkan untuk gerakan dakwah kemasyarakatan yang berdampak langsung dalam menciptakan masyarakat Islami dan menjangkau partisipasi aktif kelompok masyarakat rentan baik di daerah miskin perkotaan maupun di daerah terpencil dengan semangat dakwah Islam. Berikut mengenai beberapa program dakwah dari LAZISMU:

a. *Back To* Masjid

Program yang bertujuan untuk menjadikan masjid sebagai pusat pelayanan, pembinaan, dan pemberdayaan masyarakat.

b. Pemberdayaan Muallaf

Program pemberdayaan bagi muallaf dengan melakukan pendampingan dan pembinaan. Muallaf diharapkan mampu mendalami nilai dan syariat Islam, kemudian mempraktikkannya dalam kehidupan sehari-hari.

c. Da'i Mandiri

Program yang fokus pada pengembangan sumber daya da'i yang bertugas di daerah pedalaman atau kawasan 3T (tertinggal – terdepan - terluar) di seluruh Indonesia.

## 5. Pilar Sosial Kemanusiaan

Program yang diarahkan untuk menanggulangi bencana dan misi kemanusiaan, baik dalam bentuk kesiapsiagaan bencana, tanggap darurat, rehabilitasi, dan rekonstruksi yang dilakukan secara sistematis dan melibatkan mitra internal Muhammadiyah dan eksternal. Beberapa program social kemanusiaan antara lain:

a. Indonesia Siaga

Program respons tanggap darurat dan pasca bencana mulai dari aktivitas Search and Rescue (SAR), rekonstruksi dan rehabilitasi.

b. Bedah Rumah

Program yang bergerak dibidang sosial dan lingkungan untuk merenovasi rumah mustahik yang tidak layak huni menjadi layak huni.

c. Pemberdayaan Difabel

Gerakan pemberdayaan penyandang disabilitas untuk mengupayakan pencapaian kesejahteraan sosial dengan menggali dan memperdalam kemampuan yang dimiliki serta mematangkan keterampilan.

d. Program Inisiatif Muhammadiyah

Program inisiatif Muhammadiyah untuk membantu masalah-masalah kemanusiaan di level internasional seperti bencana alam, kelaparan, konflik sosial dan peperangan.

## 6. Program Rutin

a. Ramadhan Mencerahkan

Memfasilitasi kaum muslimin dalam menunaikan ZISKA pada bulan Ramadhan melalui pelayanan dan program distribusi yang mampu memberi nilai tambah pada lokasi yang tepat guna dan tepat sasaran.

b. Qurban Untuk Kemanusiaan

Memfasilitasi umat Islam dalam menunaikan ibadah qurban, dengan prinsip kebersamaan yang pelaksanaannya dilaksanakan secara kolaboratif dalam pengelolaan hewan qurban.

c. Kado Ramadhan

Program Kegiatan pembagian paket sembako bagi fakir-miskin dan anak yatim non panti serta guru.

d. Mudikmu Aman

Program layanan yang diselenggarakan guna membantu pemudik mendapatkan kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan perjalanan mudik untuk mengurangi resiko gangguan keamanan.

## BAB V

### PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Paparan Data

Penelitian ini mempunyai beberapa tujuan yang terdapat pada BAB 1 diantaranya adalah; 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal. 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal. 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal. Subjek penelitian pada LAZISMU Kabupaten Kendal dilakukan pada 4 November – 17 November 2023.

Dari data yang diperoleh selanjutnya dianalisis untuk menguji hipotesis yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, pada bab ini nantinya akan dipaparkan mengenai: A) Paparan Data, yang meliputi: 1) deskriptif data, 2) Uji Validitas dan Reliabilitas, 3) Uji Asumsi Klasik, 4) Uji Hipotesis, 5) Analisis regresi linier berganda, dan B) Pembahasan dari hasil penelitian.

#### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang ada pada penelitian ini berupa hasil dari deskriptif data jumlah keseluruhan responden dan analisis deskriptif variabel, meliputi:

##### a. Deskriptif Jenis Kelamin

Dari hasil data yang diperoleh dari pengisian kuesioner keseluruhan responden maka didapatkan hasil yaitu:

Tabel 5.1

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	52	52.0	52.0	52.0
	Perempuan	48	48.0	48.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

(Sumber SPSS versi 23)

Berdasarkan hasil data diatas maka dapat dianalisis bahwa responden mayoritas berjenis kelamin laki-laki berjumlah 52 atau 52% responden dan berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 48 atau 48 % responden.

b. Deskriptif Alamat

Dengan hasil penyebaran kuesioner bahwa didapatkan data dari alamat responden dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.2

Alamat				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Boja	1	1.0	1.0	1.0
Brangsong	15	15.0	15.0	16.0
Cepiring	5	5.0	5.0	21.0
Gemuh	2	2.0	2.0	23.0
Kaliwungu	8	8.0	8.0	31.0
Kaliwungu Selatan	11	11.0	11.0	42.0
Kangkung	4	4.0	4.0	46.0
Kendal	33	33.0	33.0	79.0
Limbangan	2	2.0	2.0	81.0
Ngampel	3	3.0	3.0	84.0
Patebon	8	8.0	8.0	92.0
Plantungan	2	2.0	2.0	94.0
Singorojo	1	1.0	1.0	95.0
Sukorejo	1	1.0	1.0	96.0
Weleri	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(Sumber SPSS versi 23)

Berdasarkan hasil data diatas maka dapat dilihat pada Kecamatan Boja sebanyak 1 responden. Pada Kecamatan Brangsong sebanyak 15 responden. Pada Kecamatan Cepiring sebanyak 5 responden. Pada Kecamatan Gemuh sebanyak 2 responden. Pada Kecamatan Kaliwungu sebanyak 8 responden Pada Kecamatan Kaliwungu Selatan sebanyak 11 responden. Pada Kecamatan Kangkung sebanyak 4 responden. Pada

Kecamatan Kendal sebanyak 33 responden. Pada Kecamatan Limbangan sebanyak 2 responden. Pada Kecamatan Ngampel sebanyak 3 responden. Pada Kecamatan Patebon sebanyak 8 responden. Pada Kecamatan Plantungan sebanyak 2 responden. Pada Kecamatan Singorojo sebanyak 1 responden. Pada Kecamatan Sukorejo sebanyak 1 responden. Pada Kecamatan Weleri sebanyak 4 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berasal dari Kecamatan Kendal.

c. Deskriptif Usia

Hasil penyebaran kuesioner yang didapatkan dari data usia responden adalah, sebagai berikut:

Tabel 5.3

**Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ≤20	7	7.0	7.0	7.0
21-30	51	51.0	51.0	58.0
31-40	12	12.0	12.0	70.0
41-50	16	16.0	16.0	86.0
51-60	11	11.0	11.0	97.0
≥61	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(Sumber SPSS versi 23)

Berdasarkan data hasil yang didapatkan maka usia responden mayoritas adalah berusia 21-30 tahun dengan jumlah 51 atau 51%, lalu responden dengan usia 41-50 tahun sebanyak 16 atau 16% usia 31-40 berjumlah 12 atau 12%, dilanjut dengan responden berusia 51-60 tahun yaitu 11 atau 11%, lalu usia ≤20 tahun yang berjumlah 7 atau 7%, dan yang terakhir adalah usia ≥61 tahun yang berjumlah 3 atau 3%.

d. Deskriptif Pekerjaan

Dari pengisian kuesioner yang didapatkan berikut ini adalah keseluruhan hasil data dari pekerjaan responden, diantaranya:

