

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MUZAKKI
DALAM MEMILIH MEMBAYAR ZAKAT PADA LEMBAGA AMIL
ZAKAT**

(Studi Pada Muzzaki Di Pasar Beringharjo Yogyakarta)

*Factors Affecting Muzakki's Decision In Choosing to Pay Zakat At Amil Zakat
Institution (Studies On Muzakki at Beringharjo Market Yogyakarta)*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

BAYU PRATAMA PUTRA

12423081

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2017

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Bayu Pratama Putra
NIM : 12423081
Program Studi : Ekonomi islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul penelitian : Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Muzakki Dalam Memilih Membayar Zakat Pada Lembaga Amil Zakat (Studi Pada Muzzaki Di Pasar Bringharjo Yogyakarta)

Dengan ini Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan tidak ada hasil karya orang lain kecuali yang diacu dalam penulisan dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Penulis, 18 September 2017



[Bayu Pratama Putra]



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gd. K.H.A. Wahid Hasyim Kampus Terpadu UII, Jl. Kaliurang KM. 14,5 Yogyakarta
Telp. (0274) 898462, Fax. 898463, E-Mail: fiai@uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 3 Oktober 2017
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Muzakki dalam Memilih Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat (Studi pada Muzakki di Pasar Beringharjo Yogyakarta)
Disusun oleh : BAYU PRATAMA PUTRA
Nomor Mahasiswa : 12423081

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua	: Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag	(.....)
Penguji I	: H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec.	(.....)
Penguji II	: Tulasmi, SE, MEI	(.....)
Pembimbing	: Dr. Siti Achiria, SE, MM	(.....)

Yogyakarta, 4 Oktober 2017



Dr. H. Tamvizi Mukharrom, MA

- Syari'ah/Ahwal Al-Syakhshiyah, Akreditasi A berdasarkan SK No. 112/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2015
- Pendidikan Agama Islam, Akreditasi A berdasarkan SK No. 502/SK/BAN-PT/Akred/S/V/2015
- Ekonomi Islam, Akreditasi B berdasarkan SK No. 372/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2014

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Bayu Pratama Putra

Nomor Mahasiswa : 12423081

Judul Skripsi : Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Muzakki
Dalam Memilih Membayar Zakat Pada Lembaga Amil
Zakat (Studi Pada Muzzaki Di Pasar Bringharjo
Yogyakarta)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan berbagai perbaikan dalam pengerjaan skripsi, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 18 September 2017

Dosen Pembimbing,



Dr. Siti Achira, SE, MM

NOTA DINAS

Hal : SKRIPSI

**Kepada : Yth. Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta**

Assalamu"alaikum wr.wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 283/Dek/60/DAS/FIAI/XI/2015 pada tanggal 2 september 2016 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara :

Nama : Bayu Pratama Putra
Nomor Pokok/NIMKO : 12423081
Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Jurusan / Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2017/2018
Judul Skripsi : Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Muzakki Dalam Memilih Membayar Zakat Pada Lembaga Amil Zakat (Studi Pada Muzzaki Di Pasar Bringharjo Yogyakarta)
Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga) eksemplar skripsi yang dimaksud.
Wassalamu"alaikum wr.wb

Dosen Pembimbing,


Dr. Siti Achira, SE, MM

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi ALLAH SWT ,Kupersembahkan skripsi ini kepada mereka yang menyayangi, menguatkan ,yang tidak henti hentinya memberikan dukungan

dan doanya

Teruntuk kedua orang tuaku

Suhardi (Alm) dan Siti Khodijah

Saudaraku tersayang

Ade Ratih Pratatiwi

Muhamad Meljan Saputra

Dosen-dosenku tercinta

Serta seluruh keluarga serta sahabat-sahabat seperjuangan yang member motivasi

untukku

MOTTO

"Seseorang yang optimis akan melihat adanya kesempatan dalam setiap malapetaka, sedangkan orang pesimis melihat malapetaka dalam setiap kesempatan "

(Nabi Muhammad SAW)

"Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar "

(Al-Baqarah: 153)

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap. "

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

ABSTRAK
**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Muzakki Dalam
Memilih Membayar Zakat Pada Lembaga Amil Zakat (Studi Pada
Muzakki di Pasar Beringharjo Yogyakarta)**
Oleh :
Bayu Pratama Putra
12423081

Pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan merupakan domain dari perilaku konsumen, dimana perilaku konsumen adalah suatu proses dan pengambilan keputusan hanya merupakan salah satu tahap. Terdapat banyak pengaruh yang mendasari konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan. Beberapa faktor diantaranya yaitu religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, aksesibilitas, dan kredibilitas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki dalam memilih membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat, sejauh mana faktor tersebut berpengaruh, dan faktor apa yang paling dominan diantara religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, aksesibilitas, dan kredibilitas. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dan metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik penyebaran angket. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda, yang terdiri dari lima variabel dependen dan satu variabel independen.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, aksesibilitas dan kredibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan, terhadap keputusan muzakki memilih membayar zakat di lembaga amil zakat dengan $\alpha=5\%$, variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap memilih membayar zakat di lembaga amil zakat adalah kredibilitas.

