

**PENGARUH KEPERCAYAAN MUNFIK DAN CITRA  
LEMBAGA TERHADAP MINAT BERINFAK DI NU-  
CARE LAZISNU JAWA TENGAH**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**AHMAD SAEFUL MUBAROK**

**1801036142**

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

**SEMARANG**

**2024**

## PERSETUJUAN 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 terhadap naskah skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : Ahmad Saeful Mubarak  
NIM : 1801036142  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Munfik dan Citra Lembaga terhadap Minat Berinfak di NU-CARE LAZISNU JAWA TENGAH

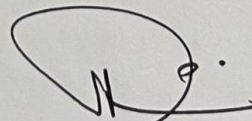
Dengan ini kami menyatakan telah menyetujui naskah tersebut dan oleh karenanya mohon untuk segera diujikan.

Atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 21 September 2024

Pembimbing



**Dr. Saerozi, S. Ag., M. Pd**

NIP. 197106051998031004

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Saeful Mubarak

NIM : 1801036142

Judul Skripsi : PENGARUH KEPERCAYAAN MUNFIK DAN CITRA  
LEMBAGA TERHADAP MINAT BERINFIAK DI NU-CARE  
LAZISNU JAWA TENGAH

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, 21 September 2024

Yang menyatakan,



Ahmad Saeful M

18101036142





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)

**PENGARUH KEPERCAYAAN MUNFIK DAN CITRA LEMBAGA TERHADAP MINAT  
MUNFIK BERINFRAK DI NU-CARE LAZISNU JAWA TENGAH**

Oleh :

Ahmad Saeful Mubarak

1801036142

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 22 November 2024 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

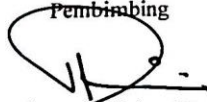
Penguji III

  
**Lukmanul Hakim, S.T., M.Sc.**  
NIP 199101152019031010

Penguji IV

  
**Julananda Putri Sahasti, M.Pd.**  
NIP 19970716202122007

Mengetahui,  
Pembimbing

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

Disahkan oleh  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Pada tanggal 22 Desember 2024



### BERITA ACARA UJIAN

Nama	Ahmad Saeful M
NIM	1801036142
Program Studi	Manajemen Dakwah
Judul Skripsi	Pengaruh Kepercayaan Munfik dan Citra Lembaga Terhadap Minat Berinfak di NU-CARE LAZISNU JAWA TENGAH
Hari, Tanggal Ujian	
Waktu Ujian	
Tempat Ujian	
Pembimbing	
Ketua Sidang	
Sekretaris Sidang	
Penguji I	
Penguji II	

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur peneliti 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, Peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Munfik dan Citra Lembaga terhadap Minat Berinfak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah”** guna memenuhi dan melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos.).

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

1. Prof. Dr. Nizar M.Ag. Rektor UIN Walisongo Semarang beserta staf dan jajarannya.
2. Prof. Dr. H Moh Fauzi, M.Ag Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang jugaseluruh dosen dan stafnya
3. Dedy Susanto, S.Sos.I, M.S.I. dan Lukmanul Hakim, M.Sc. 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 Peneliti selama menuntut ilmu di UIN Walisongo Semarang.
7. Kepada orang tua yang selalu mendoakan dan mendukung Peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
8. Kakak dan adik yang selalu mendorong secara ugal ugalan.
9. LAZISNU JAWA TENGAH yang sudah berkenan untuk dijadikan tempat

penelitian.

10. Para munfik yang bersedia menjadi responden dan sudah meluangkan waktunya.
11. Keluarga MD-D18 yang telah memberikan dukungan, semangat serta memberikan saran dalam menyelesaikan Penelitian skripsi.
12. Semua pihak yang sudah membantu dalam proses menyelesaikan skripsi yang tidak bisa Peneliti sebutkan satu persatu.
13. Tak lupa kepada FSTVLST dan THE JEBLOGS yang senantiasa mengiri di setiap pengerjaan skripsi dan terus melanjutkan hidup.

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

Wassalamu`alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Semarang, 20 September 2024

Peneliti,

Ahmad Saeful M

## **PERSEMBAHAN**

Peneliti persembahkan skripsi ini teruntuk:

1. Kedua orang tua Peneliti Bapak Najib Multazam dan Alm Ibu Siti Hasanah yang selalu memberikan doa, dukungan serta semangat terhadap Peneliti dalam menyelesaikan pendidikan dan menyusun skripsi.
2. Kakak Peneliti yaitu Noor Ahmad Haris, Sofiatul Aqidah dan Adik Malihatun Masfufah yang selalu ada dan mendukung dalam pengerjaan skripsi, serta keponakan Aqila dan Ghina yang selalu menghibur.
3. Keluarga MD D 18 yang sudah menemani dan menjadi teman selama perkuliahan.

## DAFTAR ISI

<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Tinjauan Pustaka .....	5
F. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II KERANGKA TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. Kepercayaan .....	10
1. Pengertian Kepercayaan .....	10
2. Jenis-Jenis Kepercayaan .....	10
3. Dimensi Kepercayaan .....	11
4. Aspek Kepercayaan .....	12
B. Citra Lembaga .....	13
1. Pengertian Citra Lembaga .....	13
2. Jenis-Jenis Citra Lembaga .....	14
C. Minat .....	16
1. Pengertian Minat .....	16
2. Fungsi Minat .....	17
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat .....	18
D. Model Konseptual .....	18

E. Hipotesis .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	20
B. Definisi Operasional .....	20
C. Sumber dan Jenis Data .....	21
D. Populasi dan Sampel .....	22
E. Teknik Pengumpulan Data .....	23
F. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	24
G. Teknik Analisis Data .....	25
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM NU-CARE LAZISNU</b>	
<b>JAWA TENGAH .....</b>	<b>29</b>
A. Profil NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah .....	29
B. Latar Belakang .....	29
C. Tujuan .....	29
D. Visi dan Misi .....	30
E. Landasan Yuridis .....	31
F. Susunan Organisasi .....	32
G. Program .....	33
<b>BAB V PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
A. Paparan Data .....	34
1. Analisis Deskriptif .....	34
2. Uji instrumen .....	42
3. Uji Asumsi Klasik .....	45
4. Uji Hipotesis .....	49
5. Hasil Regresi Model Penelitian .....	51
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	53
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>57</b>
A. Kesimpulan .....	57
B. Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>6</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel Skala Penelitian .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabel Variabel Peneltian .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabel 5.1 Deskriptif Jenis Kelamin .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 5.2 Deskriptif Usia .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 5.3 Deskriptif Pekerjaan .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 5.4 Deskriptif Alamat .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 5.5 Deskriptif Variabel Kepercayaan Munfik (X1) .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 5.6 Deskriptif Variabel Citra Lembaga (X2) .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 5.7 Deskriptif Minat Berinfak (Y) .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel kepercayaan munfik (X1) .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 5.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra lembaga (X2) .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 5.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Munfik (Y) .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 5.12 Uji Normalitas .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 5.13 Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 5.14 Uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 5.15 Hasil Analisa Uji T .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 5.16 Hasil Analisa Uji F .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 5.17 Hasil Analisa Koefesisen Determinasi .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 5.18 Hasil Analisa Regresi linier .....</b>	<b>52</b>

## ABSTRAK

Ahmad Saeful Mubarak, 1801036142, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Munfik Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Berinfak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah”.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui dan menganalisis ada tidaknya pengaruh antara kepercayaan terhadap minat berinfak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah; 2) mengetahui dan menganalisis ada tidaknya pengaruh antara citra lembaga terhadap minat berinfak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah; 3) mengetahui dan menganalisis ada tidaknya pengaruh antara kepercayaan dan citra lembaga terhadap minat berinfak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah.

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 disebar 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 ujiheteroskedastisitas), analisis uji hipotesis (uji T, uji F, koefisien determinan, dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada uji T yang menunjukkan nilai t-hitung variabel Kepercayaan Munfik terhadap Minat Munfik sebesar  $7.174 > 1.66071$ . Hal tersebut berarti bahwa variabel kepercayaan munfik (X1) memiliki pengaruh terhadap variabel minat berinfak munfik (Y). diketahui pada tabel uji T yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung untuk variabel citra Lembaga terhadap variabel minat Munfik diketahui sebesar  $10.525 > 1.66071$ . Selain itu, nilai signifikansi dari tabel uji T juga sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hal tersebut berarti bahwa variabel citra lembaga (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel minat berinfak munfik (Y). Pada tabel koefisien determinasi diketahui bahwa R Square memiliki nilai sebesar 0.881 atau 88.1% hal tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel independent memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel dependen.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Salah satu aspek yang mempengaruhi seseorang memberikan infak ada tiga faktor yaitu, pertama, sebagian masyarakat yang tidak tahu bahwa dia ingin berinfaq, mereka hanya tahu bahwa infaq hanya dilakukan pada orang-orang tertentu dan pada tempat-tempat tertentu. Kedua, ketidakmauan masyarakat untuk berinfaq atau kurangnya kesadaran. Sebagian masyarakat merasa tidak perlu untuk memberikan infaq karena perilaku kikirnya. Ketiga, ketidakpercayaan terhadap Badan Amil Zakat/Lembaga Amil Zakat, Infak dan Sadakah, sehingga masyarakat memberikan infak langsung kepada orang yang ingin dituju. Selain itu mereka juga beranggapan bahwa memberikan infaq secara langsung kepada mustahiq lebih baik daripada kepada lembaga pengelola zakat dan infak. Jawa Tengah memiliki potensi zakat yang cukup besar, data IPPZ tahun 2019 menunjukkan bahwa potensi zakat di wilayah tersebut mencapai 20 triliun. Mayoritas penduduk muslim di Jawa Tengah mencapai 96,74 persen. Potensi zakat di Jawa Tengah masih jauh dari realistis.

Dari paragraf di atas diketahui bahwa kepercayaan memainkan peran penting dalam menarik minat masyarakat untuk menyalurkan ZIS kepada suatu lembaga amil zakat. Kepercayaan juga memiliki peran penting dalam kelangsungan hidup lembaga amil zakat, infak dan sadakah tergantung pengelolaan, pengumpulan dan pemberdayaan dana yang dimiliki (Ulum dan Cahyono, 2020:196). (Sumadi dan Priliastuti, 2021:13) mengatakan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap badan atau lembaga pengelola zakat mempengaruhi minat seseorang untuk menyalurkan zakat. Kepercayaan pada dasarnya adalah kemauan suatu pihak untuk mengandalkan pihak lain, yaitu pihak yang mendapat kepercayaan (Sahroni, 2022: 193).

Kepercayaan pada LAZISNU yang diandalkan sebagai lembaga sosial yang amanah dengan program yang berorientasi untuk kesejahteraan mustahik membuat muzakki dan munfik lebih tertarik menyalurkan dana ZIS nya disana (Wulandari, 2021:11). Dengan kepercayaan memungkinkan individu untuk

secara sukarela menjadi pengguna layanan yang disediakan setelah mempertimbangkan karakteristik penyedia layanan tersebut. Hal tersebut membuktikan bahwa dengan kepercayaan dapat mempengaruhi minat seseorang, sehingga diketahui bahwa kepercayaan seorang munfik memiliki peran penting terhadap minat munfik untuk berinfak.

(Suryaningsih dan Julijanto, 2023:75) dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa kepercayaan mampu memberi pengaruh terhadap minat berinfak dan sedekah seorang munfik. Selain kepercayaan, menurut (Muawanah, 2019:113) citra lembaga juga memiliki pengaruh terhadap minat seorang munfik untuk berinfak. Citra lembaga disini diartikan sebagai pandangan khalayak atau publik terhadap sesuatu institusi atau objek yang dihasilkan dari institusi tersebut. Citra lembaga menimbulkan anggapan yang berkembang dalam pikiran publik tentang fakta yang nampak di institusi tersebut (Haki, 2020:86).

Penyebab minat dalam citra lembaga salah satunya berasal dari faktor emosional yaitu minat yang mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Apabila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal ini akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut (Saleh dan Wahab, 2014:264). Dalam hal ini jika seseorang melihat citra lembaga yang baik terhadap lembaga tersebut maka diharapkan dapat menimbulkan minat Munfiq untuk berinfaq. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut (Sahroni, 2022:194).

(Muawanah, 2019:115) juga mengatakan bahwa citra lembaga adalah kesan atau persepsi seseorang mengenai realita dari perusahaan yang muncul dari pengetahuan dan pengalamannya. Jadi citra lembaga dapat diartikan sebagai karakter dari lembaga itu sendiri dan cara lembaga mengusahakan untuk mempengaruhi kesan orang terhadap lembaga. Citra yang baik dari suatu lembaga dapat mempengaruhi minat seorang muzakki dan munfik untuk membayar ZIS (Haki, 2020:94). Diperolehnya penghargaan sebagai LAZ pengumpulan terbaik oleh LAZISNU pada bulan maret lalu semakin

menunjukkan bahwa LAZISNU memiliki citra lembaga yang baik (nucare.id). Hal tersebut menarik Peneliti untuk mengangkat citra lembaga sebagai salah satu variabel independen dalam penelitian ini, sebab perolehan infak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah belum dimanfaatkan dengan maksimal oleh Masyarakat. Diketahui dari data perolehan 3 tahun sebelumnya.

Melihat salah satu program NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah yaitu koin NU yang bertujuan untuk berkhidmat dalam rangka membantu kesejahteraan umat, mengangkat harkat sosial dengan mendayagunakan dana ZIS dan dari berbagai segi program yang di terapkan oleh LAZISNU untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Program tersebut dilakukan oleh warga Nahdliyin dengan cara mengumpulkan uang receh (koin) dari rumah-rumah warga dan tempat-tempat toko peracangan. Adanya program koin NU ini diharapkan dapat mempermudah masyarakat terkhusus masyarakat NU untuk berinfaq.

Program ini disambut dengan baik oleh masyarakat, selain untuk menyadarkan warga akan pentingnya berinfaq juga dapat digunakan sebagai pendidikan bagi anak-anak tentang indahnya berbagi terhadap sesama Guntur dan (Huda, 2021:16). Dalam pelaksanaan pengumpulannya tidak ada unsur paksaan, melainkan munfiq dengan sukarela meminta kotak infaq tersebut, yang kemudian dapat diisi oleh seluruh anggota keluarga. Apalagi progam ini bisa dengan uang receh yang nilainya sering dianggap kurang berharga, justru menjadikan dana ZIS semakin bertambah, karena dengan nilai uang receh yang dianggap ringan, membuat masyarakat merasa tidak keberatan dalam bersadakah atau infaq. Namun ternyata program koin ini masih belum dimanfaatkan dengan maksimal.