Tabel 5.4

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ASN/PNS	6	6.0	6.0	6.0
	Ibu Rumah Tangga	7	7.0	7.0	13.0
	Pelajar/Mahasiswa	23	23.0	23.0	36.0
	Pensiunan	4	4.0	4.0	40.0
	Tenaga Kesehatan	1	1.0	1.0	41.0
	Tenaga Pendidikan	23	23.0	23.0	64.0
	Wiraswasta	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

(Sumber SPSS versi 23)

Berdasarkan data yang diperoleh jika dianalisis maka hasilnya mayoritas adalah seorang wiraswasta dengan jumlah 36 atau 36%, lalu urutan kedua dan ketiga terdapat pelajar/mahasiswa dan tenaga pendidikan yang masing-masing memiliki jumlah 23 atau 23%, urutan keempat ibu rumah tangga dengan jumlah 7 atau 7%, urutan kelima ada ASN/PNS dengan jumlah 6 atau 6 %, urutan keenam ada pensiunan dengan jumlah 4 atau 4%, dan yang terakhir ada tenaga kesehatan dengan jumlah 1 atau 1%.

e. Deskriptif Variabel

Deskripsi variabel dilakukan karena untuk menunjukkan gambaran umum dari persepsi masing-masing responden dengan indikator dari setiap variabel. Pada penelitian ini analisa deskripsi variabel dijalankan terhadap variabel independen yaitu Tingkat Pendapatan dan Kredibilitas Lembaga dan variabel dependen yaitu minat membayar zakat.

Penelitian ini menggunakan yang berisi pertanyaan. Setiap jawaban responden terhadap pertanyaan akan diukur menggunakan skala pengukuran dengan skor di mana angka – angka tersebut menunjukkan suatu posisi berdasarkan atas tanggapan para responden terhadap masing-masing indikator pertanyaan. Kategori jawaban responden dapat ditunjukkan dengan rentang skala di mana rata – rata jawaban tersebut



diperoleh. Nilai rata – rata responden dengan skor tertinggi 5 dan skor terendah 1 sehingga rentang intervalnya dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{Interval} = 0,8$$

Dengan demikian kategori jawaban responden adalah sebagai berikut:

Nilai 1,00 – 1,80 = sangat tidak baik/sangat rendah

Nilai 1,81 – 2,60 = tidak baik/rendah

Nilai 2,61 – 3,40 = cukup baik/cukup

Nilai 3,41 – 4,20 = baik/tinggi

Nilai 4,21 – 5,00 = sangat baik/sangat tinggi.

Selanjutnya, varians adalah jumlah dari semua kuadrat deviasi nilai-nilai sendiri (individual) terhadap rata-rata suatu kelompok. Standar deviasi merupakan nilai akar kuadrat dari varians yang mana digunakan untuk menilai rata-rata yang diharapkan, yang sudah disusun ke tabel frekuensi, nilai standar deviasi digunakan untuk menentukan persebaran data sampel serta melihat seberapa dekat data tersebut dengan nilai mean. Semakin besar nilai standar deviasi maka semakin beragam nilainya atau semakin tidak akurat dengan mean, dan begitupun sebaliknya apabila semakin kecil standar deviasi maka akan semakin serupa nilainya pada item atau semakin memiliki nilai keakuratan dengan nilai rata-rata (mean).

Rumus manual dari Standar deviasi adalah:

$$S = \sqrt{\frac{\sum (xi - \mu)^2}{N}}$$

Keterangan:

S = Standar deviasi

N = Jumlah data

xi = Setiap nilai populasi

$\mu$  = Rata-rata populasi

Jadi, jawaban dari 100 responden yang terkumpul masing-masing variabelnya akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Dengan indikator dalam kuesioner yang sudah disebarkan kepada responden maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.5

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X.1	100	3	5	4.24	.495
X.2	100	3	5	4.36	.503
X.3	100	3	5	4.17	.551
X.4	100	3	5	4.42	.535
X.5	100	3	5	4.33	.493
X.6	100	2	5	4.24	.553
X.7	100	3	5	4.14	.551
X.8	100	3	5	4.30	.577
X.9	100	3	5	4.13	.525
X.10	100	2	5	4.32	.548
X.11	100	2	5	4.26	.525
X.12	100	3	5	4.31	.526
X.13	100	3	5	4.36	.523
X.14	100	3	5	4.36	.503
X.15	100	3	5	4.37	.525
X.16	100	4	5	4.52	.502
X.17	100	2	5	4.17	.533
X.18	100	2	5	4.09	.683
X.19	100	2	5	4.26	.562
X.20	100	3	5	4.19	.545
Valid N (listwise)	100				

(Sumber SPSS versi 23)

Jadi berdasarkan dari tabel diatas mengenai Mean (rata-rata nilai) dari variabel X yaitu kualitas pelayanan. Untuk nilainya dari variabel X yaitu indikator berwujud (*tangibles*) dengan nomer instrumen X.1 sampai X.4 bernilai rata-rata total 4,30 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata total adalah sangat baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasi totalnya 0,521. Selanjutnya

indikator reliabilitas (*reliability*) dengan nomer instrumen X.5 sampai X.8 bernilai rata-rata total 4,25 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata total adalah sangat baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasi totalnya 0,544. Untuk indikator ketanggapan (*responsiveness*) dengan nomer instrumen X.9 sampai X.12 bernilai rata-rata total 4,26 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata total adalah sangat baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasi totalnya 0,531. Kemudian indikator jaminan dan kepastian (*assurance*) dengan nomer instrumen X.13 sampai X.16 bernilai rata-rata total 4,40 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata total adalah sangat baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasi totalnya 0,513. Indikator empati (*emphaty*) dengan nomer instrumen X.17 sampai X.20 bernilai rata-rata total 4,18 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata total adalah baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasi totalnya 0,580.

## 2. Deskriptif Variabel Kepuasan (Y1)

Dengan indikator dalam kuesioner yang sudah disebarakan kepada responden maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.6

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1.1	100	3	5	4.36	.523
Y1.2	100	3	5	4.34	.536
Y1.3	100	2	5	4.19	.563
Y1.4	100	2	5	4.26	.597
Y1.5	100	3	5	4.23	.529
Valid N (listwise)	100				

(Sumber SPSS versi 23)

Jadi berdasarkan dari tabel diatas mengenai Mean (rata-rata nilai) dari variabel Y1 yaitu kepuasan. Untuk nilainya dari variabel Y1 dengan nomer instrumen Y1.1 bernilai rata-rata 4,36 berarti

berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata adalah sangat baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasinya 0,523. Selanjutnya nomer instrumen Y1.2 bernilai rata-rata 4,34 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata adalah sangat baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasinya 0,536. Untuk nomer instrumen Y1.3 bernilai rata-rata 4,19 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata adalah baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasinya 0,563. Kemudian nomer instrumen Y1.4 bernilai rata-rata 4,26 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata adalah sangat baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasinya 0,597. Nomer instrumen Y1.5 bernilai rata-rata 4,23 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata adalah sangat baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasinya 0,527.