Kata kunci: Keputusan muzakki, Religiusitas, Pengetahuan, Kepercayaan, Aksesibilitas, Kredibilitas.

ABSTRACT

Factors Affecting Muzakki's Decision In Choosing to Pay Zakat At Amil Zakat Institution (Studies On Muzakki at Beringharjo Market Yogyakarta)

By:

Bayu Pratama Putra

12423081

Consumer decision making to use the services of a company is a unity and the decision is only one stage. There are many influences that underlie consumers to use the services of a company. Some of the contributing factors are religiosity, knowledge, trust, accessibility, and credibility.

The purpose of this research is to identify factors influencing zakat decision on Amil Zakat Institute, the extent to which factors, and what factors are most dominant over religiosity, knowledge, trust, accessibility, and credibility. This research is quantitative descriptive and the method of data in this study using the questionnaire distributing technique. The collected data were analyzed by using multiple regression analysis, which consisted of five dependent variables and.

The result of this research concludes that religiosity, knowledge, trust, accessibility and credibility have positive and significant influence on decision of muzakki choose to pay zakat in zalcat amil institution with $\alpha = 5\%$, the most dominant variable influencing to pay zakat in amil zalcat institution is credibility.

Keywords: Muzakki Decision, Religiosity, Knowledge, Trust, Accessibility, Credibility.

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu pro gram penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab dipergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pem bakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim

yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahannya tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional. Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantudalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh

seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkandengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untukdigunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin besertaperangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut.

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan caramemberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah

5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

Berikut penjelasannya secara berurutan:

1. Konsonan

Dibawah in daftar huruf arab dan transliterasinya dangan huruf latin

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
◌ِ و	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...ى	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى...	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

رَمَى - ramā

قِيلَ - qīla

يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta'marbutah mati

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

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudah al-atfāl

- raudatul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُتَوَرَّاهُ - al-Madīnah al-Munawwarah

- al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةُ - talhah

5. Syaddah

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

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرِّ - al-birr

الْحَجِّ - al-hajj

نُعْمَ - nu''ima

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditranslite-rasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditranslite-rasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

الشَّمْسُ - as-syamsu

القَلَمُ - al-qalamu

البَدِيعُ - al-badi'u

الْجَلَالُ - al-jalalu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ - ta'khužūna

النَّوْءُ - an-nau'

شَيْءٌ	- syai'un
إِنَّ	- inna
أُمِرْتُ	- umirtu
أَكَل	- akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn
	Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān
	Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ	Ibrāhīm al-Khalīl
	Ibrāhīmūl-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā
وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَكِيمٌ غَبِيبٌ	Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīla
	Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaanhuruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital

digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallaẓī bibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramadān al-laẓī unzila fih al- Qur'ānu
	Syahru Ramadān al-laẓī unzila fihil Qur'ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ	Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn
	Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamīn
	Alhamdu lillāhi rabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	Nasrun minallāhi wa fathun qarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillāhi al-amru jamī'an
	Lillāhil-amru jamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāha bikulli syai'in 'alīm

10. Kata yang sudah bahasa Arab yang sudah masuk bahasa Indonesia maka kata tersebut ditulis sebagaimana yang biasa ditulis dalam bahasa Indonesia. Seperti kata: al-Qur'an , hadist, ruh, dan kata-kata yang lain. Selama kata-kata tersebut tidak untuk menulis kata bahasa Arab dalam huruf Latin.



KATA PENGANTAR



As-salāmu'alaikum warahmatullāhi wabarakātuh

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ. وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ.

Alhamdulillah rabbil'alamīn, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah, kesempatan, dan kemudahan kepada kita semua dalam menjalankan amanah yang menjadi tanggung jawab kita. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya, karena berkat beliau kita dapat hijrah dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang seperti sekarang ini.

Tidak terasa waktu yang telah dilalui dan seperti menjadi mahasiswa baru yang berbondong mendaftarkan diri untuk bisa masuk ke universitas Islam Yogyakarta untuk mengejar impian dan menambah wawasan pengetahuan yang ada pada kampus tertua di kota Yogyakarta, begitu banyak kegiatan yang telah dilalui.

Begitu singkat waktu yang telah dilampai secara barakah selama berapa tahun silam ini yang banyak memberikan berbagai wawasan yang sangat bermanfaat dan begitu pula untuk diterapkan dimasa akan datang. Hal itu untuk

bisa memberikan manfaat kepada masyarakat luas sebagai pengetahuan untuk orang banyak.