Padahal dana dari infak ini memiliki peran penting untuk kesejahteraan mustahik dan atau untuk pemberdayaan para mustahik. Sehingga minat seorang munfik untuk berinfaq tentunya juga mempunyai peran terhadap banyak sedikitnya dana infak yang diperoleh suatu lembaga (Kasanah, 2021: 57). Selain itu dana infak yang terkumpul dari program koin NU juga memiliki manfaat yang signifikan terhadap kelangsungan program-program yang dijalankan. Infak

sendiri sebagai ibadah yang fleksibel dan ibadah yang tidak mengenal nisab. Tentu jangkauan pengumpulannya menjadi jauh lebih banyak dan dibanding jangkauan pengumpulan dana ibadah lain seperti zakat. Hal ini menyebabkan perolehan dana infaq lebih banyak daripada penghimpunan dana zakat jika proses pengumpulannya berjalan dengan baik.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh pada minat munfik dalam berinfaq di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah?
2. Apakah citra lembaga berpengaruh pada minat munfik dalam berinfaq di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan dan citra lembaga terhadap minat berinfaq di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas maka tujuannya, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan berpengaruh pada minat munfik dalam berinfaq di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra lembaga berpengaruh pada minat munfik dalam berinfaq di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan dan citra lembaga terhadap minat berinfaq di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah.

## **D. Manfaat Penelitian**

Secara substansi penelitian ini diharapkan memberi manfaat:

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan serta mengembangkan khasanah keilmuan dakwah untuk jurusan Manajemen Dakwah khususnya terkait pengaruh inensitas Pengaruh Kepercayaan Munfik dan Citra Lembaga terhadap Minat Berinfaq Di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah, serta menjadi bahan referensi atau acuan dalam penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi lembaga terhadap minat berinfaq di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah tersendiri.

## E. Tinjauan Pustaka

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

*Pertama*, artikel ilmiah karya Risalatul Muawanah tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Citra Lembaga terhadap Minat Donatur Membayar ZIS (Zakat, Infaq dan Shadaqah) di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (LAZ-UQ) Jombang”. Penelitian itu dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan citra lembaga, baik secara parsial maupun simultan terhadap minat donatur membayar ZIS (Zakat, Infaq dan Shadaqah). Bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan citra lembaga, baik secara parsial maupun simultan terhadap minat donatur membayar ZIS (Zakat, Infaq dan Shadaqah). Persamaan penelitian itu dengan penelitian yang akan diangkat Peneliti terletak pada variabel yang diteliti, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Dimana penelitian itu focus terhadap minat Donatur dalam membayar ZIS sedangkan penelitian yang akan diangkat Peneliti fokus terhadap minat Munfik untuk berinfaq di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah.

*Kedua*, skripsi karya Tamitua Suryaningsih tahun 2023 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat dalam Berinfaq dan Bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah Kecamatan Gatak”. Penelitian itu bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah. hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah dipengaruhi oleh variabel lain yang

tidak dimasukkan dalam penelitian itu seperti faktor citra lembaga, religiusitas dan kepuasan. Kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah, artinya kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.

*Ketiga*, jurnal ilmiah karya Muhamad Sahroni tahun 2022 dengan judul “Kepercayaan dan Citra Lembaga terhadap Minat Munfiq untuk Berinfaq di Lazisnu Kabupaten Kebumen”. Dilakukannya penelitian itu bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan *Trust* dan *Institutional Image* terhadap minat Munfiq berinfaq melalui Lazisnu Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian itu menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  artinya *Trust* dan *Institutional Image* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Munfiq berinvestasi di Lazisnu Kabupaten Kebumen. Sedangkan hasil uji parsial (uji t) semua variabel berpengaruh signifikan terhadap Minat Munfiq dengan tingkat signifikansi untuk variabel Kepercayaan sebesar  $0,005 < 0,05$  dan untuk variabel citra kelembagaan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Persamaan penelitian itu dengan penelitian yang akan diangkat Peneliti terletak pada variabel yang diteliti baik itu independent maupun dependennya, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian. penelitian itu dilakukan di Kabupaten Kebumen sedangkan penelitian yang diangkat Peneliti dilakukan di Semarang.

*Kempat*, Jurnal ilmiah karya Ahmad Bayu Fadillah tahun 2021 dengan judul “Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pendapatan, Dan Pengetahuan Sedekah Terhadap Keputusan Bersedekah di KOIN NU-CARE LAZISNU”. Tujuan dari penelitian itu adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas, pendapatan, dan pengetahuan sedekah terhadap keputusan bersedekah di Koin NU-CARE LAZISNU. Hasil dari analisis regresi logistik yang digunakan menunjukkan bahwa variabel tingkat religiusitas, pendapatan, dan pengetahuan sedekah secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan bersedekah di Koin NU Care Lazisnu Lowokwaru Kota Malang. Persamaan penelitian itu dengan yang akan diangkat Peneliti terletak pada variabel

independen dan dependen yang diteliti. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang akan diteliti yaitu KOIN NU-CARE LAZISNU.

*Kelima*, Jurnal ilmiah karya Sumadi dan Ditu Priliastuti tahun 2021 dengan judul “Pengaruh pendapatan, kepercayaan dan religiusitas terhadap minat untuk membayar zakat penghasilan”. Penelitian itu dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, keyakinan, dan religiusitas terhadap minat membayar zakat penghasilan. Penelitian itu merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian itu menunjukkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat penghasilan. Sebaliknya, kepercayaan dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat penghasilan. Sementara itu, pendapatan, keyakinan, dan religius secara simultan mempengaruhi warga Desa Makamhaji Kartasura untuk membayar zakat penghasilan. Persamaan dengan penelitian yang akan diangkat Peneliti terletak pada variabel yang akan diangkat yaitu kepercayaan terhadap minat seseorang. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang akan diteliti dan variabel lain yang digunakan.

#### **F. Sistematika Penelitian**

Untuk mempermudah memahami dan mendapatkan gambaran secara ringkas mengenai skripsi itu, maka peneliti memaparkan informasi-informasi yang di peroleh dalam bentuk sistematika guna untuk acuan pokok dimana dibagi menjadi tiga bagian 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 itu terdapat latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan skripsi.

## **BAB II : KERANGKA TEORI**

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang akan diangkat dimana bersifat relevan dengan permasalahan yang dimiliki oleh penelitian itu, seperti sub bab pertama mengenai kepercayaan. Sub bab kedua tentang citra lembaga. Sub bab ketiga mengenai minat. Sub keempat mengenai hipotesis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

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

## **BAB IV : GAMBARAN UMUM LAZISNU JAWA TENGAH**

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

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

Bab ini Peneliti 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 IV : PENUTUP**

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran/rekomendasi.

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

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **A. Kepercayaan**

##### **1. Pengertian Kepercayaan**

Kepercayaan adalah kepercayaan dari orang lain terhadap pihak tertentu dalam melaksanakan hubungan atau transaksi didasarkan pada keyakinan terhadap orang tersebut bahwa suatu yang diharapkan dapat memenuhi harapannya. Kemudian pendapat lain menurut Mayer et al dalam kepercayaan adalah kesiapan individu untuk memperoleh akibat dari aktivitas yang dilakukan oleh orang lain didasarkan atas hasrat bahwa pihak tersebut dapat memenuhi keinginan. (Priansa, 2017:116). Pendapat Lain menurut Kotler dan Keller kepercayaan merupakan bagian terpenting dari faktor psikologis dimana berkaitan dengan keyakinan bahwa hal tersebut benar atau tidak atas dasar bukti, sugesti, otoritas, pengalaman serta instuisi. Menurut (Doddy dan Diana, 2023:8).

Morgan dan Hunt mengemukakan bahwa kepercayaan adalah variabel kunci dalam mengembangkan keinginan yang tahan lama untuk terus mempertahankan hubungan jangka panjang. Kepercayaan akan membangun persepsi konsumen, apakah merek memiliki integritas, kompetensi dan *benevolence* dan lainnya yang akan mempengaruhi sikap dan perilaku (Bahrudin dan Zuhro, 2023:6). Menurut (Mowen and Minor Priansa, 2017:116) Kepercayaan Konsumen (*Consumer Beliefs*) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya

Berdasarkan penjelasan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah keyakinan kepada orang lain atau pihak lain terkait dengan suatu hal didasarkan bukti, sugesti dan pengalaman sehingga dapat memenuhi keinginan kedua belah pihak yang bersangkutan

##### **a. Jenis-Jenis Kepercayaan**

- 1) Kepercayaan atribut objek yaitu pengetahuan tentang sebuah objek memiliki atribut khusus yang disebut kepercayaan atribut objek. Kepercayaan atribut objek menghubungkan sebuah atribut dengan objek, seperti seseorang, barang, atau jasa.
- 2) Kepercayaan atribut manfaat seseorang di mana konsumen mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah mereka dan memenuhi kebutuhan mereka, dengan kata lain memiliki atribut yang memberikan manfaat yang dapat dikenal.
- 3) Kepercayaan yang dibentuk dengan menghubungkan objek dan manfaatnya. Kepercayaan objek dan manfaat merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh produk, orang atau jasa tertentu yang akan memberikan manfaat tertentu.

b. Dimensi Kepercayaan

(Utami, 2019:172-173) menyatakan dua dimensi paling penting dari kepercayaan adalah:

- 1) Kepercayaan Keyakinan (*Trusting Belief*) *Trusting belief* adalah sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam suatu situasi tertentu. *Trusting belief* adalah persepsi pihak yang percaya (konsumen) terhadap pihak yang dipercaya (perusahaan/pemasar) dimana perusahaan memiliki karakteristik yang akan memberikan keuntungan bagi konsumen. Tiga elemen yang akan membangun *trusting belief* adalah *benevolence*, *integrity* dan *competence*.
  - a) Niat baik (*Benevolence*) berkaitan dengan seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan penjual untuk melayani kepentingan konsumen secara berkelanjutan.
  - b) Integritas (*Integrity*) berkenaan dengan seberapa besar keyakinan *seseorang* terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

- c) Kompetensi (*Competence*) adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan penjual untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi adalah kemampuan penjual untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
- 2) Niat Mempercayai (*Trusting Intention*) *Trusting intention* adalah suatu hal yang disengaja dimana seseorang siap bergantung pada orang lain dalam suatu situasi, itu terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain. McKnight et.al. menyatakan bahwa ada dua elemen yang membangun *trusting intention* yaitu *willingness to depend* dan *subjective probability of depending*.
- a) Kesiediaan kebergantungan (*Willingness to Depend*) *Willingness to depend* adalah kesiediaan konsumen untuk bergantung kepada penjual berupa penerimaan risiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.
- b) Kesiediaan secara subjektif (*Subjective Probability of Depending*) *Subjective probability of depending* merupakan kesiediaan konsumen secara subjektif berupa pemberian informasi pribadi kepada penjual, melakukan transaksi serta bersedia untuk mengikuti saran atau permintaan dari penjual.
- c. Aspek-Aspek Kepercayaan

Menurut Blackey pada (Udayana dan Pramana, 2019:114) aspek kepercayaan customer atau *customer trust* dapat diringkas menjadi tiga pilar umum yaitu:

- 1) *Ability*, mengacu pada kompetensi profesional untuk memenuhi tugas inti kepemimpinan eksekutif. Kita bisa bersikap sebaik yang kita inginkan, jujur serta terbuka dan peduli, tetapi jika kita terus mengecewakan dalam hal pengiriman, maka kepercayaan terhadap bisnis kita akan hilang.

- 2) *Benevolence of business*, mengacu pada kepedulian kita terhadap kesejahteraan orang lain. Dapat diartikan kita menunjukkan harapan baik kita kepada orang lain melalui perawatan, kemurahan hati dan kebaikan.
- 3) *Integrity*, mengacu pada sejauh mana kita “sejalan dengan apa yang kita ucapkan”. Kita harus dapat diandalkan dalam perilaku kita dan secara konsisten hidup sesuai dengan nilai-nilai dan standar yang telah kita tetapkan untuk diri kita sendiri dan organisasi. *Integrity* memiliki komponen etis: yaitu menyiratkan kejujuran, keterbukaan, dan bersikap adil.

## **B. Citra Lembaga**

### **a. Pengertian Citra**

Citra menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah (kata benda) gambar, rupa, gambaran; gamabaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau (produk); kesan mental atau bayangan visual yang dibutuhkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi. Citra adalah dunia menurut persepsi (Somirat, 2002:114).

Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations Technique*, memaknai citra sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Citra juga bisa diartikan sebagai perasaan, gambaran dari publik terhadap lembaga atau organisasi; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Citra terbentuk atas adanya persepsi yang berkembang dalam benak publik terhadap realitas yang muncul. Seberapa jauh citra akan terbentuk ditentukan oleh bagaimana public relation mampu membangun persepsi yang didasarkan realitas yang terjadi.

Citra yang dibentuk akan merepresentasikan jati diri lembaga yang sesungguhnya. Bila suatu lembaga hendak menunjukkan citra terbaiknya, maka harus yakin bahwa ia telah menghasilkan produk yang terbaik pula,

untuk segmen pasarnya. Pada prinsipnya persepsi segmen tersebut dipengaruhi oleh pengetahuan atau perkiraan konsumen terhadap lembaga. Karenanya setiap lembaga harus menguasai aliran informasi tentang citra positif mereka, yang mengalir ke segmen pasarnya. Untuk mencapai hal tersebut maka perlu dilakukan beberapa hal, antara lain:

1. Menentukan tipe citra yang akan dikenalkan kepada pasar.
2. Aktif mengambil inisiatif untuk memperkenalkan citra tersebut, misalnya berbagai kanal informasi.
3. Tidak memaparkan citra secara berlebihan.
4. Upaya membentuk citra baik perlu dilakukan secara bertahap.
5. Memilih dan menetapkan kanal dan sarana penyampaian citra yang terbaik (Sutojo, 2004: 34).