### 3. Deskriptif Variabel Loyalitas (Y2)

Dengan indikator dalam kuesioner yang sudah disebarkan kepada responden maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.7

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y2.1	100	2	5	4.38	.565
Y2.2	100	3	5	4.32	.490
Y2.3	100	3	5	4.24	.515
Y2.4	100	3	5	4.23	.529
Y2.5	100	2	5	4.20	.532
Valid N (listwise)	100				

(Sumber SPSS versi 23)

Jadi berdasarkan dari tabel di atas mengenai Mean (rata-rata nilai) dari variabel Y2 yaitu loyalitas. Untuk nilainya dari variabel Y2 dengan nomer instrumen Y2.1 bernilai rata-rata 4,38 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata adalah sangat baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasinya 0,565. Selanjutnya nomer instrumen Y2.2 bernilai rata-rata 4,32 berarti berdasarkan kriteria

jawaban nilai rata-rata adalah sangat baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasinya 0,490. Untuk nomer instrumen Y2.3 bernilai rata-rata 4,24 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata adalah sangat baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasinya 0,515. Kemudian nomer instrumen Y2.4 bernilai rata-rata 4,23 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata adalah sangat baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasinya 0,529. Nomer instrumen Y2.5 bernilai rata-rata 4,20 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata adalah baik, dan untuk sebaran nilai standar deviasinya 0,532.

## 2. Uji Instrumen

Uji instrumen pada penelitian ini diperoleh dari olah data melalui SPSS untuk mengetahui apakah instrumen pada penelitian ini valid dan reliabel.

### a. Uji Validitas

Pada penelitian ini peneliti menguji validitas dengan menggunakan cara membandingkan nilai  $r$  tabel dengan  $r$  hitung, yang mana apabila instrumen dapat dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Dapat dilihat dengan tabel dari distribusi  $r$  tabel dengan signifikansi 5% dan  $N$  total nya adalah 100 maka dapat diperoleh  $r$  tabel sebesar 0,1966. Hasilnya sebagai berikut:

Tabel 5.8

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	Item1	0,669	0,1966	Valid
	Item2	0,618	0,1966	Valid
	Item3	0,603	0,1966	Valid
	Item4	0,488	0,1966	Valid
	Item5	0,636	0,1966	Valid
	Item6	0,674	0,1966	Valid
	Item7	0,680	0,1966	Valid
	Item8	0,650	0,1966	Valid
	Item9	0,730	0,1966	Valid
	Item10	0,610	0,1966	Valid

	Item11	0,675	0,1966	Valid
	Item12	0,780	0,1966	Valid
	Item13	0,603	0,1966	Valid
	Item14	0,632	0,1966	Valid
	Item15	0,704	0,1966	Valid
	Item16	0,675	0,1966	Valid
	Item17	0,728	0,1966	Valid
	Item18	0,599	0,1966	Valid
	Item19	0,638	0,1966	Valid
	Item20	0,650	0,1966	Valid
Kepuasan (Y1)	Item1	0,715	0,1966	Valid
	Item2	0,756	0,1966	Valid
	Item3	0,747	0,1966	Valid
	Item4	0,700	0,1966	Valid
	Item5	0,681	0,1966	Valid
Minat Loyalitas (Y2)	Item1	0,749	0,1966	Valid
	Item2	0,775	0,1966	Valid
	Item3	0,823	0,1966	Valid
	Item4	0,804	0,1966	Valid
	Item5	0,755	0,1966	Valid

(Sumber : Data primer yang diolah, 2023)

#### b. Uji Reliabilitas

Pada pengujian reliabilitas menunjukkan seberapa besar instrument dapat dipercaya serta digunakan sebagai alat pengumpul data. Penelitian ini acuan yang dipakai adalah Cronbach alpha, yang mana instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai alpha  $> 0,6$ , dari hasil pengolahan data yang didapatkan maka berikut ini adalah hasilnya:

Tabel 5.9

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.931	20

(Sumber : Data primer yang diolah, 2023)

Tabel 5.10  
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan (Y1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.766	5

(Sumber : Data primer yang diolah, 2023)

Tabel 5. 11  
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas (Y2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.839	5

(Sumber : Data primer yang diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 5.9, 5.10, dan 5.11 dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,931 dan variabel kepuasan memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,766 dan untuk variabel loyalitas memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,839 maka dengan ini berarti bahwa nilai-nilai tersebut lebih besar dari 0,6 sehingga bisa dikatakan bahwa instrumen pada variabel kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas dikatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat bahwa nilai residual dari variabel berdistribusi itu normal atau tidak. Pada penelitian ini analisis uji normalitasnya menggunakan satatistik One-sample Kolmogrov-Smirnov Test dengan menggunakan SPSS dengan kriteria yang dipakai adalah melalui pendekatan atau nilai Exact Sig. (2-tailed). Penggunaan metode exact disini di karenakan asymptotic memberikan hasil yang gagal apabila

data kecil, sedangkan exact bisa mendapatkan nilai akurat untuk data yang memiliki ukuran kecil. Apabila data berdistribusi normal menggunakan ( $\text{Sig} > \alpha$ ), pada penelitian ini menggunakan nilai  $\alpha$  ( $\alpha$ ) 0,05, berikut merupakan uji normalitasnya:

Tabel 5.12

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>				
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan	Loyalitas
N		100	100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	85.45	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	7.114	1.10070772	1.11689528
Most Extreme Differences	Absolute	.118	.098	.122
	Positive	.118	.092	.122
	Negative	-.082	-.098	-.097
Test Statistic		.118	.098	.122
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 <sup>c</sup>	.019 <sup>c</sup>	.001 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		.113	.272	.094
Point Probability		.000	.000	.000
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				
c. Lilliefors Significance Correction.				

(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Dari hasil uji normalitas menggunakan *one-sample Kolmogorov Smirnov* hasil nilai sign nya lebih dari 0,05 jadi dengan demikian dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas ini digunakan karena untuk mendeteksi suatu matriks variabel independen dan dependen, cara yang digunakan adalah perhitungan nilai tolerance dan VIF, dikatakan adanya multikolinieritas jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih dari 10. Apabila nilai VIF kurang dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas. Berikut merupakan tabel dari hasil uji multikolinieritas yang didapatkan dari responden:



Tabel 5.13

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan  
(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Tabel 5.14

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Loyalitas  
(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Tabel 5.15

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Loyalitas	1.000	1.000

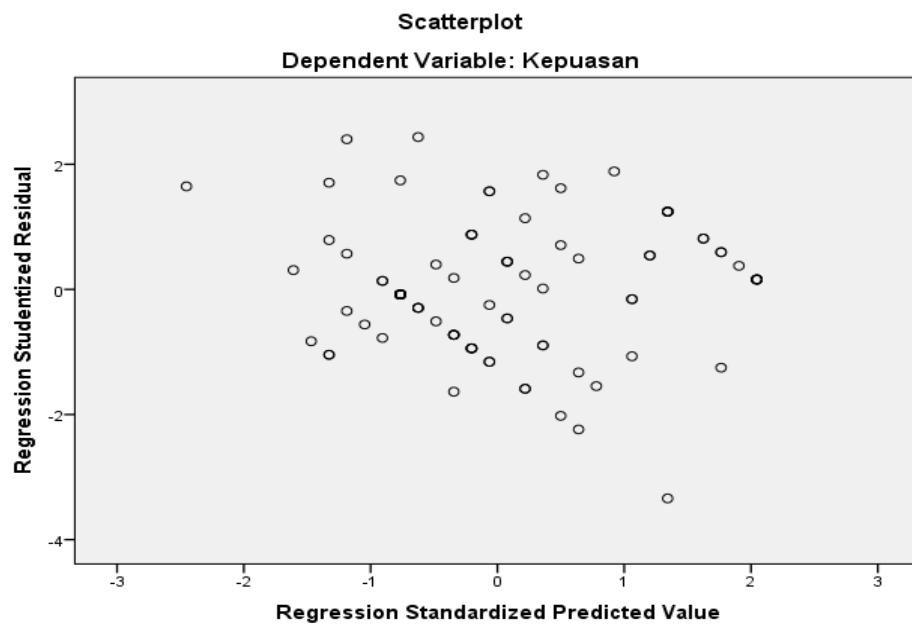
a. Dependent Variable: Kepuasan  
(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Berdasarkan Coefficient pada tabel 5.13, 5.14, 5.15 dapat diketahui bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) 1,000 dan nilai tolerance 1,000. Jadi dari perolehan nilai tersebut dinyatakan terbebas dari gejala multikolinieritas karena nilai VIF tidak melebihi angka 10 sedangkan tolerancinya tidak kurang dari 0,10.