Sebagaimana disusunnya penelitian ini sebagai salah satu syarat kelulusan yang telah ditetapkan oleh UII, namun menyusun semua ini karena paham, UII memberikan ilmu pengetahuannya untuk bersikap ilmiah terhadap fenomena yang terjadi pada masyarakat. Yang telah di teliti dalam sebuah penelitian, bukan hanya berkomentar pada yang tidak ada gunanya.

Ada kalanya penilitan ini diharapkan mendapat respon yang positif seluruh akademisi UII dan kepada pihak yang terkait. Dari itu banyak harapan agar kedepannya penelitian ini sebagai acuan yang bermanfaat untuk penerus penelitian ini. Bagi kaum ekonomi rabbani yang menyebarkan syiar membumikan Ekonomi Islam di bumi indonesia.

Sebuah ilmu untuk disadari selama menimbah ilmu di Yogyakarta sebagai pacuan mahasiswa dan penulisan penelitian skripsi ini tidak lepas pada bimbingan, arahan dan dorongan agar semangat dan bantuan baik materi pun non materi dari berbagai pihak, sehingga yang telah di di buat dapat terlaksana dengan baik dan dapat menyelesaikan dengan waktu yang di targetkan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan dan pelaksanaan penelitian ini merupakan usaha besar penulis yang tidak mungkin berhasil dengan baik tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis sepantasnyalah mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Islam Indonesia, Nandang Sutrisno, SH., M.Hum., LL.M., Ph.D. beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. H. M. Tamyiz Mukharram, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

3. Ibu Dr. Dra. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesiayang menaungi kami selama ini.
4. Ibu Dr. Siti Achiria, SE, MM.selaku Dosen Pembimbing Skripsi kami yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dan tak pernah lelah mengalirkan ilmunya kepada kami.
5. Semua dosen-dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis, semoga kemanfaatan ilmu yang diberikan dapat terus mengiringi penulis sampai akhir hayat.
6. Kedua orang tuaku Ayah Suhardi (Alm) dan Ibu Siti Khodijah di Rumah yang selalu mendoakan anaknya yang terbaik sehingga diberi kemudahan serta kelancaran dalam penyelesaian penelitian ini dan yang tidak pernah bosan untuk memberikan nasihat nasihat kepada anaknya agar menjadi lebih baik.
7. Saudari Ade Ratih Pratiwi terima kasih atas do'a sehingga penelitian ini dapat saya selesaikan dengan baik
8. Saudara Muhamad Meljan Saputra terima kasih atas do'a sehingga penelitian ini dapat saya selesaikan dengan baik
9. Keluarga besar dirumah yang selalu memberikan dukungan dan doanya sehingga selesainya studi S1 ini.
10. Rizki Dyah Aryanti, terima kasih atas waktu , tenaga dan ilmu yang diberikan untuk membantu dalam penyelesaian penelitian ini.
11. Teman-teman Ekonomi Islam 2012 yang luar biasa memberikan pelajaran dan semangat dalam menggapai ilmu

Semoga segala pencerahannya, bimbingan, doa dan pencerahan yang telah diberikan, semoga mendapatkan imbalan dari Allah SWT. Tidak lupa juga meminta maaf apabila selama melampaui studi ini terdapat perbuatan yang tidak di inginkan sengaja maupun tidak sengaja. Bahwa menyadari kemampuan sepenuhnya yang terbatas. Oleh karena itu, angat mengharapkan adanya kritik dan

saran yang membangun demi menyempurnakan penelitian ini. Dan akhir kata semoga mendapatkan manfaat bagi semua yang membaca penelitian ini dan membutuhkannya.

Wassalāmu'alaikum warahmatullāhi wabarakātuh

Yogyakarta, 18 September 2017

Penulis



Bayu Pratama Putra



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	x
KATA PENGANTAR	xxii
DAFTAR ISI	xxiii
DAFTAR TABEL	xxvi
DAFTAR GAMBAR	xxvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4

E. Hipotesis	5
F. Sistematika Pembahasan	6

BAB II. TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka	8
B. Landasan Teori.....	16
1. Teori pengaruh keputusan muzakki	16
a. Pengertian Keputusan Muzakki.....	16
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan.....	18
1) Faktor-Faktor Internal	19
2) Faktor-Faktor Eksternal.....	20
2. Zakat.....	21
3. Muzakki.....	22
4. Religiusitas.....	24
a. Pengertian Religiusitas.....	24
b. Fungsi Agama Bagi Manusia.....	25
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas	28
5. Pengetahuan	30
a. Pengertian Pengetahuan	30
b. Sumber Pengetahuan.....	31
6. Aksebilitas.....	31
7. Kepercayaan.....	32
8. Kredibilitas.....	36
9. Organisasi Pengelola Zakat.....	39
a. Pengertian Pengelolaan	39
b. Manajemen Suatu Organisasi Pengelola Zakat.....	40