#### **b. Jenis-Jenis Citra**

Frank Jefkins mengelompokkan citra menjadi beberapa macam antara lain:

- 1) *Mirror Image* (Cerminan Citra). Yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaan. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar, terhadap organisasinya. Citra itu seringkali tidak tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar. Dalam situasi yang biasa, sering muncul fantasi semua orang menyukai kita.
- 2) *Current Image* (Citra yang Berlaku). Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra itu sepenuhnya ditentukan oleh banyak-sedikitnya informasi yang dimiliki oleh mereka yang memercayainya.
- 3) *Multiple Image* (Citra Majemuk). Yaitu adanya image yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan tingkah laku yang

berbeda-beda atau tidak seirama dengan tujuan atau asas organisasi kita. *Corporate Image* (Citra Perusahaan). Apa yang dimaksud dengan citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.

- 4) *Wish Image* (Citra yang Diharapkan). Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen atau suatu organisasi. Citra yang diharapkan biasanya dirumuskan dan diterapkan untuk sesuatu yang relatif baru, ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai mengenainya.
- 5) *Performance Image* (Citra Penampilan). Citra penampilan itu lebih ditujukan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri (*performance image*) para profesional pada perusahaan yang bersangkutan. Misalnya dalam memberi berbagai bentuk dan kualitas pelayanan, menyambut telpon, tamu, dan pelanggan serta publiknya, harus serba menyenangkan serta memberikan kesan yang selalu baik (Ruslan, 2008: 77).

Dalam konteks penelitian itu, jenis citra yang hendak ditelaah adalah citra lembaga (*corporate image*). Artinya mencakup keseluruhan citra, tidak sekedar citra atas produk ataupun layanan semata, namun mencakup keseluruhan aspek citra lembaga.

Citra lembaga memiliki peranan sangat penting dalam memengaruhi keputusan masyarakat untuk melakukan tindakan dalam kaitannya zakat ataupun sedekah. Bagi lembaga yang memiliki citra positif di masyarakat, akan memperoleh keuntungan lebih, dikarenakan nama baiknya di masyarakat. hal tersebut akan membuat lembaga memperoleh kepercayaan dari masyarakat. Dalam pandangan Gronroos dalam Sutisna mengidentifikasi empat peran citra bagi suatu lembaga; (a) Citra menceritakan harapan, (b) Penyaring yang memengaruhi persepsi pada lembaga, (c) Fungsi dari pengalaman dan juga harapan masyarakat, (d) Pengaruh penting bagi lembaga (Ruslan, 2008:77).

Sebagai konsekuensi dari hal tersebut diatas, merupakan suatu keharusan bagi para pengelola suatu lembaga untuk:

- 1) Mampu menghimpun potensi masyarakat untuk perkembangan lembaga secara optimal.
- 2) Selalu bekerja sama dengan masyarakat dalam setiap aktivitas lembaga (kolaboratif).
- 3) Mampu memenuhi kebutuhan masyarakat secara luas. Lembaga mampu menjadi perekat masyarakat dalam melaksanakan aktivitas.

Citra yang baik dari suatu organisasi atau lembaga pendidikan merupakan aset yang sangat penting, karena citra mempunyai suatu dampak persepsi publik dan operasi organisasi dalam berbagai hal. Sebagaimana Firsan Nova mengatakan citra perusahaan atau pendidikan yang baik dan kuat mempunyai manfaat-manfaat sebagai berikut:

- 1) Daya saing jangka menengah dan jangka panjang (*mid and long term sustainable competitive position*).
- 2) Menjadi perisai selama masa krisis (*an insurance for a adverse times*).
- 3) Menjadi daya tarik eksekutif handal (*attraction the best executives available*).
- 4) Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran (*increasing effectiveness of marketing instrument*).
- 5) Penghematan biaya operasional (*cost saving*).

## **C. Minat Infak**

### **a. Pengertian minat**

Minat adalah suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap sesuatu kegiatan sehingga mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan tersebut tanpa paksaan. Minat juga merupakan perangkat mental yang terdiri dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, dan kecenderungan (Kambuaya, 2015:160).

Menurut Porbakawatja dan Harahab minat diartikan kesedihan jiwa yang sifatnya aktif untuk menerima sesuatu dari luar. kemudian menurut

Shaleh dan wahab minat adalah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan tindakan seseorang terhadap objek yang diminati tersebut dengan disertai perasaan senang (Shaleh, 2014:263). Mahfudz Shalahuddin menjelaskan bahwa minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. (Andi, 2019:206-207).

Beberapa pengertian minat yang kemukakan para ahli di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa minat adalah suatu pemusatan perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan, kesenangan, kecenderungan, keinginan yang tidak disengaja untuk menerima sesuatu dari luar.

#### **b. Fungsi Minat**

Minat merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi usaha yang dilakukan seseorang. Minat yang kuat akan menimbulkan usaha yang serius dan kerja keras, dan tidak mudah putus asa dalam menghadapi tantangan. Jika seorang seseorang memiliki minat yang tinggi terhadap sesuatu, ia akan melakukan segala sesuatu untuk mencapai hal tersebut. (Ngalim Purwanto, 2015:76-77) menjelaskan bahwa ada 3 fungsi minat, yaitu:

- 1) Mendorong manusia untuk berbuat. Jadi sebagai penggerak atau motor yang memberikan energi kepada seseorang untuk melakukan sesuatu.
- 2) Menentukan arah perbuatan, yakni ke arah perwujudan suatu tujuan atau cita-cita yang hendak dicapai.
- 3) Menyeleksi perbuatan, yakni menentukan perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi, guna mencapai tujuan dengan menyisihkan perbuatan-perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut.

Menurut (Thoha, 2013:109-110), ada beberapa fungsi minat bagi kehidupan adalah sebagai berikut:

- 1) Minat mempengaruhi bentuk intensitas cita-cita.
- 2) Minat sebagai pendorong yang kuat.
- 3) Prestasi selalu dipengaruhi oleh jenis dan intensitas minat seseorang.

Minat yang terbentuk sejak masa kanak-kanak sering terbawa seumur hidup karena minat membawa kepuasan. Seseorang cenderung untuk

mengulang-ulang tindakan yang didasari dengan minat, dan minat itu dapat bertahan selama hidup.

### **c. Aspek dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat**

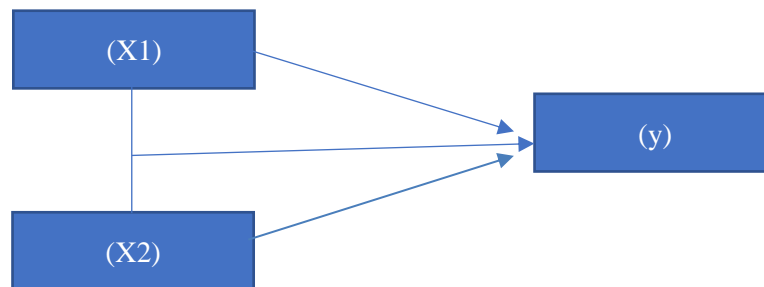
Minat dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang menghubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhan sendiri. Aspek-aspek minat menurut (Andi, 2019:207) yang mengutip pendapat dari pendapat Hurlock terdapat dua aspek minat, yaitu:

- 1) Aspek kognitif, didasarkan pada konsep yang dikembangkan seseorang mengenai bidang yang berkaitan dengan minat, serta konsep yang membangun aspek kognitif adalah pengalaman dan apa yang dipelajari dari lingkungannya.
- 2) Aspek afektif, menunjukkan pada derajat emosional yang dinyatakan dalam bentuk proses menilai untuk menentukan kegiatan yang disenangi. Minat pada diri seseorang tentunya juga tidak tiba-tiba muncul akan tetapi ada faktor yang mempengaruhi seseorang dalam minat sesuatu. Berikut faktor yang mempengaruhi minat menurut Abdul Shaleh dalam bukunya psikologi pengantar dalam perspektif Islam menjelaskan bahwa minat timbul dari tiga faktor di antaranya:
- 3) Dorongan dari dalam diri individu itu sendiri, seperti dorongan untuk makan, maka seseorang akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.
- 4) Motif sosial, dari situ minat dapat bangkit untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, misalnya minat untuk belajar timbul karena ingin mendapatkan penghargaan dari masyarakat.
- 5) Faktor emosional, minat berhubungan erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut (Shaleh, 2014:246).

### **D. Model konseptual**

Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang telah dibahas,

selanjutnya akan diuraikan kerangka berpikir tentang pengaruh kepercayaan munfik dan citra lembaga terhadap minat berinfak di NU-CARE LAZISNU JAWA TENGAH yaitu :



### E. Hipotesis

Hipotesis pada penelitian itu adalah :

- H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan munfik pada Minat dalam berinfak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah.
- H2 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara Lembaga berpengaruh pada Minat Munfik dalam berinfak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah.
- H3 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan dan citra lembaga terhadap minat berinfak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian itu menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang didasarkan pada pengumpulan dan analisis data berbentuk angka (numerik) untuk menjelaskan, memprediksi, dan mengontrol fenomena yang diminati (Sugiyono, 2016:24). Penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerik yang diolah dengan metode statistik. Dengan pendekatan kuantitatif akan diperoleh signifikansi pengaruh antar variabel. Pada penelitian itu, peneliti akan terjun ke lokasi dilakukannya penelitian sehingga diperoleh data-data terkait Pengaruh Kepercayaan Munfik Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Berinfak Di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah.

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2010:83). Penelitian itu terdiri dari dua variabel yaitu variabel independent atau citra lembaga disebut X, sedangkan variabel dependent atau minat berinfak Y.

##### **B. Defitusi Operasional**

###### **a. Variabel Kepercayaan Munfik dan Citra Lembaga**

Kepercayaan merupakan bagian terpenting dari faktor psikologis dimana berkaitan dengan keyakinan bahwa hal tersebut benar atau tidak atas dasar bukti, sugesti, otoritas, pengalaman serta instuisi. Menurut (Doddy dan Diana, 2023:81). Menurut Blackey pada (Udayana dan Pramana, 2019:114) aspek kepercayaan *customer* atau *customer trust* dapat diringkas menjadi tiga pilar umum yaitu: *Ability*, mengacu pada kompetensi profesional untuk memenuhi tugas inti kepemimpinan eksekutif. *Benevolence of business*, mengacu pada kepedulian kita terhadap kesejahteraan orang lain. *Integrity*, mengacu pada sejauh mana kita.

Citra sebagai perasaan, gambaran dari publik terhadap lembaga atau organisasi; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Citra terbentuk atas adanya persepsi yang berkembang dalam benak publik terhadap realitas yang muncul. Seberapa jauh citra akan terbentuk ditentukan oleh bagaimana public relation mampu membangun persepsi yang didasarkan realitas yang terjadi.

b. Variabel Minat Berinfak

Minat adalah suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap sesuatu kegiatan sehingga mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan tersebut tanpa paksaan. Minat juga merupakan perangkat mental yang terdiri dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, dan kecenderungan (Kambuaya, 2015:160). Aspek-aspek dari berinfak (Andi, 2019:207) membagi menjadi dua aspek, yaitu:

1. Aspek kognitif, didasarkan pada konsep yang dikembangkan seseorang mengenai bidang yang berkaitan dengan minat, serta konsep yang membangun aspek kognitif adalah pengalaman dan apa yang dipelajari dari lingkungannya.

2. Aspek afektif, menunjukkan pada derajat emosional yang dinyatakan dalam bentuk proses menilai untuk menentukan kegiatan yang disenangi

**C. Sumber dan Jenis Data**

Sumber dan jenis data dalam penelitian itu terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Penjelasan rinci tentang sumber data primer dan sekunder adalah:

- a. Sumber data primer adalah sumber data yang dapat memberikan data penelitian secara langsung. Sumber data primer dalam penelitian itu adalah ketua NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah dengan wawancara, serta para Munfik dengan menyebarkan kuesioner.
- b. Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain, tidak diperoleh langsung dari peneliti dari subjek penelitian. Sumber data

sekunder dalam penelitian diperoleh melalui buku, jurnal, arsip dan dokumen serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian itu.

## **D. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi dalam penelitian adalah keseluruhan objek atau subjek yang menjadi sasaran penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian itu adalah munfik atau orang yang berinfak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah berjumlah 1.442.200 orang.

### **2. Sampel**

Sampel dapat diartikan sebagai bagian dari populasi dalam penelitian yang keberadaannya diharapkan dapat mewakili atau memperkirakan keberadaan populasi yang sebenarnya. Menurut (Supranto, 2007:103) sampel adalah data penelitian yang hanya sebagian dari unsur populasi yang diteliti, dan hasilnya merupakan data perkiran. Penelitian itu didasarkan pada penelitian sampel yang hasilnya digeneralisasikan untuk populasi, sehingga penelitian itu disebut penelitian inferensial (Polhak, 2014:93). Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan rumus *Lemeshow* sebagai berikut:

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

n (n kecil) merupakan jumlah sampel, N (n besar) merupakan jumlah populasi, sedang E adalah presisi atau persentase kesalahan yang diharapkan (ditetapkan sebesar 0,1). Dengan menggunakan rumus 1 maka dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{1.442.000}{1+1.442.00.(0,1)}$$
$$n = \frac{1442}{14,42}$$

$$n = 140$$

Berdasarkan hasil di atas, jumlah sampel dalam penelitian di bulatkan menjadi 100 munfik.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian itu diantaranya sebagai berikut:

##### **1. Angket (Kuesioner)**

Angket atau kuesioner dalah alat pengumpul informasi yang berisi dafatar pertanyaan terstruktur dengan alternatif jawaban menurut persepsi, keadaan atau pendapat pribadinya (Nugraha, 2018:94). Pada penelitian yang akan dilakukan kali itu pengukurannya didasarkan pada skala Likert. Skala Likert adalah pernyataan deklaratif yang diikuti oleh pilihan opsi yang menunjukkan berbagai tingkat persetujuan dengan satu pernyataan dan opsi respons lainnya dan menunjukkan kontinuitas ketidaksetujuan dan persetujuan (Amir, 2017:123). Skala Likert memiliki nilai (bobot) dari sangat positif hingga sangat negatif seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel skala penelitian

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator
Kepercayaan Costumer	Pelayanan yang baik
	Trasparan dengan kostumer
<i>Ability</i>	Pemahaman terkait infak
	Perilaku atau cara berinteraksi dengan kustomer
<i>Integrity</i>	Amanah dalam infak
	Jujur dalam infak
Aspel Kognitif	Pengalaman munfik
	Kecerdasan munfik dalam memilih
Aspek Afektif	Mempercayai suatu lembaga zakat
	Berinfak di lembaga yang dipercaya

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data tentang hal-hal atau variabel berupa cetakan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2016:91). Metode itu dipergunakan untuk memperoleh data tentang pengaruh kepercayaan munfik dan citra lembaga dalam minat berinjak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah.