c. Uji Heteroskedastisitas

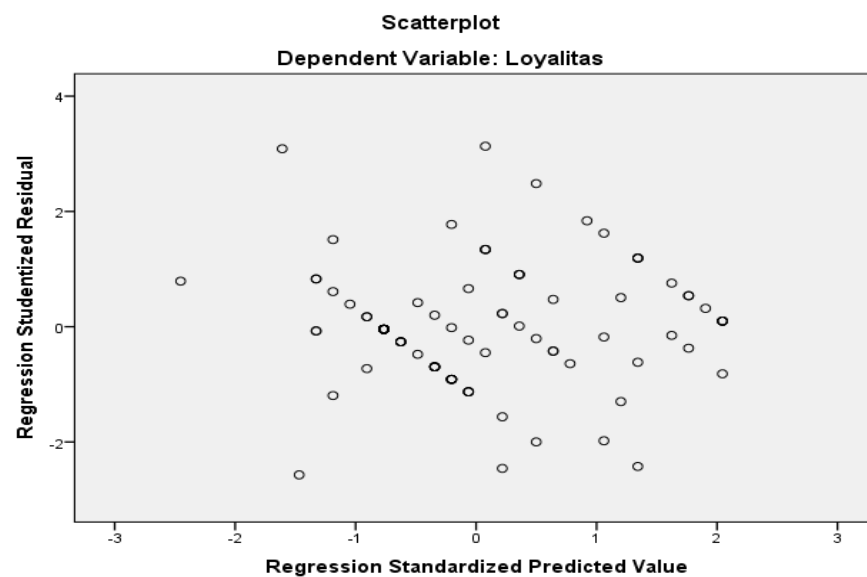
Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan Uji Scatterplot, yaitu sebagai berikut:

Gambar 5.1  
Hasil Uji Heterokedastisitas Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan



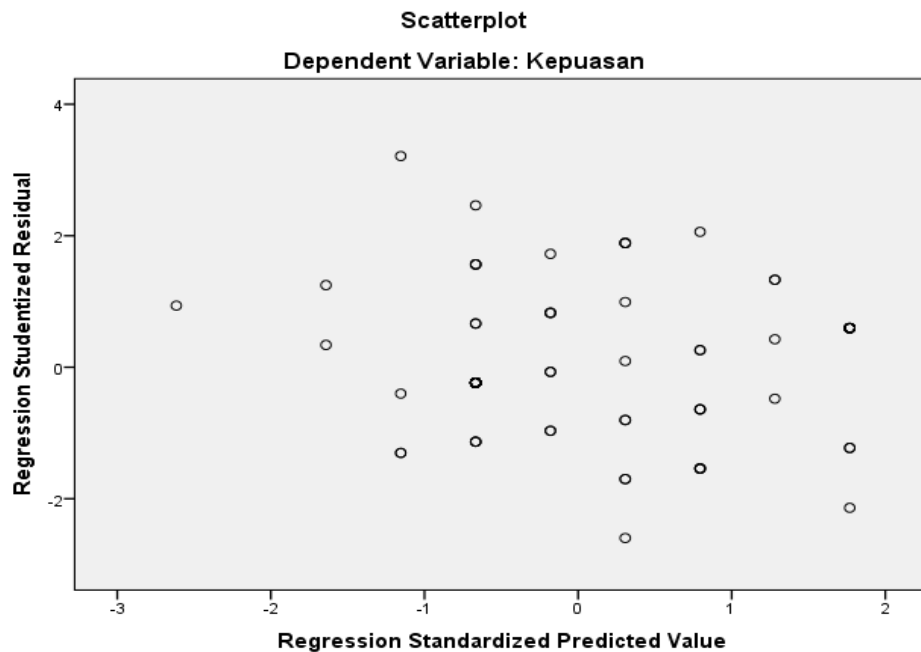
(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Gambar 5.2  
Hasil Uji Heterokedastisitas Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas



(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Gambar 5.3  
Hasil Uji Heterokedastisitas Kepuasan terhadap Loyalitas



(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Hasil pengujian heteroskedastisitas pada gambar 5.1, 5.2, dan 5.3 menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji T

Uji t pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Dengan melihat hasil yang didapatkan dari pengisian kuisisioner oleh responden sehingga memperoleh data sebagai berikut:

Tabel 5.16

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.122	1.340		.838	.404
	Kualitas Pelayanan	.237	.016	.837	15.169	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Tabel 5.17

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.678	1.360		.499	.619
	Kualitas Pelayanan	.242	.016	.839	15.269	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Tabel 5.18

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.921	1.177		3.330	.001
	Loyalitas	.817	.055	.833	14.897	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Berdasarkan hasil data yang didapatkan pada uji t hitung untuk kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan (Y1) sebesar 15,169. Untuk Kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas (Y2) sebesar 15,269 dan untuk kepuasan (Y1) terhadap loyalitas (Y2) sebesar 14,897. Diperoleh untuk nilai t tabel

adalah 1,664 dari hasil ini dapat di analisis bahwa  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel. selain itu nilai Sig. dari tabel diatas juga menunjukkan lebih kecil dari 0,05 ini berarti variabel X memiliki pengaruh terhadap Y1, variabel X memiliki pengaruh terhadap Y2, dan variabel Y1 memiliki pengaruh terhadap Y2.

b. Uji F

Uji F ini diperlukan karena untuk menguji signifikansi pada koefisien regresi dari variabel dalam model simultan, ini berarti Uji F digunakan untuk menguji signifikansi dari kualitas pelayanan pada LAZISMU Kabupaten Kendal yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki. Hasil dari Uji F nya adalaah sebagai berikut:

Tabel 5.19

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	281.616	1	281.616	230.093	.000 <sup>b</sup>
	Residual	119.944	98	1.224		
	Total	401.560	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Tabel 5.20

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	293.812	1	293.812	233.150	.000 <sup>b</sup>
	Residual	123.498	98	1.260		
	Total	417.310	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Tabel 5.21

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	278.546	1	278.546	221.906	.000 <sup>b</sup>
	Residual	123.014	98	1.255		
	Total	401.560	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Loyalitas

(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Berdasarkan hasil tabel 5.19, 5.20, dan 5.21 dapat menjadikan kesimpulan bahwa hasil nilai F secara berurutan adalah (230,093), (233,150), (221,906) dengan tingkat signifikansi masing-masing 0,000, jadi nilai sig. nya lebih kecil dari 0,05 yang dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan (Y1), kualitas pelayanan (X) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas (Y2), dan kepuasan (Y1) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas (Y2).

c. Koefisien Deteminasi

Koefisien determinasi dilakukan dengan tujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 5.22

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 <sup>a</sup>	.701	.698	1.106

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Tabel 5.23

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 <sup>a</sup>	.704	.701	1.123

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas

(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Tabel 5.24

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 <sup>a</sup>	.694	.691	1.120

a. Predictors: (Constant), Loyalitas

b. Dependent Variable: Kepuasan

(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Dengan keterangan R bahwa:

- 0,71 – 1,0: Tingkat Pengaruh Sangat Kuat
- 0,41 – 0,7: Tingkat Pengaruh Kuat
- 0,21 – 0,4: Tingkat Pengaruh Rendah
- 0,0 -0,2: Tingkat Pengaruh Sangat Rendah

Berdasarkan hasil dari tabel 5.22 dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,837 yang artinya antara variabel X dan Y1 memiliki pengaruh yang sangat kuat. Tabel 5.23 dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,839 yang artinya antara variabel X dan Y2 memiliki pengaruh yang sangat kuat. tabel 5.24 dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,833 yang artinya antara variabel Y1 dan Y2 memiliki pengaruh yang sangat kuat.