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	42
B. Lokasi Penelitian.....	42

C. Sumber Data.....	42
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
• Kuesioner	43
• Dokumentasi	43
E. Variabel Penelitian	43
F. Populasi dan Metode Penentuan Sampel	45
G. Instrumen Penelitian.....	46
H. Uji Validitas dan Reliabilitas	48
• Uji Validitas	48
• Uji Reliabilitas	48
I. Uji Hipotesis.....	49
J. Metode Analisis	51
a. Analisis Deskriptif Kuantitatif	52
b. Analisis Regresi Liner Berganda.....	52

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian	53
B. Hasil Analisis Data dan Penelitian.....	54
a. Analisis Deskriptif	55
b. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
c. Analisis Kuantitatif.....	64
C. Pembahasan	71

BAB V. PENUTUP

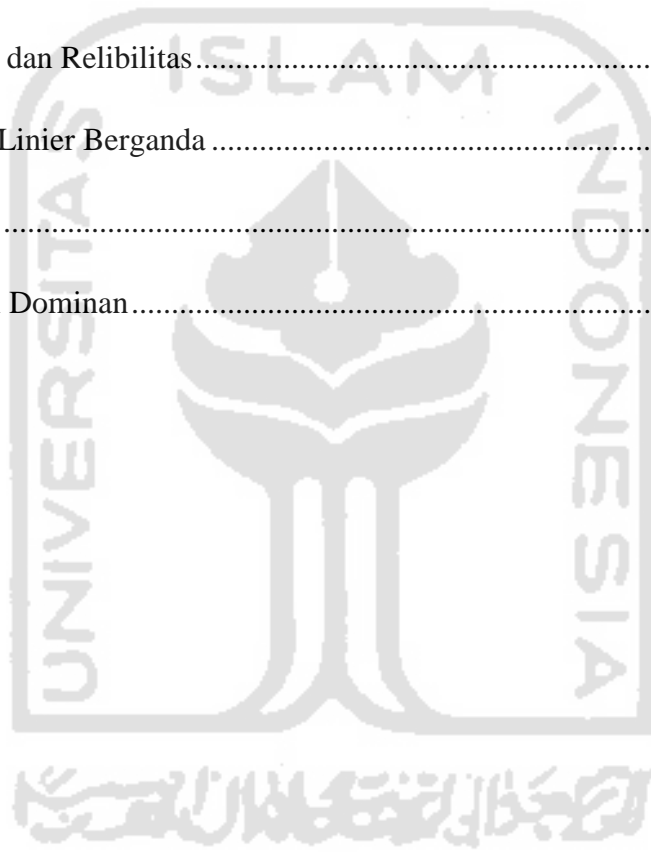
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1 Telaah Pustaka	11
2.2 Instrumen Penelitian	48
3.3 Responden penyaluran zakat	57
4.4 Uji Validitas dan Relibilitas	59
5.5 Uji Regresi Linier Berganda	65
6.6 Uji Statistik	69
7.7 Uji Variabel Dominan	70



DAFTAR GAMBAR

1.2 Jumlah Respoeden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
2.2 Responden Bedasarkan Pendapatan Bulanan	58



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Zakat adalah salah satu ibadah pokok dan termasuk salah satu rukun Islam. Secara arti kata zakat yang berasal dari bahasa Arab dari akar kata *Zakay* yang mengandung beberapa arti seperti membersihkan, bertumbuh dan berkah. Dalam istilah hukum syara', zakat diartikan "pemberian tertentu dari harta tertentu kepada orang tertentu menurut syarat-syarat yang ditentukan". Zakat itu ada dua macam, pertama zakat harta atau disebut juga dengan istilah zakat mal, dan kedua zakat diri yang dikeluarkan setiap akhir Ramadhan yang disebut juga dengan istilah zakat fitrah.

Bahwa sebagian masyarakat Indonesia apalagi muzaki belum banyak memiliki pemahaman dan konsep akan berzakat yang baik dan benar. Muzaki di pasar beringharjo sendiri lebih cenderung mengabaikan uangnya ketika mendapatkan gaji setiap bulannya dan kurang memahami dalam mengaplikasikan pembayaran zakat mereka sehingga menyebabkan uang pegawai tidak berkah. Kurangnya pengetahuan mengenai zakat. Dalam hal ini khususnya muzaki di pasar beringharjo untuk mengatur keuangannya lebih dini agar kedepannya uang yang didapat lebih berkah lagi. Muzaki juga dianjurkan untuk mengelola uangnya dengan baik atau gaji setiap bulannya dengan baik dan bertanggung jawab. Dengan adanya lembaga zakat yang baik bisa menjadi solusi permasalahan ini. Kalau saja muzaki mengerti dan bisa mengatur uangnya atau gaji setiap bulannya maka uang yang dimiliki muzaki untuk disalurkan ke mustahik dan orang-orang yang membutuhkan dapat sejahtera.