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji instrumen yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Ghozali, 2018: 23). Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui seberapa akurat suatu pengujian melakukan fungsi pada ukurannya. Suatu instrumen pengukuran dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat

memberikan hasil sesuai dengan apa yang diharapkan oleh peneliti atau tidak. Instrumen yang valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi pada objek dengan data yang sudah diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti. Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap kuesioner (butir-butir angket).

Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat dianggap signifikan atau valid. Sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  artinya angket tersebut tidak valid, maka angket tersebut harus direvisi atau tidak digunakan. Dalam penelitian itu menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 (Ghozali, 2018:97).

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel dan menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan (Amanda, 2019:113). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun dalam menghitung reliabilitas instrumen itu menggunakan formula *Alfa cronbach* sebagai berikut:

$\alpha$  adalah koefisien *Alfa Cronbach*,  $k$  adalah jumlah butir soal,  $\sum_{i=1}^n S_i^2$  merupakan jumlah varians tiap butir soal,  $St^2$  adalah varians soal. Reliabilitas instrumen bila *cronbach alpha*  $>0,60$  maka dikatakan reliabel atau layak dan tidak reliabel jika *cronbach alpha*  $<0,60$ .

### G. Teknik Analisis Data

Pada penelitian itu, menggunakan metode analisis data dengan uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

#### a. Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen atau independen berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik harus memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi apakah data terdistribusi atau tidak, dapat diketahui dengan menggambarkan sebaran data melalui

grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2018:119).

## 2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi itu digunakan untuk menguji apakah terjadi korelasi pada model regresi. Model regresi linear yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya autokorelasi pada model regresi yaitu menggunakan uji salah satunya dengan uji Durbin Watson (DW Test) dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W) pada suatu model regresi (Ghozali, 2018:119).

- a) Jika nilai D-W dibawah -2 berarti terjadi autokorelasi positif.
- b) Jika nilai D-W dibawah -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- c) Jika nilai D-W dibawah +2 berarti terjadi autokorelasi negatif

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model korelasi terdapat ketidaksamaan variasi dari residual dari observasi lain. Jika variasi residual dari pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah homoskedastisitas (Ghozali, 2018:120)

## b. Uji Hipotesis

### 1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Teknik penelitian Regresi linear Sederhana adalah teknik analisis yang digunakan untuk melihat hubungan satu arah antar variabel yang lebih khusus, di mana variabel X yaitu variabel bebas dan variabel Y yaitu variabel terikat. Teknik analisis itu untuk mengetahui hubungan antara variabel X dan Y. Di mana antara kedua variabel tersebut memiliki kedudukan yang sama, yaitu bisa ditukarkan antara variabel satu memengaruhi yang lain (Ghozali, 2018: 117). Dalam regresi data yang banyak akan dipilih satu garis lurus untuk mewakili hubungan antara X

dan Y, yang artinya hubungan linier variabel X dapat mempengaruhi variabel Y. Model persamaan regresi linier sederhana yang akan diuji pada penelitian itu sebagai berikut :

Rumus  $y = \beta_0 + \beta_1 x + \varepsilon$  adalah variabel karakter kedisiplinan santri,  $\beta_0$  adalah Konstanta,  $\beta_1$  merupakan koefisien,  $x$  adalah variabel intensitas bimbingan spiritual dan  $\varepsilon$  adalah error/residual/sisa.

## 2) Uji Parsial (t)

Uji parsial itu bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel secara individu (parsial) yaitu antara variabel X terhadap variabel Y.

Adapun dasar pengambilan kesimpulan pada uji t ialah sebagai berikut:

- Apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan jika probabilitas (signifikansi)  $> 0,05 (\alpha)$ , maka  $H_0$  diterima, artinya variabel independen secara parsial (individual) tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan jika probabilitas (signifikansi)  $< 0,05 (\alpha)$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel independen secara parsial (individual) mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

## 3) Uji F

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

$H_0$ : variabel bebas yaitu kepercayaan dan citra lembaga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu minat berinfak

$H_a$ : variabel bebas yaitu kepercayaan berpengaruh signifikan

terhadap citra lembaga terhadap variabel minat munfik untuk berinfak

- 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.

#### 4) Kofisien Determinasi

Uji kofisiensi determinan digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Dimana dalam penelitian itu perhitungan  $R^2$  digunakan untuk mengukur kemampuan variabel bebas (X) dalam menjelaskan variabel terikat (Y).

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM NU-CARE LAZISNU JAWA TENGAH**

#### **A. Profil NU-CARE LAZISNU JAWA TENGAH**

##### **1. Latar belakang**

LAZISNU merupakan lembaga pengelola Zakat, Infaq dan Shadaqah serta CSR berskala nasional, yang bertekad melakukan pencatatan penghimpunan secara akurat dan transparan, serta mengelola dan mendistribusikannya secara profesional, amanah dan akuntabel dengan tujuan mengangkat harkat sosial dan memberdayakan para mustahiq. Untuk dapat mempertahankan kepuasan dan kepercayaan para muzakki dan mustahiq atas layanan LAZISNU, akan dilakukan tindakan perbaikan secara terus menerus atas potensi resiko yang muncul di internal lembaga, agar LAZISNU semakin maju dan mampu memberdayakan diri dalam setiap langkah dan waktu secara MANTAP: Modern, Akuntabel, Transparan, Amanah dan Profesional.

##### **2. Tujuan**

- a. Memberikan pelayanan fundraising (penghimpunan) ZIS (Zakat, Infaq dan Shadaqah) dan dana sosial keagamaan lainnya (DSKL) secara optimal kepada Muzakki/Donatur.
- b. Menyalurkan dana fundraising (penghimpunan) kepada para mustahiq melalui program pemberdayaan dan pendayagunaan
- c. Mengidentifikasi potensi resiko dan peluang yang ada di lingkungan LAZISNU.
- d. Melakukan pengukuran tingkat kepuasan mustahiq, peserta program, dan donatur.
- e. Meningkatkan mutu kerja amil melalui program pelatihan agar lebih profesional dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab;
- f. Melakukan perbaikan berkelanjutan (*continual improvement*) melalui penerapan sistem manajemen mutu di seluruh unit kerja LAZISNU.  
(kebijakan mutu LAZISNU, lazisnujateng.org)

### 3. Visi dan Misi

#### a. Visi

"Menjadi Lembaga Filantropi Islam Terkemuka"

#### b. Misi

- Menggalakkan literasi serta mengoptimalkan penggalangan dana Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS), Dana Sosial Keagamaan Lainnya (DSKL), dan Dana Abadi (Trust Fund) berbasis digital untuk kepentingan kegiatan yang berbasis Investasi Sosial.
- Menjadi pilihan utama mitra strategis dalam kolaborasi dan sinergi menjalankan berbagai kegiatan/usaha sosial.
- Menyediakan program-program untuk peningkatan kualitas sumber daya manusia sehingga mampu melahirkan Intelektual, Teknokrat, dan Wirausahawan yang Unggul dan Handal, serta memberikan akses lapangan kerja dan kesempatan berkarir di Sektor Strategis, yang selaras dengan bidang yang dibutuhkan pemerintah.
- Menggerakkan sektor riil dan para pelaku UMKM (*creativepreneur*) dengan pola Supply Chain yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi desa, melalui pemanfaatan dana sosial berbasis Ziswaf (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf) produktif. (visi misi NU-CARE, lazisnujateng.org)
- Membentuk Badan Usaha Milik Komunitas yang berbentuk *Investment Holding Company* (NU CARE Venture) dari umat, oleh umat, dan untuk umat yang sesuai dengan standar World Class Company.

### 4. Landasan Yuridis

- a. UU No 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 115, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5255)
- b. PP No 14 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan UU No. 23 Tahun 2011

- tentang Pengelolaan Zakat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 38, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5508).
- c. KMA No 333 tahun 2015 tentang Pedoman Pemberian Izin Pembentukan Lembaga Amil Zakat. (sekilas NU-CARE LAZISNU, [lazisnujateng.org](http://lazisnujateng.org))
  - d. SK Menteri Agama Republik Indonesia No. 255 Tahun 2016 sebagai Lembaga Amil Zakat Skala Nasional (Laznas) lalu di perpanjang kembali dengan SK Menteri Agama Republik Indonesia No. 89 Tahun 2022 tentang Pemberian Izin Kepada Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama sebagai Lembaga Amil Zakat Skala Nasional.
  - e. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Perkumpulan Nahdlatul Ulama (AD/ART Perkumpulan NU)
  - f. Peraturan Perkumpulan Nahdlatul Ulama Nomor 7 Tahun 2022 tentang Perangkat Perkumpulan.
  - g. Surat Keputusan PWNU Provinsi Jawa Tengah No. PW.11/074/SK/XI/2018 tentang Pengesahan Pengurus Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama Jawa Tengah Masa Khidmat 2018-202.
  - h. SK LAZISNU PBNU No. 347/SK/PP-LAZISNU/I/2021 tentang Pengesahan dan Pemberian Izin Operasional Kepada Pengurus Wilayah Lembaga Amil Zakat infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama Provinsi Jawa Tengah dan diperpanjang dengan SK LAZISNU PBNU No. 014/C/SK/A.II/LAZISNU-PBNU/II/2023 tentang Pengesahan dan Pemberian Izin Operasional Kepada Perwakilan Lembaga Amil Zakat Infak dan Shodaqoh.

## **5. Susunan Organisasi**

### **Ketua**

H.Muh. Mahsun,S.IP

### **Wakil ketua**

1. Dr.H.noor Aflah,M.a
2. R. Wibowo, S.Sos
3. Mumu Mubarok, S.S.,M.EI

### **Sekretaris**

Agus Hakim, S. HI

### **Wakil sekretaris**

1. Aan Zainul Anwar, S. EI., M.Sy
2. Dimyat

### **Bendahara**

H. Moh Ansori, S.T

### **Wakil Bendahara**

Siti Saifa Khusnul Amanah, S.E

### **Bidang Penghimpunan**

1. H.Wasbah Samudra Fawaid, S.E
2. M. Saefurrakhman

### **Bidang program dan distribusi**

1. Saefudin Zuhri, M. Si
2. Adi Susilo, S. E

### **Bidang Diklat dan pengembangan**

1. M. Ulin Nuha, S.E, M. M
2. Johan Arifin, M. M

### **Bidang Manjemen dan Admitustrasi**

1. M. Basuni Baehaqi, Lc

2. Dewi Nafisa Prabawati, S Hum., M.H

3. Atieq Mdjadallah, S. E., M. Si

(daftar pengurus, [Jateng.nu.or.id](http://Jateng.nu.or.id))

## **6. Program**

- Nusantara Berkorban
- Bantuan Perahu Pendidikan untuk siswa
- Nu Peduli
- Berikan Sedekah pangan Untuk Palestina
- Peduli Banjir
- Cinta Kasih Untuk Kucing Terlantar
- Nu care Berdaya
- Warung Nusantara
- Wakaf rumah sehat Nu Care
- Nu Care Sehat
- Mobile Klituk Nu Care
- Basiswa Santri Nusantara
- Nu care Cerdas (program, [lazisnujateng.org](http://lazisnujateng.org))
- Beasiswa Santri Dan Siswa Nusantara
- Ramadhan
- Iftar Ramadhan untuk pejuang keluarga
- Gembirakan Yatim di bulan ramadhan
- Sucikan diri dengan Zakat fitrah

(program, [lazisnujateng.org](http://lazisnujateng.org))

## **BAB V**

### **PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Paparan Data**

Penelitian itu mempunyai beberapa tujuan yang terdapat pada BAB I diantaranya adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan berpengaruh pada Minat Munfik dalam berinfak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah. 2) Untuk mengetahui pengaruh Citra Lembaga berpengaruh pada Minat Munfik dalam berinfak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah. 3) Untuk Mengetahui pengaruh kepercayaan dan citralembaga terhadap minat berinfak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah. Subjek penelitian pada LAZISNU JAWA TENGAH dilakukan pada 5 September 2024.

Dari data yang diperoleh kemudian dianalisa untuk menguji hipotesis yang sudah di paparkan pada bab sebelumnya. Pada bab itu nantinya akan di paparkan mengenai: A) Paparan Data, yang meliputi: 1) Analisis Deskripti Data, 2) Uji Validitas dan Reliabilitas, 3) Uji Asumsi Klasik, 4) Uji Hipotesis, 5) Analisis Regresi Lituer Berganda, dan B) Pembahasan dari hasil penelitian (*Publiciana*, 11(1), 72-88).

#### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif dalam penelitian itu berupa hasil dari deskripsi data jumlah keseluruhan responden dan analisis deskriptif variable, diantaranya adalah berikut:

##### **a. Deskriptif Jenis Kelamin**

Dari hasil data yang diperoleh dari pengisian kuisioner keseluruhan responden maka didapatkan hasil berikut:

**Tabel 5.1**  
**Deskriptif Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	49	49.0	49.0	49.0
	Perempuan	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	99.0	100.0	
Total		100	100.0		

Sumber data yang diolah menggunakan SPSS 25

Berdasarkan table diatas maka dapat diketahui bahwa responden mayoritas berjenis kelamin Perempuan dengan jumlah total sebanyak 51 atau 51% responden. Sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 49 atau 49% responden.

b. Deskriptif Usia

Dengan hasil penyebaran kuesioner diperoleh data terkait usia responden dengan hasil berikut:

**Tabel 5.2**  
**Deskriptif Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	≤20	19	19.0	19.0	19.0
	21-25	11	11.0	11.0	30.0
	26-30	20	20.0	20.0	50.0
	31-35	24	24.0	24.0	74.0
	36-40	16	16.0	16.0	90.0
	≥41	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	
Total		100	100.0		

Sumber data yang diolah menggunakan SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas di ketahui bahwa mayoritas

responden berusia 31-35 tahun dengan jumlah 24 orang atau 24%. Kemudian responden dengan usia  $\leq 20$  tahun sebanyak 19 orang atau 19%. Responden dengan usia 21-25 tahun sebanyak 11 orang atau 11%. Responden dengan usia 26-30 tahun sebanyak 20 orang atau 20%. Responden dengan usia 36-40 tahun sebanyak 16 orang atau 16% dan responden dengan usia  $\geq 41$  tahun sebanyak 10 orang atau 10%

c. Deskriptif Pekerjaan

Dari pengisian kuesioner yang telah disebar diperoleh data seputar pekerjaan responden sebagai berikut:

**Tabel 5.3**  
**Deskriptif Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	IRT	10	10.0	10.0	10.0
	Wiraswasta	46	46.0	46.0	56.0
	Pelajar	9	9.0	9.0	65.0
	Mahasiswa	20	20.0	20.0	85.0
	Tenaga Pendidik	14	14.0	14.0	99.0
	Buruh	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	
Total		100	100.0		

Sumber data yang diolah menggunakan SPSS 25

Berdasarkan Analisa tabel diatas diketahui bahwa mayoritas responden adalah seorang wiraswasta dengan jumlah 46 orang atau 46%. Kemudian untuk urutan kedua responden adalah seorang mahasiswa dengan jumlah 20 orang atau 20%. Responden dengan pekerjaan sebagai tenaga pendidik berada

pada urutan ketiga yaitu sebanyak 14 orang atau 14%. Responden seorang Ibu Rumah Tangga (IRT) sebanyak 10 orang atau 10%. Responden seorang pelajar sebanyak 9 orang atau 9% dan responden dengan pekerjaan buruh sebanyak 1 orang atau 1%

d. Deskriptif Alamat

Dengan hasil penyebaran kuesioner diperoleh data Alamat responden sebagai berikut:

**Tabel 5.4**  
**Deskriptif Alamat**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jatisari	9	9.0	9.0	9.0
	Kemijen	3	3.0	3.0	12.0
	Karangturi	6	6.0	6.0	18.0
	Telogorejo	6	6.0	6.0	24.0
	Sarirejo	8	8.0	8.0	32.0
	Genuk	8	8.0	8.0	40.0
	Rejosari	9	9.0	9.0	49.0
	Tambakrejo	9	9.0	9.0	58.0
	Rejomulyo	8	8.0	8.0	66.0
	Kebonagung	13	13.0	13.0	79.0
	Ngaliyan	6	6.0	6.0	85.0
	Gajahmungkur	12	12.0	12.0	97.0
	Gunungpati	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	
	Total	100	100.0		

Sumber data yang diolah menggunakan SPSS 25

Berdasarkan hasil analisis yang bisa dilihat pada tabel diatas diperoleh bahwa responden yang tinggal di wilayah Jatisari

sebanyak 9 orang. Responden yang tinggal di wilayah Kemijen sebanyak 3 orang. Responden yang tinggal di wilayah Karangturi sebanyak 6 orang. Responden yang tinggal di wilayah Telogorejo sebanyak 6 orang. Responden yang tinggal di wilayah Sarirejo sebanyak 8 orang. Responden yang tinggal di wilayah Genuk sebanyak 8 orang. Responden yang tinggal di wilayah Rejosari sebanyak 9 orang. Responden yang tinggal di wilayah Tambakrejo sebanyak 9 orang. Responden yang tinggal di wilayah Rejomulyo sebanyak 8 orang. Responden yang tinggal di wilayah Kebonagung sebanyak 13 orang. Responden yang tinggal di wilayah Ngaliyan sebanyak 6 orang. Responden yang tinggal di wilayah Gajahmungkur sebanyak 12 orang. Serta responden yang tinggal di wilayah Gunungpati sebanyak 3 orang.

e. Deskriptif Variabel

Deskriptif variabel itu dilakukan untuk menunjukkan gambaran umum dari persepsi masing-masing responden dengan indikator dari setiap variabel. Pada penelitian itu variabel yang akan diteliti adalah variabel kepercayaan munfik, citra lembaga dan variabel minat berinfak munfik.

Penelitian itu menggunakan kuesioner yang mana setiap jawaban responden terhadap pertanyaan akan diukur menggunakan skala pengukuran dengan skor dimana angka-angka tersebut menunjukkan suatu posisi berdasarkan tanggapan para responden pada masing-masing indikator pertanyaan. Kategori jawaban responden dapat ditunjukkan dengan rentang skala dimana rata-rata jawaban tersebut di peroleh. Nilai rata-rata responden dengan skor tertinggi 4 dan skor terendah 1 sehingga rentang intervalnya dapat di hitung sebagai berikut:

Interval = Nilai Maksimum- Nilai Mitumum / Jumlah Kelas

$$\text{Interval} = 4-1/4 = 0.6$$

Dengan demikian kategori jawaban responden adalah sebagai berikut:

Nilai 1.00 – 1.75 = sangat tidak baik/sangat rendah

Nilai 1.76 – 2.50 = tidak baik/rendah

Nilai 2.51 – 3.25 = baik/tinggi

Nilai 3.26 – 4.00 = sangat baik/sangat tinggi

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

1. Deskriptif Variabel Kepercayaan Munfik (X1)

Berdasarkan kuesioner yang sudah disebarakan kepada responden maka diperoleh hasil berikut:

**Tabel 5.5**  
**Deskriptif Variabel Kepercayaan Munfik (X1)**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepercayaan Munfik	105	2	4	3.28	.490
X12	105	3	4	3.38	.488
X13	105	2	4	3.32	.528
X14	105	2	4	3.30	.479
X15	105	3	4	3.39	.490
X16	105	2	4	3.45	.537
Valid N (listwise)	105				

Berdasarkan tabel diatas terkait Mean (rata-rata nilai) dari variabel X1 yaitu Kepercayaan munfik diketahui bahwa setiap jawaban responden terhadap masing-masing pertanyaan pada variabel X1 menunjukkan nilai rata-rata mulai dari 3.28-3.45. Hal tersebut menunjukkan bahwa jawaban responden masuk dalam kategori baik dan sangat

baik. Sedangkan untuk nilai rata-rata totalnya sebesar 3.36 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata total masuk dalam kategori sangat baik.

2. Deskriptif Variabel Citra Lembaga (X2)

Berdasarkan kuesioner yang sudah disebarakan kepada responden maka diperoleh hasil berikut:

**Tabel 5.6**  
**Deskriptif Variabel Citra Lembaga (X2)**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Citra Lembaga	105	2	4	3.36	.521
X22	105	2	4	3.36	.502
X23	105	2	4	3.36	.502
X24	105	2	4	3.30	.517
X25	105	2	4	3.30	.502
X26	105	2	4	3.25	.476
X27	105	3	4	3.29	.454
X28	105	2	4	3.41	.513
Valid N (listwise)	105				

Berdasarkan tabel diatas terkait Mean (rata-rata nilai) dari variabel X2 yaitu Citra Lembaga diketahui bahwa setiap jawaban responden terhadap masing-masing pertanyaan pada variabel X2 menunjukkan nilai rata-rata mulai dari 3.25-3.41. Hal tersebut menunjukkan bahwa jawaban responden masuk dalam kategori baik dan sangat baik. Sedangkan untuk

nilai rata-rata totalnya sebesar 3.32 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata total masuk dalam kategori sangat baik.

### 3. Deskriptif Variabel Minat Berinfak (Y)

Berdasarkan kuesioner yang sudah disebarakan kepada responden maka diperoleh hasil berikut:

**Tabel 5.7**  
**Deskriptif Minat Berinfak (Y)**

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kognitif & Afektif	105	2	4	3.36	.502
Y12	105	3	4	3.39	.490
Y13	105	2	4	3.45	.537
Y14	105	2	4	3.36	.521
Y15	105	3	4	3.29	.454
Y16	105	2	4	3.30	.517
Y17	105	3	4	3.30	.458
Y18	105	2	4	3.30	.483
Y19	105	2	4	3.32	.509
Y110	105	3	4	3.28	.449
Valid (listwise)	N 105				

Berdasarkan tabel diatas terkait Mean (rata-rata nilai) dari variabel Y yaitu Minat Berinfak diketahui bahwa setiap jawaban responden terhadap masing-masing pertanyaan pada

variabel Y menunjukkan nilai rata-rata mulai dari 3.28-3.45. Hal tersebut menunjukkan bahwa jawaban responden masuk dalam kategori sangat baik. Sedangkan untuk nilai rata-rata totalnya sebesar 3.27 berarti berdasarkan kriteria jawaban nilai rata-rata total masuk dalam kategori sangat baik.

## 2. Uji Instrumen

Uji instrument pada penelitian itu diperoleh dari hasil olah data melalui SPSS.25 untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan dalam penelitian itu valid dan reliabel.

### a. Uji Validitas

Dalam penelitian itu peneliti menguji validitas dengan cara membandingkan nilai r-tabel dengan r-hitung. Apabila nilai r-hitung > r-tabel maka instrument dapat dikatakan valid. Nilai r-tabel dapat dilihat pada tabel distribusi r-tabel dengan signifikansi 5% dan N totalnya adalah 100 maka diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,1966. Hasil dari uji validitas dalam penelitian itu adalah berikut:

**Tabel 5.8**

**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Rhitung	Rtable	Keterangan
Kepercayaan Munfik	Item1	0.767	0.1966	Valid
	Item2	0.606	0.1966	Valid
	Item3	0.698	0.1966	Valid
	Item4	0.734	0.1966	Valid
	Item5	0.726	0.1966	Valid
Citra Lembaga	Item6	0.586	0.1966	Valid
	Item1	0.591	0.1966	Valid
	Item2	0.815	0.1966	Valid
	Item3	0.815	0.1966	Valid
	Item4	0.667	0.1966	Valid

	Item5	0.807	0.1966	Valid
	Item6	0.781	0.1966	Valid
	Item7	0.736	0.1966	Valid
	Item8	0.695	0.1966	Valid
Minat Berinfak	Item1	0.690	0.1966	Valid
	Item2	0.628	0.1966	Valid
	Item3	0.568	0.1966	Valid
	Item4	0.614	0.1966	Valid
	Item5	0.762	0.1966	Valid
	Item6	0.678	0.1966	Valid
	Item7	0.784	0.1966	Valid
	Item8	0.589	0.1966	Valid
	Item9	0.508	0.1966	Valid
	Item10	0.818	0.1966	Valid

Sumber data yang diolah, SPSS.25 2024

#### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas itu menunjukkan seberapa besar instrumen dari variabel dapat di percaya dan digunakan sebagai alat pengumpul data. Dalam penelitian itu pengukuran reliabilitas masing-masing instrument menggunakan Cronbach alpha. Jika nilai Cronbach alpha  $> 0.6$  maka instrument dapat dikatakan reliabel. Hasil pengolahan data dalam penelitian itu menunjukkan sebagai berikut:

**Tabel 5.9**

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Munfik (X1)**

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items

.773	6
------	---

Sumber data yang diolah, SPSS.25 2024

**Tabel 5.10**

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Lembaga (X2)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.773	6

Sumber data yang diolah, SPSS.25 2024

**Tabel 5.11**

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Berinfak Munfik**

**(Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.773	6

Sumber data yang diolah, SPSS.25 2024

Berdasarkan ketiga tabel diatas diketahui bahwa baik variabel Kepercayaan Munfik, Citra Lembaga dan variabel Minat Berminfak seluruhnya menunjukkan nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0.6 sehingga bisa dikatakan bahwa seluruh instrumen pada masing-masing variabel bisa di katakana reliabel

**3. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik didalam penelitian itu dimaksudkan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Dalam

penelitian itu, asumsi klasik yang digunakan adalah: a) Uji Normalitas, b) Uji Multikolinearitas, c) Uji Heterokedastisitas

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Suatu model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Apabila residual berdistribusi normal, hasil prediksi dalam model regresi akan menghasilkan model yang mendekati keadaan sebenarnya, dan sebaliknya. Uji normalitas dalam penelitian itu menggunakan statistik *Kolmogorov-Smirnov* yang lebih akurat dalam menilai normalitas sebaran data. Uji normalitas juga akan didukung dengan menggunakan grafik Q-Q Plot yang menggambarkan hubungan grafik antara nilai prediksi dan nilai sebenarnya. Dasar pengambilan keputusan pada *Kolmogorov-Smirnov* yakni: a) Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal, b) Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

**Tabel 5.12**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardized Residual
N			105
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		Mean	.0000000
		Std. Deviation	1.08315621
Most Differences	Extreme Absolute	.070	
	Positive	.070	
	Negative	-.069	
Test Statistic			.070
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 <sup>c,d</sup>

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

Sumber data yang diolah, SPSS.25 2024

Dari Tabel di atas terlihat bahwa nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,200. Hal tersebut dapat menyimpulkan karena nilai Asymp. Sig > 0,05 (Alpha), maka nilai residual terstandarisasi dikatakan berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dilakukan uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (produk, tempat, harga, promosi, orang, proses, bukti fisik). Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (multiko). Korelasi yang kuat tersebut dikhawatirkan akan membuat prediksi model menjadi bias. Variabel bebas yang memiliki kolinearitas kuat menimbulkan persepsi bahwa antar variabel bebas saling mempengaruhi, atau bahkan sebenarnya

dua variabel bebas tersebut adalah satu hal yang sama dengan dua persepsi yang berbeda. Oleh karena itu, model prediksi yang baik harus memastikan tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam variabel bebas.

Pengujian multikolinearitas didasarkan pada nilai *variance inflation factor (VIF)*. Nilai VIF yang dapat diterima adalah  $< 10$  atau nilai toleransi korelasi  $> 0,1$  dengan kategori multikolinearitas ringan. Semakin rendah nilai VIF semakin tidak terlihat gejala kolinearitas antar variabel bebas tersebut. Hasil regresi pada model penelitian menunjukkan nilai VIF yang dirangkum dalam Tabel

**Tabel 5.13**

**Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.859	1.054		4.608	.000		
	Kepercayaan Munfik	.595	.083	.401	7.174	.000	.373	2.679
	Citra Lembaga	.620	.059	.588	10.525	.000	.373	2.679

a. Dependent Variable: Minat Munfik

Sumber data yang diolah, SPSS.25 2024

Tabel diatas memberikan informasi bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas antara variabel bebas penelitian dengan nilai VIF  $< 10$  dan nilai toleransi korelasi  $> 0,1$  dengan kategori multikolinearitas ringan pada masing-masing variabel bebas.