Sedangkan untuk nilai R Square pada tabel 5.22 sebesar 0,701 atau 70,1% artinya variasi kepuasan yang dapat diterangkan oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 70,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Untuk nilai R Square pada tabel 5.23 sebesar 0,704 atau 70,4%

artinya variasi loyalitas yang dapat diterangkan oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 70,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Dan untuk nilai R Square pada tabel 5.24 sebesar 0,694 atau 69,4% artinya variasi loyalitas yang dapat diterangkan oleh variabel kepuasan sebesar 69,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

## 5. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah suatu model regresi linier yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan hasil data yang diperoleh dari responden maka untuk tabel mengenai analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 5.25

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.122	1.340		.838	.404
	Kualitas Pelayanan	.237	.016	.837	15.169	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)

Tabel 5.26

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.678	1.360		.499	.619
	Kualitas Pelayanan	.242	.016	.839	15.269	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

(Sumber: Data primer yang diolah, 2023)



Berdasarkan tabel 5.25 dan 5.26 didapatkan rumus uji linier berganda yaitu:

$$X = 1,122 + 0,237Y1 + 0,242Y2$$

Pada rumus regresi linier berganda diatas maka dapat dijabarkan bahwa:

- Pada konstanta tabel 5.25 memiliki nilai konstanta positif yaitu 1,122 berarti menunjukkan nilai positif terhadap variabel Y1 (Kepuasan) dan Y2 (Loyalitas).
- Nilai koefisien regresi variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap Y1 (Kepuasan) yaitu 0,237 , dalam hal ini berarti apabila variabel X (Kualitas Pelayanan) mengalami kenaikan satu satuan maka Y1 (Kepuasan) akan mengalami peningkatan sebesar 0,237 atau 23,7%.
- Begitupun untuk nilai koefisien dari variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap Y2 (Loyalitas) yaitu 0,242 artinya apabila variabel X (Kualitas Pelayanan) mengalami peningkatan satu satuan nantinya Y2 (Loyalitas) akan mengalami kenaikan sebesar 0,242 atau 24,2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa analisis regresi linier berganda dari variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan (Y1) dan loyalitas (Y2) berpengaruh positif.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil dari pengujian statistik yang bisa dilihat bahwa secara simultan dan parsial variabel independen secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut merupakan hasil penjelasan mengenai hipotesis yang akan diajukan pada penelitian ini, diantaranya yaitu:

### **1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal**

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian didasarkan pada selisih atau perbedaan antara yang ideal dengan yang aktual, jika nilai yang ideal dipersepsikan dengan yang dialami adalah sama maka pelanggan akan merasa puas, bila terjadi

perbedaan antara yang ideal dipersepsikan oleh pelanggan dan yang dialami maka dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Jadi kepuasan dapat dirasakan oleh pelanggan melalui pengukuran perbedaan antara apa yang diharapkan pelanggan dengan apa yang diterima pelanggan dari pihak penyedia jasa.

Berdasarkan hasil data yang didapatkan dari tabel 5.16 pada uji t hitung untuk kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan (Y1) sebesar 15,169. Diperoleh untuk nilai t tabel adalah 1,664 dari hasil ini dapat di analisis bahwa  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ . selain itu nilai Sig. dari tabel diatas juga menunjukkan lebih kecil dari 0,05 ini berarti variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan (Y1).

## **2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal**

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu faktor penentu perkembangan lembaga yaitu terpenuhinya layanan yang diterima atau *service quality*. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan sama dengan yang diharapkan oleh para pelanggan, maka akan menciptakan loyalitas dan pelanggan tidak akan berpindah ke lembaga yang lain. Loyalitas merupakan kesetiaan pelanggan terhadap sebuah produk atau jasa yang sukses memenuhi harapannya. Loyalitas tidak dapat terbentuk sebelum adanya proses pembelian, karena loyalitas juga terbentuk karena adanya kesan kualitas dan pengalaman dalam menggunakan barang atau jasa.

Berdasarkan hasil tabel 5.20 dapat menjadikan kesimpulan bahwa hasil nilai F adalah 233,150 dengan tingkat signifikansi 0,000 jadi nilai sig. nya lebih kecil dari 0,05 yang dinyatakan kualitas pelayanan (X) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas (Y2).

### **3. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal**

Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Dengan terciptanya tingkat kepuasan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas. Lembaga harus dapat memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan yang dapat dilakukan melalui survei kepuasan. Layanan yang berkualitas akan mampu menciptakan loyalitas pelanggan. Sebagai perwujudan kesetiaan yang mendalam, kesetiaan pelanggan akan nampak dalam perilaku loyal yang diindikasikan oleh komitmen untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan hasil tabel 5.24 untuk nilai R Square sebesar 0,694 atau 69,4% artinya variasi loyalitas yang dapat diterangkan oleh variabel kepuasan sebesar 69,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Dapat dilihat juga bahwa nilai R sebesar 0,833 yang artinya antara variabel Y1 dan Y2 memiliki pengaruh yang sangat kuat.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Adapun kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan dari rumusan masalah yaitu:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal dapat dilihat dari hasil uji T pada tabel 5.16 pada uji t hitung untuk kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan (Y1) sebesar 15,169. Diperoleh untuk nilai t tabel adalah 1,664 dari hasil ini dapat di analisis bahwa  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ . selain itu nilai Sig. dari tabel diatas juga menunjukkan lebih kecil dari 0,05 ini berarti variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan (Y1).
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal dapat dilihat dari hasil uji F pada tabel 5.20 dapat menjadikan kesimpulan bahwa hasil nilai F adalah 233,150 dengan tingkat signifikansi 0,000 jadi nilai sig. nya lebih kecil dari 0,05 yang dinyatakan kualitas pelayanan (X) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas (Y2).
3. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi pada tabel 5.24 untuk nilai R Square sebesar 0,694 atau 69,4% artinya variasi loyalitas yang dapat diterangkan oleh variabel kepuasan sebesar 69,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Dapat dilihat juga bahwa nilai R sebesar 0,833 yang artinya antara variabel Y1 dan Y2 memiliki pengaruh yang sangat kuat.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta kesimpulan, adapun implikasi dari penelitian yang telah dilakukan dalam bentuk saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun beberapa saran yang dapat disampaikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Saran untuk LAZISMU Kabupaten Kendal

- Meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan baik itu kepada muzakki maupun mustahik
- Melakukan survei kepuasan kepada muzakki maupun mustahik
- Memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan dari muzakki maupun mustahik

2. Saran untuk peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya. Untuk lebih memperbaiki terkait beberapa saran yaitu:

- Menambah jumlah responden penelitian, karena dari peneliti ini hanya 100 responden yang mana populasi dari muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal sebanyak 9.889 pada tahun 2023.
- Mempertimbangkan variabel lain yang digunakan yang dapat menjadi pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas, seperti variabel kredibilitas lembaga, transparansi dan akuntabilitas.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Abdullah, Ma'ruf. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Ahyar, H. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Arif, M Nur Rianto al-. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*. Bandung: Alfabeta.
- Bramso, Robert. 2004. *Customer Loyalty*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Darwin, Muhammad, Marianne Reynelda Mamondol, Salman Alparis Sormin, Yuliana Nurhayati, dkk. 2021. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Penerbit CV. Media Sains Indonesia.
- Daryanto, Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Departemen Agama RI. 2004. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Cet 1. Bandung: J-Art.
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Huda, Nurul. 1993. *Zakat Perspektif Mikro-Makro*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kotler, Philip dan A.B. Susanto. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lovelock, Wirtz dan Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi (Perspektif Indonesia)*. Jakarta: Erlangga.
- Lupioyadi, Rambat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupioyadi, Rambat, dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Pelayanan Edisi Dua*, Jakarta: Salemba Empat.
- Narbuko, Cholid dan Achmadi, Abu. 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Priyatno, Dwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utomo.
- Saerozi. 2022. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketaatan Beragama Masyarakat Nelayan Juwana Pati*. Semarang: Fatawa Publishing.
- Salim, Gendro. 2013. *Marketing Itu Mudah*. Jakarta : PT.Bhuana Ilmu Populer.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif* . Jakarta: Kencana.

- Soemitra, Andri. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Edisi Pertama, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2018. *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryani dan Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suryati, Lili. 2015. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Cetakan Pertama, Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Susanto, Herry dan Khaerul Umam, 2013 *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Cet. Ke-1, Bandung: Pustaka Setia.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.
- Yazid. 1999. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Zeithaml, Valerie A. dan Mery Jo Bitner. 2006. *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*, 4th Edition. New York: McGraw Hill.

### **Jurnal:**

- Asdiansyuri, Ulfiyani. 2016. "Analisis Pengaruh Pengeluaran Zakat, Infak, dan Sedekah Terhadap Kesejahteraan Muzakki (Studi pada BAZNAS di Kabupaten Lombok Barat)". *International Journal of Social and Local Economic Governance (IJLEG)*. 2(1).
- Churiyah, Madziatul dan Windi Wiradani. 2012. "Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Melalui Yayasan Amal Sosial Ash Shohwah Malang". *Memoderasi. Modernisasi*. 8(3).
- Fuaddi, Husni. 2017. "Zakat Profesi Dalam Tinjauan Ekonomi Islam". *Jurnal Al-Amwal* 6(2).
- Hendrianto. 2016. "Kepuasan Muzakki Terhadap Kualitas Pelayanan Zakat Pada BAZ (Badan Amil Zakat) kabupaten Kerinci". *Jurnal Al-Falah: Journal Of Islamic Economics*. 1(2).
- Husni, Said Musnadi dan Faisal. 2018. "Pengaruh Lingkungan Kerja, Kompensasi, dan Motivasi terhadap Kepuasan Kerja serta Dampaknya terhadap Loyalitas Kerja Pegawai Rutan di Provinsi Aceh (Studi Kasus pada Rutan Klan IIB Banda Aceh dan Rutan Klas II B Jantho)". *Jurnal Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsyiah*. 2(1).

- Jumriani. 2021. “Pengaruh Akuntabilitas, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Muzakki Terhadap Loyalitas Muzakki”. *Journal Of Islamic Management*. 2(1).
- Kuntari, Bela Dwi, Srikandi Kumadji, Kadarisman Hidayat. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International TBK-Daihatsu Malang”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 36(1).
- Marfu’ah, Usfiyatul. 2017. “Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural”, *Islamic Communication Journal*, 2(2).
- Mukhlis, Ahmad dan Irfan Syauqi Beik. 2013. “Analisis Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Membayar Zakat : Studi Kasus Kabupaten Bogor”. *Jurnal al-Muzara’ah*. 1(1).
- Oliver, Richard L. 1999. “Whence Consumer Loyalty?”. *Journal of Marketing*. Vol 63.
- Permatasari, Citra dan Nurul Huda. 2022. “Analisis Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat terhadap Loyalitas Muzaki”. *As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal*. 1(1).
- Purwanto, Nfn. 2019. “Variabel Dalam Penelitian Pendidikan”. *Jurnal Teknodik*, 6115.
- Rochman, Tefur, Hendri Tanjung, Fahrudin Sukarno. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki Di Amil Zakat Daerah Kabupaten Cilacap”. *KASABA: Journal Of Islamic Economy*. (10)2.
- Safitri, Diah dan Ahmad Nurkhin, 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzaki Melalui Kepuasan Muzaki dan Kepercayaan Muzakki”. *EEAJ* 8(2).
- Safrodin. 2019. “Uslub Al-Da’wah dalam Penafsiran Al-Qur’an: Sebuah Upaya Rekonstruksi”. *Jurnal Ilmu Dakwah*. 39(1).
- Said, Syihabudin, Tenny Badina, Syarah Syahidah. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Melalui Kepuasan Muzakki Sebagai Variabel Intervening Pada Badan Amil zAkat Nasional (BAZNAS) Kota Serang”. *Journal Of Islamic Economics, Finance & Banking*. 4(1).
- Savitri, Fania Mutiara, Syifa Varah Lila, Kharom Hija Tuhu, Ilham Akbar Zulfikar. 2023. “Urgensi Pengimplementasian Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Rangka Mengoptimalkan Kualitas Pelayanan Biro Umroh PT Ar-Rahman Tour Kendal”. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran*. 1(2).
- Susanto, Dedy. 2017. “Manajemen Pengembangan Sumber Daya Santri Berbasis Teknologi Tepat Guna Di Pondok Pesantren (Perspektif Dakwah)”. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 37(2).
- Sutomo, Mukhamad Najib, Setiadi Djohar. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (Laz) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki (Studi Kasus LAZ PKPU Yogyakarta)”. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. 3(1).



- Syakuro, Ahmad Abdan dan Khusnul Fikriyah. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Donatur DI Lembaga Amil Zakat Muhammadiyah (LAZISMU) Kabupaten Mojokerto". *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*. 3(2).
- Wijayanto. Kusuma. 2015. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank". *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. 17(1).
- Yuliafitri, Indah dan Asma Nur Khoiriyah, 2016. "Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (studi pada LAZ Rumah Zakat)". *Jurnal Ekonomi Islam*. 7(2).

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ary Susanto  
Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 22 Oktober 2000  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Alamat : Dk. Pujirejo RT 2 RW 4  
Ds. Blorok Kec. Brangsong  
Kab. Kendal Jawa Tengah  
No Hp : 089699897932  
Email : [arys3572@gmail.com](mailto:arys3572@gmail.com).