Zakat terhadap pendapatan pedagang karyawan di pasar beringharjo adalah kewajiban zakat yang di kenakan atas penghasilan tiap-tiap pekerjaan atau keahlian profesional tertentu, baik itu dikerjakan sendiri ataupun dilakukan bersama-sama dengan orang lain atau lembaga lain yang dapat mendatangkan penghasilan (uang) yang memenuhi nisab (*batas minimum untuk berzakat*). Pedagang di pasar beringharjo mendapatkan pendapatan setiap bulanya hampir lebih dari Rp. 3.000.000,-. (Data Primer 2017) Maka hasil pendapatan pedagang tersebut telah diwajibkan untuk mengeluarkan zakatnya asumsi perhitungan *nisab* dan *haul* satu tahun. Kesadaran akan membayar zakat Pedagang yang pendapatan bersihnya kurang dari batas nisab saat ini setara dengan Rp.4.320,00,- (nisab gabah 1350 kg x harga gabah Rp.3.200,00,-), maka hasil pendapatan pedagang tersebut telah diwajibkan untuk mengeluarkan zakatnya dengan asumsi perhitungan *nisab* dan *haul* satu tahun. Pedagang pasar beringharjo yang pendapatan bersihnya kurang dari batas *nisab* dan *haul* belum wajib berzakat. Berdasarkan uraian di atas, terlihat bahwa potensi dari pedagang karyawan bringharjo sudah bisa membayar zakat. Bagaimana kesadaran muzakki di pasar beringharjo.

Semangat untuk memberikan yang terbaik bagi masyarakat melalui program usaha produktif, yang terbukti mampu melapangkan beban masyarakat akibat himpitan ekonomi. Hal itu takkan mungkin terjadi tanpa adanya kebaikan dan kesadaran hati para muzakki yang ditopang oleh amil yang profesional, amanah, dan akuntabel. Dalam pengelolaan zakat modern, amil memiliki posisi yang sangat penting dalam mengemas program-program atau produk yang berdayaguna bagi mustahik.

Dengan demikian, tingkat religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, aksesibilitas, dan kredibilitas faktor terpenting dalam menentukan perilaku masyarakat untuk menunaikan zakat. Pengelolaan dana zakat yang lebih profesional akan menjadikan pilihan utama masyarakat dalam berzakat dan mengajak orang lain untuk menunaikan zakat.

Kurang optimalnya jumlah zakat yang terkumpul disebabkan oleh beberapa hal, antara lain; (1) ketidak tahuan kewajiban membayar zakat. sebagian dari masyarakat yang tidak tahu bahwa dia harus membayar zakat. Mereka hanya tahu bahwa zakat itu hanyalah zakat fitrah di bulan Ramadhan.(2) ketidakmauan membayar zakat. Terdapat sebagian masyarakat yang enggan untuk membayar zakat. Ada sebagian masyarakat yang berperilaku kikir, mereka merasa harta yang mereka peroleh adalah hasil usahanya sendiri, sehingga mereka merasa tidak perlu mengeluarkan zakat.(3) ketidakpercayaan terhadap Lembaga Pengelola Zakat. Sebagian masyarakat mengeluarkan kewajiban zakatnya langsung kepada mustahiq,karena mereka tidak atau kurang percaya kepada lembaga pengelola zakat yang ada. Selain itu mereka merasa lebih afdholjika bisa memberikan langsung kepada mustahiq yang bersangkutan.

Berdasarkan penjelasan di atas termotivasi untuk melakukan penelitian tentang keputusan muzakki membayar zakat, dari penelitian tentang zakat, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian tentang zakat yang lebih variatif dengan judul:Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Muzakki DalamMemilih Membayar Zakat PadaLembaga Amil Zakat (Studi Pada Muzakki di Pasar Beringharjo Yogyakarta).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan di kaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh faktor religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, aksesibilitas, dan kredibilitas terhadap keputusan muzakki dalam memilih membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat?
2. Faktor mana yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan dalam memilih membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan pengaruh faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Keputusan Muzakki Dalam Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi Keputusan Muzakki dalam Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat.

D. Manfaat Penelitian

Kegunaan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan serta pemikiran seputar permasalahan yang diteliti, baik bagi peneliti maupun pihak lain, sebagai bahanreferensi dalam meneliti dan mengkaji tentang masalah yang terkait dengan penelitian ini.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan lebih kepada penulis sehingga bisa menambah ilmu yang dimiliki,

khususnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki membayar zakat di suatu lembaga.

b. Bagi akademis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan atau referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

E. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis dan hasil penemuan beberapa penelitian, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Ho: tidak ada pengaruh signifikan dari religiusitas Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- b. Ha: ada pengaruh signifikan dari religiusitas Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- c. Ho: tidak ada pengaruh signifikan dari pengetahuan Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- d. Ha: ada pengaruh signifikan dari pengetahuan Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- e. Ho: tidak ada pengaruh signifikan dari aksesibilitas Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- f. Ha: ada pengaruh signifikan dari aksesibilitas Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat

- g. Ho: tidak ada pengaruh signifikan dari kepercayaan Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- h. Ha: ada pengaruh signifikan dari kepercayaan Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- i. Ho: tidak ada pengaruh signifikan dari kredibilitas terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- j. Ha: ada pengaruh signifikan dari kredibilitas terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- k. Ho: tidak ada pengaruh signifikan dari religiusitas, pengetahuan, aksesibilitas, kepercayaan, dan kredibilitas terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- l. Ha: ada pengaruh signifikan dari religiusitas, pengetahuan, aksesibilitas, kepercayaan, dan kredibilitas terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

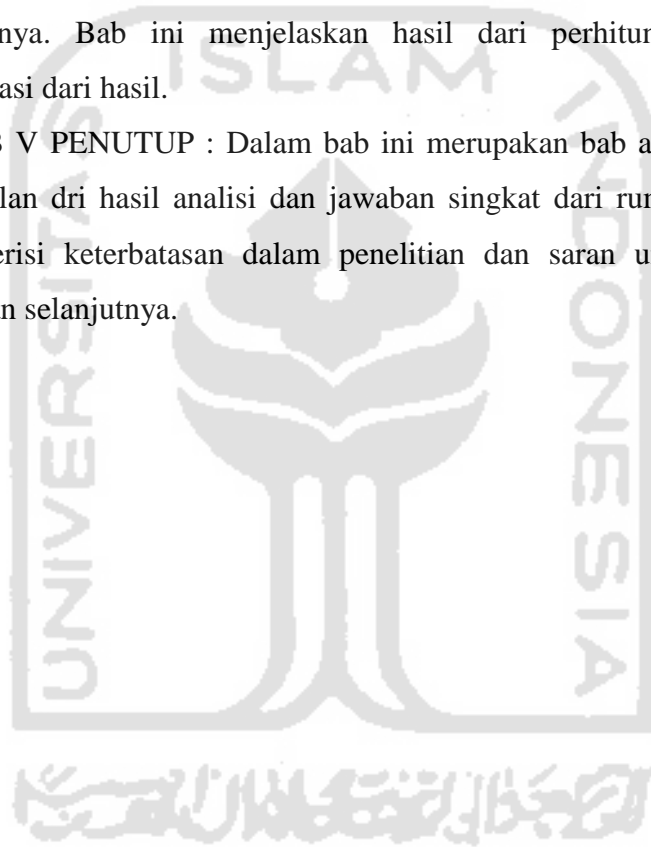
BAB I PENDAHULUAN : Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, sistematika penulisan serta hipotesis.

BAB II LANDASAN TEORI : Dalam bab ini berisi terkait landasan teori faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat.

BAB III METODE PENELITIAN : Dalam bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yang meliputi: jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN : Dalam bab ini berisi data yang dianalisis sesuai dengan metode penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Bab ini menjelaskan hasil dari perhitungan data dan interpretasi dari hasil.

BAB V PENUTUP : Dalam bab ini merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan dari hasil analisis dan jawaban singkat dari rumusan masalah. Serta berisi keterbatasan dalam penelitian dan saran untuk perbaikan penelitian selanjutnya.



BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Untuk melakukan sebuah penelitian, perlu adanya acuan atau referensi yang telah ada sebelumnya. Pembahasan mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki dalam memilih membayar zakat di amil zakat belum banyak di bahas, namun penulis berusaha melakukan penelitian terhadap literature yang relevan. penelitian yang terdahulu yang telah penulis telaah, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.1

Literature Review

Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang

No	Nama, Tahun, dan Judul	Hasil
1	Syaparudin, 2011, Esplorasi Variabel-Variabel Determinan pembayaran zakat bagi muzakki pada lembaga zakat di kawasan joglosemar. (Syaparudin 2011)	Hasil penelitiannya adalah faktor-faktor yang ditemukan yang mempengaruhi muzakki membayar zakat pada lembaga-lembaga zakat di kawasan joglo semar ada enam, yaitu: Religiusitas, pengetahuan, persepsi, regulasi pemerintah, aksesibilitas dan popularitas. Persamaan dari penelitian ini adalah topic penelitiannya yaitu mengenai keputusan muzakki membayar zakat. Sedangkan perbedaan penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta objek