**c. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Kondisi heterokedastisitas terjadi apabila varian dari residual data tidak konstan dan membentuk pola tertentu. Apabila residual tidak konstan, model regresi yang diperoleh akan menghasilkan bias dalam memprediksi variabel terikat. Didalam penelitian itu, pengujian heterokedastisitas residual dilakukan dengan menggunakan metode statistik uji Glejser dan grafik. Adapun pengambilan keputusan dalam uji Glejser yakni: a) Apabila nilai signifikansi Sig. > 0,05 maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas. b) Apabila nilai signifikansi Sig. < 0,05 maka terjadi gejala Heteroskedastisitas.

**Tabel 5.14**  
**Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.262	.597		-3.789	.000
	Kepercayaan Munfik	.135	.047	.412	2.871	.005
	Citra Lembaga	.014	.033	.062	.430	.668

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber data yang diolah, SPSS.25 2024

Karena nilai signifikansi Sig. > 0,05 maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas dan jika dilihat berdasarkan gambar bahwa penelitian itu tidak mengalami masalah heterokedastisitas. Residual bersifat homoskedastisitas yang mengindikasikan bahwa varian dari residual cenderung konstan dan tidak terpengaruh pola tertentu.

**4. Uji Hipotesis**

### a. Uji T

Uji parsial itu bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel secara individu (parsial) yaitu antara variabel X terhadap variabel Y.

**Tabel 5.15**  
**Hasil Analisa Uji T**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.859	1.054		4.608	.000
	Kepercayaan Munfik	.595	.083	.401	7.174	.000
	Citra Lembaga	.620	.059	.588	10.525	.000

a. Dependent Variable: Minat Munfik

Sumber data yang diolah, SPSS.25 2024

Berdasarkan hasil di atas maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel sebesar  $0.000 < 0.05$ . Selain itu nilai t-hitung untuk variabel kepercayaan Munfik terhadap variabel Minat Munfik diketahui sebesar 7.174 dan nilai t-hitung untuk variabel citra Lembaga terhadap variabel minat Munfik diketahui sebesar 10.525. Sehingga nilai t-hitung dari masing-masing variabel menunjukkan nilai lebih besar dari nilai t-tabel, mengingat nilai t-tabel sebesar 1.66071. Berdasarkan analisa tersebut maka bisa diartikan bahwa kepercayaan Munfik dan citra Lembaga memiliki pengaruh terhadap minat berinfak.

### b. Uji F

Uji F itu digunakan untuk menguji signifikansi pada koefisien regresi dari variabel dalam model simulta, itu berarti Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh dari kepercayaan munfik dan

citra lembaga terhadap minat berinfak munfik. Hasil dari Uji F dalam penelitian itu adalah berikut:

**Tabel 5.16**  
**Hasil Analisa Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	902.883	2	451.441	377.386	.000 <sup>b</sup>
	Residual	122.016	102	1.196		
	Total	1024.899	104			

a. Dependent Variable: Minat Munfik

b. Predictors: (Constant), Citra Lembaga, Kepercayaan Munfik

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil nilai F sebesar 377.386 dengan Tingkat signifikansi 0.000. Sehingga diketahui bahwa nilai signifikansinya lebih kecil dari 0.05, maka dapat dinyatakan bahwa variabel X yaitu Kepercayaan Munfik dan Citra Lembaga secara simultan berpengaruh terhadap Minat Berinfak.

**c. Koefisien Determinasi**

Koefisiensi determinasi dilakukan dengan tujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian itu adalah berikut:

**Tabel 5.17**  
**Hasil Analisa Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-----------------	----------------------------

1	.939 <sup>a</sup>	.881	.879	1.094
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), Citra Lembaga, Kepercayaan Munfik

Sumber data yang diolah, SPSS.25 2024

Dengan ketentuan R bahwa:

- 0.71 – 1.0 = Tingkat pengaruh sangat kuat
- 0.41 – 0.7 = Tingkat pengaruh kuat
- 0.21 – 0.4 = Tingkat pengaruh rendah
- 0.00 – 0.2 = Tingkat pengaruh sangat rendah

Berdasarkan hasil yang tertampil dalam tabel di atas maka diketahui bahwa nilai R sebesar 0.939 sehingga dapat diartikan bahwa antara variabel X dan variabel Y memiliki pengaruh yang sangat kuat. Sedangkan nilai R Square pada tabel diatas menunjukkan nilai sebesar 0.881 atau bisa diartikan sebagai 88.1% sehingga dimaknai bahwa variasi Minat Berinfak seorang munfik yang dapat diterangkan oleh variabel kepercayaan munfik dan citra lembaga sebesar 88.1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

## 5. Hasil Regresi model penelitian

Analisis regresi lituer berganda adalah suatu model regresi lituer yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Dengan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka tabel hasil analisis regresi lituer berganda diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 5.18**  
**Hasil Analisa Regresi Lituer**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients	Coefficients	Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.560	.949		2.698	.008
	CITRA LEMBAGA	.602	.052	.545	11.614	.000
	KEPERCAYAAN MUNFIK	.733	.074	.466	9.921	.000

a. Dependent Variable: Minat Munfik

Sumber data yang diolah, SPSS.25 2024

Berdasarkan tabel di atas diperoleh rumus uji lituer berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.560 + 0.733X_1 + 0.602X_2$$

Pada rumus regresi lituer berganda di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada konstanta tabel diatas menunjukkan angka 2.560 dan bernilai positif, sehingga berarti nilai positif juga terhadap masing-masing variabel X (Kepercayaan Munfik dan Citra Lembaga) dan variabel Y (Minat berinfak Munfik)
2. Nilai koefisien regresi variabel X1 (Kepercayaan Munfik) sebesar 0.733. Dalam hal itu berarti apabila variabel X1 (Kepercayaan Munfik) mengalami kenaikan satu satuan maka variabel Y (Minat berinfak Munfik) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.733 atau 73.3%.
3. Begitupula untuk nilai koefisien regresi variabel X2 (Citra Lembaga) sebesar 0.602. Sehingga bisa diartikan bahwa apabila variabel X2 (Citra Lembaga) mengalami kenaikan satu satuan

maka variabel Y (Minat berinfak Munfik) akan mengalami peningkatan sebesar 0.602 atau 60.2% juga.

Berdasarkan hal diatas dapat disimpulkan bahwa analisis regresi lituer berganda dari variabel kepercayaan Munfik dan citra Lembaga terhadap minat berinfak Munfik berpengaruh positif dan signifikan.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil dari pengujian statistic yang bisa dilihat baik secara simultan maupun parsial variabel independent secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut merupakan hasil penjelasan mengenai hipotesis yang diajukan dalam penelitian itu:

### **a. Pengaruh Kepercayaan Munfik Terhadap Minat Berinfak Munfik di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah**

Kepercayaan munfik berpengaruh signifikan terhadap minat berinfak munfik. Semakin tinggi kepercayaan seorang munfik pada sebuah lembaga maka semakin tinggi pula minatnya untuk berinfak di lembaga tersebut. Kepercayaan memainkan peran fundamental dalam proses pengambilan keputusan individu untuk berinfak. Dalam konteks itu, kepercayaan merujuk pada keyakinan individu terhadap lembaga yang mengelola infak, termasuk aspek transparansi, akuntabilitas, dan reputasi lembaga tersebut.

Penelitian menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga pengelola infak cenderung lebih bersedia untuk memberikan sumbangan. Kepercayaan itu dapat dibangun melalui praktik pengelolaan yang baik, di mana lembaga secara terbuka melaporkan penggunaan dana dan dampak dari infak yang diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi yang transparan dan akuntabel menjadi sangat penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga.

Selain itu, kepercayaan juga berhubungan erat dengan pengalaman sebelumnya individu terhadap lembaga tersebut. Jika

individu pernah mengalami pelayanan yang baik dan melihat dampak positif dari infak yang diberikan, mereka lebih cenderung untuk berinfak di masa depan. Oleh karena itu, lembaga perlu memastikan bahwa setiap interaksi dengan masyarakat menciptakan pengalaman yang positif. Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan yang menunjukkan hasil nyata dari infak, seperti program pemberdayaan masyarakat, dapat meningkatkan kepercayaan dan mendorong partisipasi lebih lanjut (Margayaningsih, 2018:75).

**b. Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Minat Berinfak Munfik di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah**

Citra lembaga berpengaruh signifikan terhadap minat berinfak munfik. Semakin tinggi citra lembaga yang dimiliki lembaga maka semakin tinggi pula minat seorang munfik untuk berinfak di lembaga tersebut. Citra lembaga pengelola infak merupakan faktor penting yang memengaruhi minat individu untuk berkontribusi. Citra itu terbentuk dari persepsi masyarakat mengenai kualitas, integritas, dan efektivitas lembaga dalam mengelola infak. Sebuah lembaga dengan citra positif mampu menarik perhatian dan minat masyarakat, karena individu merasa bahwa kontribusi mereka akan dikelola dengan baik dan memberikan dampak yang signifikan.

Penelitian menunjukkan bahwa citra yang baik dapat meningkatkan daya tarik lembaga, mendorong lebih banyak individu untuk berinfak, dan menciptakan rasa percaya yang lebih besar terhadap lembaga tersebut. Strategi komunikasi yang efektif sangat penting dalam membentuk citra lembaga. Melalui kampanye pemasaran sosial yang menarik, testimoni dari penerima manfaat, dan publikasi keberhasilan program, lembaga dapat memperkuat citra positif di mata masyarakat. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai platform untuk berbagi cerita nyata dan dampak dari infak dapat meningkatkan visibilitas dan memperkuat citra lembaga. Dalam konteks itu, lembaga perlu aktif berinteraksi dengan

masyarakat untuk membangun citra yang kuat dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Namun, citra negatif dapat menjadi hambatan yang signifikan dalam meningkatkan minat berinfak. Jika lembaga mengalami skandal atau masalah transparansi, citra mereka dapat rusak, dan kepercayaan masyarakat akan menurun. Oleh karena itu, lembaga harus siap untuk menangani krisis dan memperbaiki citra mereka melalui tindakan yang konkret dan transparan. Dengan memahami bahwa citra dan kepercayaan saling berkaitan, lembaga dapat merumuskan strategi yang lebih komprehensif untuk membangun dan mempertahankan citra positif yang akan mendorong minat berinfak dari masyarakat secara berkelanjutan.

**c. Pengaruh Kepercayaan Munfik dan Citra Lembaga terhadap Minat Berinfak di LAZISNU Jawa Tengah**

Secara keseluruhan Kepercayaan Munfik dan Citra Lembaga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berinfak. Hal itu ditunjukkan pada nilai koefisien determinasi diketahui bahwa R Square memiliki nilai sebesar 0.881 atau 88.1% hal tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel independent memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel dependen.

Citra yang baik dapat meningkatkan daya tarik lembaga, mendorong lebih banyak individu untuk berinfak, dan menciptakan rasa percaya yang lebih besar terhadap lembaga tersebut. Sehingga dengan rasa percaya yang besar tersebut individu cenderung lebih bersedia untuk memberikan sumbangan atau menyalurkan sebagian hartanya melalui infak di Lembaga tersebut. Kepercayaan itu dapat dibangun melalui praktik pengelolaan yang baik, di mana lembaga secara terbuka melaporkan penggunaan dana dan dampak dari infak yang diterima. <https://baznas.jogjakota.go.id/detail/index/32489>

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat dan penjelasan maka kesimpulan dari penelitian itu adalah berikut:

1. Kepercayaan Munfik berpengaruh terhadap Minat Munfik untuk berinfak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel uji T yang menunjukkan nilai t-hitung variabel Kepercayaan Munfik terhadap Minat Munfik sebesar  $7.174 > 1.66071$ . Selain itu, nilai signifikansi dari tabel uji T juga sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hal tersebut berarti bahwa variabel kepercayaan munfik (X1) memiliki pengaruh terhadap variabel minat berinfak munfik (Y).
2. Citra Lembaga memiliki pengaruh juga terhadap Minat Berinfak Munfik pada NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah. Hal tersebut dapat diketahui pada tabel uji T yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung untuk variabel citra Lembaga terhadap variabel minat Munfik diketahui sebesar  $10.525 > 1.66071$ . Selain itu, nilai signifikansi dari tabel uji T juga sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hal tersebut berarti bahwa variabel citra lembaga (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel minat berinfak munfik (Y).
3. Kepercayaan Munfik dan Citra Lembaga memiliki pengaruh terhadap Minat Berinfak Munfik di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah. Pada tabel koefisien determinasi diketahui bahwa R Square memiliki nilai sebesar 0.881 atau 88.1% hal tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel independen memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel dependen.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta kesimpulan. Adapun implikasi dari penelitian yang telah dilakukan itu dalam bentuk saran-saran yang dapat di berikan melalui hasil penelitian agar memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian itu. Beberapa saran yang dapat disampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Saran untuk NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah
  - a. Meningkatkan kualitas dari program-program yang dimiliki sehingga citra lembaga yang dimiliki semakin terbangun dengan baik mengingat citra lembaga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinfak seorang munfik.
  - b. Memaksimalkan perealisasi program-program yang dimiliki sehingga kepercayaan munfik terhadap dana yang tersalurkan semakin meningkat dan akan berpengaruh juga terhadap minat munfik untuk berinfak pada NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah itu sendiri.
  - c. Berusaha semaksimal mungkin meningkatkan mutu dari setiap Program LAZISNU Jawa Tengah agar minat munfik untuk berinfak semakin meningkat karena merasa bahwa dana yang di serahkan bisa digunakan untuk membuat program yang bermutu, sehingga dengan begitu munfik akan semakin percaya bahwa penyerahan dan munfik tersebut benar-benar bermanfaat

2. Saran untuk peneliti selanjutnya

Penelitian itu dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya. Agar penelitian kedepannya dapat lebih baik berikut beberapa saran membangun yang mungkin bisa di pertimbangkan:

- a. Mempertimbangkan variabel lain mengingat dari hasil koefisien determinasi diketahui sebesar 88.1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.
- b. Menambah jumlah variabel yang memungkinkan mampu memberi pengaruh.