Pendidikan Formal

2018-sekarang : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang  
2015-2018 : SMA Negeri 1 Kaliwungu  
2012-2015 : SMP Negeri 2 Brangsong  
2006-2012 : SD Negeri 2 Blorok

## LAMPIRAN

### Lampiran 1.1 Surat Ijin Riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185  
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website [www.fakdakom.walisongo.ac.id](http://www.fakdakom.walisongo.ac.id)

Nomor : 1233/Un.10.4/K/KM.05.01/10/2023  
Hal : **Permohonan Ijin Riset**

Semarang, 3/10/2023

Kepada Yth.  
Ketua LAZISMU Kabupaten Kendal  
di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Ary Susanto  
NIM : 1801036134  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Lokasi Penelitian : LAZISMU Kabupaten Kendal  
Judul Skripsi : Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas Muzakki LAZISMU Kabupaten Kendal

Bermaksud melakukan Riset penggalan data di tempat penelitian pada instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dekan,  
Kepala Bagian Tata Usaha  
  
MUNTOHA  


Tembusan Yth. :  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

## Lampiran 1.2 Kuisisioner

### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS MUZAKKI LAZISMU KABUPATEN KENDAL

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan ini saya "Ary Susanto" mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang bermaksud untuk melaksanakan penelitian dalam rangka tugas akhir karya ilmiah (skripsi). Mohon kesedian Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuesioner dan mengisi data diri yang sebenar-benarnya sebagai data yang peneliti gunakan untuk mengerjakan tugas akhir. Dengan ini peneliti berjanji akan menjaga hasil dari data diri dari Bapak/Ibu/Sdr. Demikian, atas perhatiannya peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu/Sdr.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

#### A. Identitas Responden

1. Nama : .....
2. Usia : .....
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan \*
4. Pekerjaan : Guru/Ibu Rumah Tangga/Pelajar/PNS/Wirausaha/Wiraswsta/Lain-Lain\*
5. Alamat : .....

B. Petunjuk Pengisian Berilah tanda (√) pada kolom yang sudah tersedia dengan jawaban Bapak/Ibu/Sdr. Setiap butir pertanyaan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban:

1. Sangat Setuju = SS
2. Setuju = S
3. Ragu-Ragu = RR
4. Tidak Setuju = TS
5. Sangat Tidak setuju = STS

### Draft Pertanyaan

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
<b>Kualitas Pelayanan (X)</b>						
1	LAZISMU Kabupaten Kendal memiliki ruangan bersih, nyaman dan teratur					
2	Pegawai LAZISMU Kabupaten Kendal selalu berpenampilan rapi dan islami					
3	LAZISMU Kabupaten Kendal memiliki sarana dan prasarana yang lengkap					
4	Lokasi LAZISMU Kabupaten Kendal strategis dan mudah dijangkau					
5	Pelayanan yang diberikan oleh LAZISMU Kabupaten Kendal cepat, akurat, dan terpercaya					
6	LAZISMU Kabupaten Kendal memiliki standar pelayanan yang mudah dipahami					
7	LAZISMU Kabupaten Kendal memiliki website yang memudahkan muzakki untuk memperoleh informasi terkait perkembangan lembaga					
8	LAZISMU Kabupaten Kendal memberikan pelayanan yang memuaskan					
9	LAZISMU Kabupaten Kendal merespon cepat keluhan muzakki					
10	LAZISMU Kabupaten Kendal memberikan nomor kontak yang mudah dihubungi					
11	Pegawai LAZISMU Kabupaten Kendal membantu muzakki dalam mengurus administrasi					
12	LAZISMU Kabupaten Kendal selalu siap memberikan pelayanan saat dibutuhkan					

13	Pegawai LAZISMU Kabupaten Kendal memiliki pemahaman zakat yang luas					
14	LAZISMU Kabupaten Kendal memberikan jaminan keamanan kepada muzakki terkait penyaluran dana zakat					
15	LAZISMU Kabupaten Kendal mampu menanamkan kepercayaan muzakki dalam menyalurkan zakatnya					
16	Pegawai LAZISMU Kabupaten Kendal selalu melayani muzakki dengan sopan dan ramah					
17	LAZISMU Kabupaten Kendal memahami kebutuhan muzakki					
18	Pegawai LAZISMU Kabupaten Kendal dan muzakki memiliki hubungan personal yang dekat					
19	Jam operasional LAZISMU Kabupaten Kendal memudahkan muzakki					
20	Pegawai LAZISMU Kabupaten Kendal segera meminta maaf saat terjadi kesalahan dalam memberikan pelayanan					
<b>Kepuasan Muzakki (Y1)</b>						
21	LAZISMU Kabupaten Kendal menyediakan layanan zakat secara online					
22	LAZISMU Kabupaten Kendal memberikan kemudahan muzakki dalam mengakses informasi dana zakat					
23	Pelayanan yang diberikan LAZISMU Kabupaten Kendal sesuai dengan kebutuhan muzakki					
24	Muzakki bersedia merekomendasikan LAZISMU Kabupaten Kendal kepada orang lain					
25	Muzakki turut serta dalam merekomendasikan penyaluran dana zakat					

	LAZISMU Kabupaten Kendal					
<b>Loyalitas Muzakki (Y2)</b>						
26	Muzakki puas terhadap pelayanan yang diberikan LAZISMU Kabupaten Kendal					
27	Muzakki senang terhadap penyaluran zakat yang dilakukan LAZISMU Kabupaten Kendal					
28	Muzakki selalu mendukung promosi yang dilakukan LAZISMU Kabupaten Kendal					
29	Muzakki memiliki komitmen yang tinggi terhadap LAZISMU Kaabupaten Kendal					
30	Muzakki turut serta dalam program yang diadakan LAZISMU Kabupaten Kendal					

### Lampiran 1.3 Dokumentasi



(Gambar 1 : Dokumentasi bersama staf LAZISMU/6 November 2023)



(Gambar 2 : Dokumentasi bersama Ibu Rumah Tangga/8 November 2023)



(Gambar 3 : Dokumentasi bersama Mahasiswa/9 November 2023)



(Gambar 4 : Dokumentasi bersama pelajar/10 November 2023)



**Lampiran 1.4 Data Karakteristik Responden**

Responden	Alamat	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan
Responden 1	Sukorejo	46 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 2	Kangkung	25 tahun	Perempuan	Wiraswasta
Responden 3	Weleri	44 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 4	Boja	33 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 5	Kendal	52 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 6	Patebon	24 tahun	Perempuan	Wiraswasta
Responden 7	Brangsong	29 tahun	Perempuan	Guru
Responden 8	Brangsong	19 tahun	Laki-laki	Mahasiswa
Responden 9	Kendal	20 tahun	Perempuan	Mahasiswa
Responden 10	Kendal	19 tahun	Laki-laki	Mahasiswa
Responden 11	Kendal	29 tahun	Laki-laki	Guru
Responden 12	Brangsong	40 tahun	Perempuan	Guru
Responden 13	Brangsong	33 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 14	Kaliwungu Selatan	31 tahun	Perempuan	Guru
Responden 15	Brangsong	27 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
Responden 16	Brangsong	21 tahun	Laki-laki	Mahasiswa
Responden 17	Brangsong	36 tahun	Perempuan	Guru
Responden 18	Brangsong	31 tahun	Perempuan	Wiraswasta
Responden 19	Kaliwungu Selatan	27 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
Responden 20	Kendal	29 tahun	Perempuan	Guru
Responden 21	Cepiring	22 tahun	Perempuan	Mahasiswa
Responden 22	Brangsong	33 tahun	Perempuan	Guru
Responden 23	Brangsong	28 tahun	Perempuan	Perawat
Responden 24	Kendal	29 tahun	Perempuan	Guru
Responden 25	Cepiring	55 tahun	Perempuan	PNS
Responden 26	Patebon	23 tahun	Laki-laki	Mahasiswa
Responden 27	Kaliwungu Selatan	23 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 28	Kendal	29 tahun	Perempuan	Guru
Responden 29	Gemuh	48 tahun	Perempuan	Guru
Responden 30	Brangsong	23 tahun	Perempuan	Mahasiswa
Responden 31	Brangsong	37 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 32	Kaliwungu	21 tahun	Laki-laki	Mahasiswa
Responden 33	Kaliwungu Selatan	29 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
Responden 34	Patebon	31 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 35	Limbangan	24 tahun	Laki-laki	Mahasiswa
Responden 36	Singorojo	22 tahun	Perempuan	Mahasiswa
Responden 37	Kendal	23 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 38	Kendal	24 tahun	Laki-laki	Mahasiswa
Responden 39	Kaliwungu	23 tahun	Perempuan	Wiraswasta
Responden 40	Cepiring	56 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 41	Kendal	22 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 42	Kaliwungu	45 tahun	Perempuan	Dosen