		yang dilakukan Syaparudin pada masyarakat joglosemar. Penelitian ini membahas tentang keputusan muzakki membayar zakat.
2	Henry Reza Novianto, 2014, Mengapa masyarakat memilih menunaikan zakat di masjid dibandingkan dengan lembaga zakat (studi kasus pada masyarakat desa kramat jegu kecamatan taman kabupaten sidoarjo).(Novianto 2014)	Hasil penelitian Jarak tempat pembayaran zakat. Faktor jarak lembaga zakat yang dinilai masih terlalu jauh dengan desa Kramat Jegu serta kurangnya keaktifan lembaga zakat untuk mengumpulkan zakat di desa Kramat Jegu. Kepercayaan terhadap pengelola dana zakat. Faktor kepercayaan terhadap pengelola zakat masjid-masjid desa KramatJegu yang aktif memberikan informasi penggunaan dana zakat kepada para muzakki serta aktif melibatkan muzakki dalam pengawasan proses pengelolaan dan pendistribusian zakat. Kesadaran untuk membantu mustahiq terdekat (warga sekitar desa Kramat Jegu). Aktor tingginya rasa sosial, tenggang rasa dan beberapa sifat positif lain yang merupakan ciri khas masyarakat pedesaan mendorong untuk lebih mengutamakan membantu tetangga

		<p>/ masyarakat (mustahiq) yang terdekat. Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama tentang pemilihan menunaikan zakat. Sedangkan perbedaannya membahas tentang membandingkan antara keputusan muzaki memilih membayar di mesjid atau di lembaga zakat.</p>
3	<p>Restu Rahayu, 2015, faktor-faktor determinan motivasi membayar zakat ke lembaga zakat.(Rahayu 2015)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel yang berpengaruh di antara Sembilan variabel yang digunakan terhadap Motivasi Muzakki untuk membayar zakat ke Lembaga zakat adalah Pengetahuan, Keyakinan, Keluarga, Momen Bulan Ramadhan, Akuntabilitas, Aksesibilitas, dan Popularitas. Dan hasil analisis akhir dapat disimpulkan bahwa kesembilan variabel tersebut mampu menjelaskan variasi besarnya pengaruh. Persamaan dari penelitian ini sama-sama membahas tentang keputusan muzakki memilih membayar zakat. Perbedaannya objek yang digunakan Restu Rahayu pada</p>

		keluarga atau rumah tangga.
4	Kanji dkk, 2011, pengaruh faktor ibadah, pengetahuan zakat, harta kekayaan atau pendapatan, peranulama, kredibilitas lembaga amil zakat dan peran pemerintah secara parsial berpengaruh terhadap motivasi membayar zakat. (Kanji, dkk 2011)	Hasil pengujian menunjukkan bahwa faktor ibadah, pengetahuan zakat, harta kekayaan atau pendapatan, peranulama, kredibilitas lembaga amil zakat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi membayar zakat sedangkan faktor peran pemerintah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi membayar zakat. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh muzakki membayar zakat. Sedangkan untuk perbedaannya penelitian Peter Kanji dkk membahas tentang pengaruh variabel-variabel terhadap motivasi muzakki membayar zakat.
5	Thamrin Dahlan, 2010, factor-faktor yang mempengaruhi muzakki menunaikan zakat pada baitul mal masjid jami' An-Nur.(Dahlan 2010)	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa factor-faktor yang signifikan mempengaruhi rutinitas muzakki dalam menunaikan zakat dalam setahun adalah buku tabungan akhirat, kehadiran dalam majelis taklim lebih dari 3 kali seminggu dan kinerja amil zakat

		<p>yang baik dalam mengelola zakat. Persamaan penelitian ini yaitu tentang pengaruh muzakki menunaikan zakat.. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Thamrin Dahlan melakukan penelitiannya di masjid.</p>
6	<p>Widi Wiradani, 2012, Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Muzakki dalam Menyalurkan Zakat melalui Yayasan Amal Sosial Ash Shohwah Malang.(Wiradani 2012)</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) Melalui teknik analisis statistik deskriptif, diperoleh hasil bahwa sebagian besar responden menyatakan cukup setuju keputusan berzakatnya mempertimbangkan ketiga puluh indikator dalam penelitian ini; (2) Dari hasil analisis faktor, diperoleh 8 faktor yang menjadi pertimbangan muzakki dalam menyalurkan zakat yaitu faktor pelayanan, tempat, orang, distribusi, proses, motivasi, daya tanggap, dan atmosfer; (3) Dari delapan faktor yang terbentuk, faktor orang merupakan faktor yang dominan dipertimbangkan muzakki dalam menyalurkan zakat melalui Yayasan Amal Sosial Ash Shohwah Malang.</p>