- c. Menambah jumlah responden penelitian, mengingat banyaknya populasi Munfik yang berinfak di NU-CARE LAZISNU Jawa Tengah sebanyak 1.442.277 orang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Saleh dan Mahbib Abdul Wahab. 2014. *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Prenada Media).
- AchruAndi. 2019. *Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran*, (Makassar: UIN Alauddin), Jurnal Idaarah, vol. 3, No. 1, Desember.
- Adji Jennifer dan Samuel, Hatane. 2014. Pengaruh Satisfaction dan Trust terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) di Starbucks The Square Surabaya, (Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 2(1)
- Guntur, B., dan Huda, M. A. A. 2021. Analisis Pengelolaan Koin NU Pada Perekonomian Mustahiq Oleh Lazisnu Cabang Nganjuk. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 8(1), 15-30.
- Haki, U. 2020. Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Citra Lembaga terhadap minat Muzakki dalam membayar Zakat Fitrah. *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 4(1), 81-97.
- Kambuaya, Carlos, Pengaruh Motivasi, Minat, Kedisiplinan dan Adaptasi Diri Terhadap Prestasi Belajar Siswa Peserta Program Afiriasi Pendidikan Menengah Asal, Papua dan Papua Barat di Kota Bandung, vol. 5.
- Jefkins, Frank. *Public relations for marketing management*. Springer, 1983.
- Kasanah, Nur. 2021 Model Filantropi Nahdliyin: Menghimpun Infak Menebar Manfaat Melalui Gerakan Koin NU. Indramayu: Penerbit Adab.
- Marfu'ah, Usfiyatul. 2017. "Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural", *Islamic Commuinction Journal*, 2(2).
- Margayaningsih, D. I. (2018). Peran Masyarakat Dalam Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat di desa. *Publiciana*, 11(1), 72-88.
- Muawanah, R. 2019. Pengaruh Kepercayaan dan Citra Lembaga terhadap Minat Donatur Membayar ZIS (Zakat, Infaq Dan Shadaqah) di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (LazUq) Jombang. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 1(2), 111-127.
- Nafik, Muhammad. 2018. Dampak Penyaluran Infak Untuk Kegiatan Usaha Produktif Dalam Penguatan Modal Dan Peningkatan Kinerja Umkm, *Jurnal*

- Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 5 No. 1* Januari 2018. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations*, (Jakarta: Rajawali Pers).
- Priansa, D. juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV. Pustaka Setia.
- Purwanto, Ngalim. *Psikologi pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015).
- Putra, Doddy Adrisal & Triwardhani, Diana. 2023. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Shope di Kota Solok. *Journal of Young Entrepreneurs, Vol. 2, No. 2, April 2023, pages 78-93*. Jakarta: Universitas Pembangunan Veteran Jakarta.
- Ranti, Y. 2022. *Pengelolaan Dana Koin Peduli Nu Care Lazisnu Pringsewu Untuk Meningkatkan Kepedulian Sosial Kepada Korban Bencana Alam* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Rosady Ruslan. 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada)
- Sumadi, S., dan Priliastuti, D. 2021. Pengaruh pendapatan, kepercayaan dan religiusitas terhadap minat untuk membayar zakat penghasilan. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 1(1), 12-24.
- Sahroni, M. 2022. *Pengaruh Kepercayaan dan Citra Lembaga Terhadap Minat Munfiq Untuk Berinfaq di LAZISNU Kabupaten Kebumen* (Doctoral dissertation, IAINU Kebumen).
- Saleh, Abdul Rahman dan Wahab, Mahbib Abdul 2014. *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Prenada Media)
- Shaleh Abdul Rahman, dkk. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perpektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media 2014).
- Somirat, Soleh dan Ardianto. 2002 Elvinaro, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: Rosda Karya).
- Suryaningsih, T., Dan Julijanto, M. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berinfaq Dan Bersedekah Di Komunitas Pejuang Sedekah Kecamatan Gatak (Doctoral

- Dissertation, Uin Raden Mas Said).
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Sutojo, S. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*, (Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka).
- Toha. M. Chabib, dkk. *PBM-PAI di Sekolah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2013).
- Ulum, R. F., dan Cahyono, E. F. 2020. Evaluasi persepsi muzakki tenaga kependidikan universitas airlangga tentang keimanan, pendapatan, kepercayaan dan citra lembaga terhadap minat membayar zakat profesi. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(10), 1961.
- Utami, Mediana. Dkk. 2019. Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. *Jurnal Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMA)E) Proceeding. Vol. 2, 2019, 170-178*. Jakarta: Universitas Pembangunan Veteran Jakarta.
- Wulandari, A., Prakosa, A. S., Anhari, F. Z., Pamungkas, B. A., & Suryanti, R. 2021. Pentingnya Kepercayaan Memediasi Pengaruh Keamanan Bertransaksi dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(2), 101-114.
- Yazid, Azy Althoillah. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam Menunaikan Zakat di Nurul Hayat Cabang Jember, (*Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 8(2).
- Yunus, Muhammad. 2016 Analisis Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas dan Kontribusi terhadap Minat Pedagang Mengeluarkan Zakat Di Baitul Mal (Studi Kasus pada Pedagang Pasar Los Lhokseumawe, ( Tesis UIN Sumatra Utara)

<https://baznas.jogjakota.go.id/detail/index/32489>

<https://junaidichaniago.wordpress.com>

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ahmad Saeful Mubarak

Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 1 Januari 2000

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat : Blondo 1, Blondo, rt2 rw9 Mungkid, Magelang,  
Jawa Tengah

No Hp : 088980063600

Email : hiyahiyah123@gmail.com

Pendidikan Formal

2018-sekarang : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

2015-2018 : MAN 3 Yogyakarta

2012-2015 : MTS Sunan Pandanaran Yogyakarta

2006-2012 : SD Terpadu Maarif Gunungpring

## KUESIONER PENELITIAN

### PENGARUH KEPERCAYAAN MUNFIK DAN CITRA LEMBAGA TERHADAP MINAT BERINFAK DI NU-CARE LAZISNU JAWA TENGAH

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan itu saya "Ahmad Saeful Mubarak" mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang bermaksud untuk melaksanakan penelitian dalam rangka memenuhi tugas akhir karya ilmiah (skripsi). Mohon kesedian Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuesioner dan mengisi data diri yang sebenarnya sebagai data yang peneliti gunakan untuk mengerjakan tugas akhir. Dengan itu peneliti berjanji akan menjaga hasil dari data diri 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 = .....
5. Alamat = .....

#### B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (√) pada kolom yang sudah tersedia dengan jawaban Bapak/Ibu/Sdr. Setiap butir pertanyaan berikut terdisi dari 4 pilihan jawaban berikut:

1. Sangat Setuju = SS
2. Setuju = S
3. Tidak Setuju = TS
4. Sangat Tidak Setuju = STS

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
<b>Kepercayaan Munfik</b>					
1.	Dana Infak yang terkumpul dari munfik benar-benar tersalurkan dengan baik.				
2.	Pegawai LAZISNU Jawa Tengah memberikan bantuan dengan ramah dan baik terhadap munfik yang ingin berinfak.				
3.	LAZISNU Jawa Tengah menyediakan sarana dan prasarana yang baik untuk para munfik.				
4.	LAZISNU Jawa Tengah melakukan program-program yang dimiliki secara transparan.				
5.	LAZISNU Jawa Tengah benar-benar merealisasikan program-program yang di sosialisasikan.				
6.	LAZISNU Jawa Tengah memberikan pelayanan yang baik.				
<b>Citra Lembaga</b>					
7.	LAZISNU Jawa Tengah memiliki potensi yang baik dalam menjalankan program-programnya.				
8.	Dengan terealisasinya program-program yang dibuat LAZISNU Jawa Tengah memperoleh kepercayaan dari para munfik.				
9.	Program-program yang dibuat oleh LAZISNU Jawa Tengah memiliki potensi untuk memberi manfaat kepada Masyarakat yang membutuhkan.				
10.	LAZISNU Jawa Tengah memiliki reputasi yang baik.				
11.	Identitas LAZISNU Jawa Tengah juga memiliki identitas yang baik.				
12.	LAZISNU Jawa Tengah bertanggung jawab penuh pada terealisasinya program yang di sosialisasikan.				
13.	LAZISNU Jawa Tengah memiliki program-program				

	yang berkualitas sehingga dana yang terkumpul mampu membantu Masyarakat yang membutuhkan.				
14.	LAZISNU Jawa Tengah bertanggung jawab terhadap penyaluran dana infak yang terkumpul dari para munfik.				
<b>Minat Munfik</b>					
15.	Munfik senang dengan program-program yang dimiliki oleh LAZISNU Jawa Tengah.				
16.	Munfik senang terlibat dengan perealisasi program-program yang dimiliki LAZISNU Jawa Tengah.				
17.	Munfik merasa senang karena rezeki yang di infakan bisa dimanfaatkan dengan baik.				
18.	Munfik tertarik untuk memberikan bantuan melalui berinfak agar program-program yang dimiliki LAZISNU Jawa Tengah terealisasi dengan baik.				
19.	Program-program yang dilakukan LAZISNU Jawa Tengah memberi manfaat bagi Masyarakat sehingga munfik tertarik untuk menginfakkan sedikit rezekinya.				
20.	Dengan menginfakkan sebagian hartanya ke LAZISNU Jawa Tengah munfik merasa terlibat dalam kebermanfaatan dana tersebut.				
21.	Munfik merasa sudah membantu sesama dengan menyalurkan sebagian hartanya melalui program berinfak di LAZISNU Jawa Tengah				
22.	Munfik tertarik untuk selalu menginfakkan sebagian hartanya ke LAZISNU Jawa Tengah.				
23.	Dengan terealisasinya program-program LAZISNU Jawa Tengah munfik merasa turut serta membantu Masyarakat yang membutuhkan.				
24.	Munfik merasa senang bisa membantu sesama melalui program infak dari LAZISNU Jawa Tengah.				

Data Responden dari Kuesioner

Responden	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Alamat	Usia (tahun)
Responden 1	Perempuan	IRT	Karangturi	30
Responden 2	Perempuan	IRT	Karangturi	29
Responden 3	Perempuan	Pelajar	Jatisari	17
Responden 4	Perempuan	Mahasiswa	Jatisari	20
Responden 5	Laki-Laki	Pelajar	Kemijen	17
Responden 6	Perempuan	IRT	Kemijen	32
Responden 7	Perempuan	IRT	Kemijen	32
Responden 8	Perempuan	Mahasiswa	Jatisari	20
Responden 9	Perempuan	Mahasiswa	Karangturi	21
Responden 10	Laki-Laki	Mahasiswa	Karangturi	20
Responden 11	Perempuan	IRT	telogorejo	28
Responden 12	Perempuan	IRT	telogorejo	29
Responden 13	Perempuan	IRT	Sarirejo	30
Responden 14	Laki-Laki	Mahasiswa	Karangturi	22
Responden 15	Perempuan	Mahasiswa	Sarirejo	21
Responden 16	Laki-Laki	Wiraswasta	Genuk	27
Responden 17	Perempuan	Pelajar	Jatisari	17
Responden 18	Laki-Laki	Wiraswasta	Rejosari	30
Responden 19	Perempuan	IRT	Rejosari	29
Responden 20	Laki-Laki	Wiraswasta	Rejosari	30
Responden 21	Laki-Laki	Wiraswasta	Sarirejo	29
Responden 22	Laki-Laki	Wiraswasta	Sarirejo	28
Responden 23	Perempuan	Pelajar	Genuk	17
Responden 24	Perempuan	IRT	Rejosari	28
Responden 25	Perempuan	Wiraswasta	Rejosari	30
Responden 26	Laki-Laki	Wiraswasta	Tambakrejo	32
Responden 27	Perempuan	Wiraswasta	Sarirejo	40

Responden 28	Perempuan	Wiraswasta	Rejomulyo	41
Responden 29	Laki-Laki	Wiraswasta	Rejomulyo	40
Responden 30	Laki-Laki	Buruh	Rejomulyo	41
Responden 31	Laki-Laki	Mahasiswa	Genuk	23
Responden 32	Laki-Laki	Wiraswasta	Tambakrejo	40
Responden 33	Perempuan	Tenaga Pendidik	Genuk	41
Responden 34	Perempuan	Pelajar	Genuk	17
Responden 35	Laki-Laki	Mahasiswa	Genuk	20
Responden 36	Perempuan	Mahasiswa	Rejosari	20
Responden 37	Laki-Laki	Wiraswasta	Rejosari	41
Responden 38	Laki-Laki	Wiraswasta	telogorejo	40
Responden 39	Perempuan	Wiraswasta	telogorejo	35
Responden 40	Perempuan	Wiraswasta	Genuk	35
Responden 41	Laki-Laki	Wiraswasta	Jatisari	36
Responden 42	Laki-Laki	Wiraswasta	Karangturi	37
Responden 43	Perempuan	Tenaga Pendidik	Genuk	33
Responden 44	Laki-Laki	Pelajar	Tambakrejo	18
Responden 45	Laki-Laki	Wiraswasta	Tambakrejo	33
Responden 46	Perempuan	Wiraswasta	Tambakrejo	33
Responden 47	Perempuan	Wiraswasta	Rejomulyo	32
Responden 48	Laki-Laki	Wiraswasta	Rejomulyo	34
Responden 49	Laki-Laki	Wiraswasta	Rejomulyo	35
Responden 50	Perempuan	Wiraswasta	Kebonagung	33
Responden 51	Perempuan	Wiraswasta	Tambakrejo	35
Responden 52	Perempuan	Wiraswasta	Ngaliyan	32
Responden 53	Perempuan	Mahasiswa	Ngaliyan	21
Responden 54	Perempuan	Pelajar	Tambakrejo	17
Responden 55	Laki-Laki	Tenaga Pendidik	Rejomulyo	38
Responden 56	Laki-Laki	Wiraswasta	Tambakrejo	38
Responden 57	Laki-Laki	Wiraswasta	Kebonagung	37