Responden 43	Weleri	42 tahun	Laki-laki	Guru
Responden 44	Kangkung	41 tahun	Perempuan	Guru
Responden 45	Weleri	41 tahun	Laki-laki	Guru
Responden 46	Kendal	20 tahun	Laki-laki	Freelance
Responden 47	Patebon	23 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 48	Plantungan	24 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 49	Kendal	23 tahun	Laki-laki	Mahasiswa
Responden 50	Kaliwungu	24 tahun	Laki-laki	Mahasiswa
Responden 51	Weleri	24 tahun	Perempuan	Wiraswasta
Responden 52	Kaliwungu	19 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 53	Patebon	25 tahun	Laki-laki	Freelance
Responden 54	Plantungan	23 tahun	Laki-laki	Mahasiswa
Responden 55	Kendal	25 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 56	Brangsong	25 tahun	Laki-laki	Freelance
Responden 57	Limbangan	23 tahun	Perempuan	Mahasiswa
Responden 58	Cepiring	22 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 59	Kendal	23 tahun	Perempuan	Wiraswasta
Responden 60	Kaliwungu Selatan	23 tahun	Laki-laki	Mahasiswa
Responden 61	Kangkung	24 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 62	Kangkung	25 tahun	Laki-laki	Mahasiswa
Responden 63	Kaliwungu	23 tahun	Perempuan	Mahasiswa
Responden 64	Kaliwungu	23 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 65	Kaliwungu	24 tahun	Perempuan	Mahasiswa
Responden 66	Kaliwungu Selatan	23 tahun	Laki-laki	Mahasiswa
Responden 67	Kaliwungu Selatan	23 tahun	Perempuan	Wiraswasta
Responden 68	Kaliwungu Selatan	52 tahun	Perempuan	Guru
Responden 69	Kaliwungu Selatan	35 tahun	Perempuan	Guru
Responden 70	Kendal	22 tahun	Perempuan	Wiraswasta
Responden 71	Kendal	52 tahun	Perempuan	Guru
Responden 72	Kendal	25 tahun	Perempuan	Wiraswasta
Responden 73	Gemuh	29 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 74	Kendal	46 tahun	Laki-laki	ASN
Responden 75	Kendal	57 tahun	Laki-laki	ASN
Responden 76	Kaliwungu Selatan	50 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
Responden 77	Kendal	46 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
Responden 78	Kendal	47 tahun	Laki-laki	PNS
Responden 79	Kendal	66 tahun	Laki-laki	Pensiunan ASN
Responden 80	Kaliwungu Selatan	35 tahun	Laki-laki	Guru
Responden 81	Kendal	60 tahun	Perempuan	Pensiunan ASN
Responden 82	Patebon	57 tahun	Perempuan	Wiraswasta
Responden 83	Kendal	58 tahun	Laki-laki	Pensiunan

				ASN
Responden 84	Kendal	23 tahun	Perempuan	Guru
Responden 85	Kendal	40 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 86	Kendal	55 tahun	Laki-laki	Guru
Responden 87	Kendal	50 tahun	Perempuan	PNS
Responden 88	Patebon	48 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
Responden 89	Kendal	24 tahun	Laki-laki	ASN
Responden 90	Brangsong	41 tahun	Perempuan	Guru
Responden 91	Kendal	50 tahun	Laki-laki	Guru
Responden 92	Kendal	62 tahun	Perempuan	Pensiunan PNS
Responden 93	Kendal	50 tahun	Perempuan	Wiraswasta
Responden 94	Patebon	62 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
Responden 95	Kendal	57 tahun	Laki-laki	Guru
Responden 96	Ngampel	23 tahun	Laki-laki	Mahasiswa
Responden 97	Cepiring	17 tahun	Perempuan	Pelajar
Responden 98	Ngampel	24 tahun	Laki-laki	Wiraswasta
Responden 99	Brangsong	17 tahun	Laki-laki	Pelajar
Responden 100	Ngampel	28 tahun	Perempuan	Wiraswasta

### Lampiran 1.5 Hasil Data Tabulasi Responden

NO	SOAL																				Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	88
2	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	85
4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	92
5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	95
6	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	85
7	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	88
8	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	85
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
11	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	76
12	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	89
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
14	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
15	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	90
16	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	89
17	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	83
19	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
21	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	77
22	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	68
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
25	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	85
26	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	76
27	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	77
28	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
30	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97
31	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	88
32	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	85
33	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	90
34	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	84
35	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	86
36	3	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	76
37	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	75
38	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	4	3	4	5	5	5	3	4	5	3	74
39	4	5	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	3	87
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	82
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
42	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	77

43	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	86
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	98
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
48	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	2	3	3	81
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
53	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81
54	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
55	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	83
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
57	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	87
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	81
60	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	98
61	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	95
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
64	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81
65	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82
66	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	83
67	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	88
68	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	2	5	4	4	76
69	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	95
70	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	5	3	5	3	5	4	3	78
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
72	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	93
73	4	5	3	5	5	3	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	87
74	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	84
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
76	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	93
77	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	79
78	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
79	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	87
80	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	97
81	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	84
82	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	84
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	99
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	79
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
86	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	98
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
88	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	94
89	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	89
90	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	84

91	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	80
92	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	95
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
94	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	93
95	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	91
96	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	86
97	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	86
98	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	90
99	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	86
100	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	84

**Lampiran 1.6 Hasil Data Tabulasi Responden**

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

43	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25
44	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
45	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
46	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
48	5	5	4	4	5	23	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
60	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
61	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
62	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
63	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
67	5	5	4	5	3	22	5	5	4	4	5	23
68	5	5	2	2	4	18	2	4	4	5	4	19
69	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
70	3	5	3	5	3	19	5	3	4	4	4	20
71	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
72	5	4	4	5	5	23	5	4	5	4	5	23
73	5	5	5	4	4	23	5	4	3	3	4	19
74	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20
76	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	5	25
77	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
78	4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21
79	4	4	4	5	5	22	4	5	4	5	4	22
80	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
81	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
82	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
83	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
84	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19
85	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
86	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	4	24
87	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
88	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	5	24
89	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
90	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21



91	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
92	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	3	23
93	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
94	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	5	21
95	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22
96	5	5	4	4	4	22	5	5	4	5	4	23
97	5	4	4	4	4	21	5	5	4	5	4	23
98	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	4	22
99	4	5	4	4	4	21	5	5	4	5	4	23
100	5	5	5	4	3	22	4	5	3	4	4	20