Responden 58	Perempuan	Mahasiswa	Kebonagung	22
Responden 59	Perempuan	Mahasiswa	Kebonagung	21
Responden 60	Laki-Laki	Wiraswasta	Kebonagung	22
Responden 61	Laki-Laki	Wiraswasta	Rejomulyo	48
Responden 62	Laki-Laki	Pelajar	Ngaliyan	17
Responden 63	Perempuan	Mahasiswa	Ngaliyan	18
Responden 64	Perempuan	Tenaga Pendidik	Kebonagung	37
Responden 65	Perempuan	Tenaga Pendidik	Kebonagung	35
Responden 66	Laki-Laki	Wiraswasta	Tambakrejo	35
Responden 67	Laki-Laki	Wiraswasta	Kebonagung	30
Responden 68	Perempuan	Wiraswasta	Kebonagung	32
Responden 69	Perempuan	Wiraswasta	Ngaliyan	33
Responden 70	Laki-Laki	Tenaga Pendidik	Ngaliyan	32
Responden 71	Laki-Laki	Mahasiswa	Gajah Mungkur	22
Responden 72	Laki-Laki	Wiraswasta	Gajah Mungkur	29
Responden 73	Perempuan	Tenaga Pendidik	Gajah Mungkur	31
Responden 74	Perempuan	Wiraswasta	Gajah Mungkur	33
Responden 75	Laki-Laki	Wiraswasta	Gajah Mungkur	48
Responden 76	Perempuan	Wiraswasta	Kebonagung	40
Responden 77	Perempuan	Wiraswasta	Kebonagung	44
Responden 78	Laki-Laki	Tenaga Pendidik	Kebonagung	39
Responden 79	Perempuan	Tenaga Pendidik	Kebonagung	38
Responden 80	Perempuan	Pelajar	Gunungpati	18
Responden 81	Laki-Laki	Wiraswasta	Gunungpati	47
Responden 82	Laki-Laki	Mahasiswa	Gunungpati	22
Responden 83	Laki-Laki	Mahasiswa	Gajah Mungkur	23
Responden 84	Perempuan	IRT	Gajah Mungkur	38
Responden 85	Laki-Laki	Wiraswasta	Gajah Mungkur	30
Responden 86	Perempuan	Tenaga Pendidik	Gunungpati	30
Responden 87	Laki-Laki	Tenaga Pendidik	Gajah Mungkur	29

Responden 88	Laki-Laki	Wiraswasta	Gajah Mungkur	30
Responden 89	Perempuan	Wiraswasta	Gajah Mungkur	46
Responden 90	Laki-Laki	Wiraswasta	Gajah Mungkur	47
Responden 91	Perempuan	Mahasiswa	Sarirejo	23
Responden 92	Laki-Laki	Wiraswasta	Sarirejo	34
Responden 93	Perempuan	Mahasiswa	Rejosari	20
Responden 94	Laki-Laki	Tenaga Pendidik	telogorejo	29
Responden 95	Laki-Laki	Tenaga Pendidik	telogorejo	30
Responden 96	Laki-Laki	Wiraswasta	Jatisari	33
Responden 97	Laki-Laki	Tenaga Pendidik	Jatisari	31
Responden 98	Perempuan	Wiraswasta	Rejosari	35
Responden 99	Laki-Laki	Mahasiswa	Jatisari	20
Responden 100	Laki-Laki	Mahasiswa	Jatisari	19

Data Tabulasi

<b>Soal</b>																					
	1	2	3	4	5	6	total	7	8	9	10	total	11	12	13	14	total	15	16	17	18
1	4	4	2	3	4	4	21	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	3
2	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13	4	4	3	4
3	3	4	3	3	3	4	20	4	3	3	2	12	3	4	4	4	15	3	3	4	4
4	3	4	3	3	3	3	19	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	4
5	3	4	3	3	3	4	20	4	3	3	4	14	4	4	3	4	15	3	3	4	4
6	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	4	3	4	3	14	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	2	17	3	3	3	2	11	4	2	3	2	11	3	3	2	3
8	3	4	3	3	3	3	19	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	3	3	3	3
9	4	4	4	4	4	3	23	3	4	4	3	14	4	3	4	3	14	4	4	3	3
10	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	3
11	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	3	3	3	3

13	3	4	3	3	3	4	20	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	4	3
14	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	3	3
15	3	3	3	3	3	2	17	3	3	3	2	11	3	2	3	3	11	3	3	2	3
16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4
17	4	3	4	4	4	3	22	4	4	4	3	15	4	3	4	3	14	4	4	3	4
18	3	4	3	3	3	4	20	3	3	3	4	13	3	4	3	4	14	3	3	4	3
19	3	4	3	3	3	3	19	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
20	3	4	3	3	3	3	19	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
21	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
22	3	3	3	3	3	4	19	3	3	3	4	13	3	4	3	4	14	3	3	4	3
23	3	4	3	3	3	3	19	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
24	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4
26	3	4	3	3	3	3	19	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
27	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	3
28	4	3	4	4	4	3	22	3	4	4	4	15	4	3	3	3	13	4	4	3	3
29	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	4	13	3	4	3	3	13	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
31	4	4	4	3	3	4	22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	4
32	4	4	3	4	3	4	22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	4
33	3	3	4	4	4	4	22	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	4	4	3
34	3	3	3	3	3	4	19	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	4	4
35	3	3	4	4	4	4	22	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	3	4	4	4
36	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
37	3	3	2	2	3	3	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
38	3	3	3	3	3	4	19	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	3	3	4	4
39	4	4	3	4	3	4	22	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	3	4	4
40	4	4	4	3	3	4	22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	4
41	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
42	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3

43	3	3	3	3	3	4	19	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	3	3	4	4
44	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
45	3	3	2	3	3	3	17	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3
46	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4
47	4	4	3	4	4	3	22	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	3	3
48	3	3	4	3	3	4	20	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	4	4
49	3	3	3	4	3	4	20	4	3	3	3	13	3	3	3	4	13	3	3	4	4
50	3	3	3	3	3	4	19	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	4	4
51	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	3	3
52	3	3	4	4	3	3	20	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	3	3
53	3	3	3	4	3	4	20	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	3	3	4	4
54	3	3	4	4	3	3	20	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3
55	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4
56	3	3	3	3	3	4	19	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	4	4
57	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	3	4	4
58	4	4	3	3	3	3	20	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	4	3	3	3
59	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
60	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
61	4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	4	4	4	4
62	3	4	4	4	4	4	23	3	3	3	4	13	3	3	4	4	14	3	4	4	3
63	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	3	15	4	4	3	3	14	4	4	4	4
64	3	3	3	3	4	4	20	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12	4	4	4	3
65	4	3	3	3	4	4	21	4	4	4	3	15	4	4	3	3	14	4	4	4	4
66	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	3	3
67	2	3	3	3	3	3	17	2	3	3	3	11	2	3	3	3	11	3	3	3	2
68	3	3	3	3	4	4	20	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12	4	4	4	3
69	3	4	4	4	4	4	23	3	4	4	4	15	3	3	4	4	14	4	4	4	3
70	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	4	4	4	4
71	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
72	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3

73	3	3	3	3	4	4	20	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	4	4	3
74	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	3	3
75	2	3	3	3	3	3	17	2	3	3	3	11	2	3	3	3	11	3	3	3	2
76	4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4
77	3	4	3	3	3	3	19	3	4	4	4	15	3	4	4	4	15	4	3	3	3
78	4	3	4	4	4	4	23	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13	3	4	4	4
79	3	3	3	3	4	4	20	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	4	4	3
80	3	3	4	4	4	4	22	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	4	4	3
81	3	3	4	4	3	3	20	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
82	4	3	3	3	3	3	19	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13	3	3	3	4
83	3	3	3	3	4	4	20	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12	4	4	4	3
84	3	3	4	4	3	3	20	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
85	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4
86	3	3	4	3	4	4	21	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	4	4	3
87	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	4	4	4	4
88	3	4	4	3	3	3	20	3	3	3	3	12	3	3	4	4	14	3	3	3	3
89	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
90	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3
91	4	4	4	3	4	3	22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4
92	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4
93	3	3	4	4	3	3	20	3	4	4	3	14	3	3	3	4	13	4	3	3	3
94	3	3	3	3	3	3	18	3	4	4	3	14	3	3	3	4	13	4	3	3	3
95	3	3	3	3	3	3	18	3	4	4	3	14	3	3	3	4	13	4	3	3	3
96	3	3	4	3	4	3	20	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12	4	4	3	3
97	3	3	3	3	4	3	19	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	4	3	3
98	3	3	3	3	4	4	20	4	4	4	3	15	3	3	3	4	13	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4	3	23	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16	3	4	3	4
100	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4

Lanjutan Data Tabulasi

Soal						
19	20	21	22	23	24	total
3	4	4	3	3	4	36
3	4	3	3	3	4	35
4	2	4	3	4	3	34
3	3	3	4	3	3	32
3	4	3	4	4	3	35
4	3	3	3	3	3	31
3	2	4	3	3	3	29
4	3	4	4	3	3	33
4	3	4	4	3	3	35
3	4	3	4	3	3	35
3	3	3	3	3	3	30
4	3	3	3	3	3	31
3	3	3	4	3	3	32
3	3	3	3	3	3	30
3	2	3	3	3	3	28
4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	3	4	4	37
3	4	3	4	3	3	33
3	3	3	4	3	3	31
3	3	3	4	3	3	31
3	3	3	3	3	3	30
3	4	3	4	4	3	34
3	3	3	4	3	3	31
3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	4	3	3	31
3	4	3	4	3	3	35

3	4	4	3	3	4	35
3	4	3	2	4	4	32
3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	3	4	4	38
4	4	4	3	3	4	37
3	3	3	4	4	3	34
3	3	3	3	3	3	32
3	4	3	4	4	3	36
3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	2	3	29
3	4	3	3	3	3	33
4	3	4	3	3	4	36
4	4	4	3	4	4	38
3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	30
3	4	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	30
3	4	3	3	2	3	30
4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	3	4	37
3	3	3	3	4	3	33
3	3	3	3	3	3	32
3	3	3	3	3	3	32
3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	4	3	31
3	4	3	3	3	3	33
3	4	3	3	4	3	32
4	3	4	4	4	4	39
3	3	3	3	3	3	32
4	3	4	3	3	4	36

4	3	4	3	3	4	34
3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	3	4	39
4	4	4	4	4	4	38
3	3	3	3	4	3	35
3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	34
3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	32
3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	29
4	4	4	4	3	4	39
4	4	4	4	3	4	36
3	3	3	3	4	3	34
3	3	3	3	3	3	32
3	3	3	3	4	3	33
3	3	3	3	4	3	31
3	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	4	3	31
4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	4	3	33
4	4	4	4	4	4	40

4	3	4	4	4	4	35
3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	39
3	3	3	3	4	3	32
3	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	4	3	33
3	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	34
4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	3	4	39

## Hasil Uji Validitas X1

### Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	X16	KEPERCAYAAN COSTUMER
X11	Pearson Correlation	1	.561**	.357**	.469**	.507**	.293**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X12	Pearson Correlation	.561**	1	.226*	.255**	.216*	.260**	.606**
	Sig. (2-tailed)	.000		.021	.009	.027	.007	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X13	Pearson Correlation	.357**	.226*	1	.645**	.436**	.196*	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021		.000	.000	.045	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X14	Pearson Correlation	.469**	.255**	.645**	1	.446**	.229*	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.000		.000	.019	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X15	Pearson Correlation	.507**	.216*	.436**	.446**	1	.389**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.027	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X16	Pearson Correlation	.293**	.260**	.196*	.229*	.389**	1	.587**
	Sig. (2-tailed)	.002	.007	.045	.019	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105

KEPERCAYAAN	Pearson Correlation	.767**	.606**	.698**	.734**	.726**	.587**	1
AN	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
CUSTOMER	N	105	105	105	105	105	105	105

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X2

### Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	X16	KEPERCAYAAN CUSTOMER
X11	Pearson Correlation	1	.561**	.357**	.469**	.507**	.293**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X12	Pearson Correlation	.561**	1	.226*	.255**	.216*	.260**	.606**
	Sig. (2-tailed)	.000		.021	.009	.027	.007	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X13	Pearson Correlation	.357**	.226*	1	.645**	.436**	.196*	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021		.000	.000	.045	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X14	Pearson Correlation	.469**	.255**	.645**	1	.446**	.229*	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.000		.000	.019	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X15	Pearson Correlation	.507**	.216*	.436**	.446**	1	.389**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.027	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X16	Pearson Correlation	.293**	.260**	.196*	.229*	.389**	1	.587**
	Sig. (2-tailed)							
	N	105	105	105	105	105	105	105

	Sig. (2-tailed)	.002	.007	.045	.019	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
KEPERC	Pearson Correlation	.767**	.606**	.698**	.734**	.726**	.587**	1
AYAAN	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
COSTU	N	105	105	105	105	105	105	105
MER								

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Validitas Var Y

### Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	X16	KEPERCAYA AN COSTUMER
X11	Pearson Correlation	1	.561**	.357**	.469**	.507**	.293**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X12	Pearson Correlation	.561**	1	.226*	.255**	.216*	.260**	.606**
	Sig. (2-tailed)	.000		.021	.009	.027	.007	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X13	Pearson Correlation	.357**	.226*	1	.645**	.436**	.196*	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021		.000	.000	.045	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X14	Pearson Correlation	.469**	.255**	.645**	1	.446**	.229*	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.000		.000	.019	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X15	Pearson Correlation	.507**	.216*	.436**	.446**	1	.389**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.027	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105

X16	Pearson Correlation	.293**	.260**	.196*	.229*	.389**	1	.587**
	Sig. (2-tailed)	.002	.007	.045	.019	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
KEPE	Pearson Correlation	.767**	.606**	.698**	.734**	.726**	.587**	1
RCAY	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
AAN	N	105	105	105	105	105	105	105
COST								
UMER								

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Regressi

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KEPERCAYAAN COSTUMER, ABILITY & INTEGRITY <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Minat

b. All requested variables entered.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.956 <sup>a</sup>	.914	.912	.962

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN COSTUMER, ABILITY & INTEGRITY

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1001.312	2	500.656	541.280	.000 <sup>b</sup>
	Residual	94.345	102	.925		
	Total	1095.657	104			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN COSTUMER, ABILITY & INTEGRITY

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.560	.949		2.698	.008
	ABILITY & INTEGRITY	.602	.052	.545	11.614	.000
	KEPERCAYAAN COSTUMER	.733	.074	.466	9.921	.000

a. Dependent Variable: Minat

**Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)**

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

## DOKUMENTASI