		<p>Persamaan penelitian ini adalah sama sama meneliti tentang menunaikan zakat muzakki. Sedangkan perbedaan dari penelitian Widi Wiradani adalah objeknya di Yayasan Amal Sosial Ash Shohwah Malang.</p>
7	<p>Nailul Hidayatil Azimah, 2016, Pengaruh Religiusitas, Gaji dan Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Gresik. (Nailul Hidayatil Azimah, 2016)</p>	<p>Hasil perhitungan secara simultan diketahui nilai Fhitung sebesar 82,418 dengan nilai Sig. 0,000. Karena nilai F hitung > F tabel, yaitu $82,418 > 2,635$ dan nilai Sig. $< 0,05$ yaitu $0,000 > 0,05$ maka variabel religiusitas (X1), gaji (X2) dan kepercayaan (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat muzakki. Sedangkan hasil uji parsial diperoleh untuk variabel religiusitas diperoleh nilai t hitung sebesar 2,102 dan nilai Sig. sebesar 0,036. Sehingga, karena nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $2,102 > 1,968$ dan nilai Sig. $< 0,05$ yaitu $0,036 < 0,05$ serta bertanda positif, gaji diperoleh nilai t hitung sebesar 7,817 dan nilai Sig. sebesar 0,000. Sehingga, karena nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $7,817 > 1,968$ dan nilai</p>

		<p>Sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 serta bertanda positif dan kepercayaan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,815 dan nilai Sig. sebesar 0,000. Sehingga, karena nilai t hitung < t tabel yaitu 5,815 > 1,968 dan nilai Sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 serta bertanda positif berarti secara parsial religiusitas, gaji dan kepercayaan dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. Persamaan penelitian ini adalah sama sama menelitian tentang menunaikan zakat muzakki. Sedangkan perbedaanya adalah dalam penelitian Nailul Hidayatil Azimah membahas tentang minat muzakki membayar zakat.</p>
8	<p>A.Mus'ab, 2011, Pengaruh Religiusitas, Tingkat Penghasilan, dan Layanan Terhadap Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Maal Di LAZIS NU. (A.Masud, 2011)</p>	<p>Hasil penelitian Terdapat pengaruh variabel independen (religiusitas, pendapatan dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (minat masyarakat) sebesar 71,9%. Persamaan penelitian ini sama-sama tentang menunaikan zakat. Sedangkan perbedaan penelitian A.Mus'ab yaitu minat muzakki</p>

		membayar zakat
9	Agus Suprayog, 2011, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan dan Preferensi Pengusaha Mikro Untuk Berzakat. (Agus Suprayog,2011)	Hasil penelitian Terdapat pengaruh signifikan antara variabel pengetahuan zakat, tingkat keyakinan, dan tingkat ibadah terhadap prefensi pengusaha mikro dalam membayar zakat perdagangan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama tentang menunaikan zakat. Sedangkan perbedaan penelitian Agus Suprayog yaitu menentukan referensi pengesaha mikro untuk berzakat.



B. Landasan Teori

1. Teori pengaruh keputusan muzakki

a. Pengertian keputusan

Pengambilan keputusan merupakan salah satu bentuk perbuatan berpikir dan hasil dari suatu perbuatan yang di sebut keputusan. (Desmita 2008)

Dalam konteks perilaku konsumen sangat memerlukan penimbangan yang cermat dan evaluasi terhadap sifat produk yang utilitarian.(Keller 2003) Dalam hal Pengambilan keputusan harus menggunakan rasional yang baik dalam pemecahan masalah perilaku konsumen.

Keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda, atau menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi.(Estiadi Nugroho 2005) Dalam tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi antar merk dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merk yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan merk, penyaluran, kuantitas waktu, dan metode pembayaran.(Kotler 2008)

Keputusan adalah maksud dan keinginan kuat untuk melakukakn sesuatu dan merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen sebelum mengadakan pembelian atas produk yang ditawarkan atau yang dibutuhkan oleh konsumen. Keputusan adalah kecendrungan untuk melakukan tindakan oleh objek. Keputusan dianggap sebagai perantara faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku. Keputusan juga mengindikasikan usaha keras seseorang untuk mencoba.(Sitianiapessy 2008)

Dalam konteks pembayaran zakat, keputusan muzakki menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan sesuatu dan keputusan berhubungan dengan perilaku selanjutnya. Semakin kuat keputusan muzakki untuk melakukan pembayaran zakat semakin besar pula prediksi perilaku dan tujuan berperilaku itu terjadi. Selanjutnya faktor-faktor lain seperti gaji dan waktu juga sangat berpengaruh. (Sitianiapessy 2008)

Bagaimana keputusan diambil, teori *plannel Behavior* menjelaskan bahwa perilaku manusia itu tidak semata-mata ditentukan oleh niatnya tetapi juga ditentukan oleh faktor dari luar dirinya, yakni *perceived behavior control*. Faktor *perceived behavior control* ini terkait dengan dugaan individu mengenai mudah atau sulitnya melakukan suatu perilaku. (Ajzek 1991) Karena itu, dalam konteks pengambilan keputusan secara rasional dengan pertimbangan *perceived behavior control* yang menawarkan berbagai macam alternatif, dapat dijelaskan dengan menggunakan dua teori berikut:

a. Teori Harapan Utilitas (*Expected Utility Theory*)

Teori ini dikembangkan oleh John von Neumann dan Oskar Morgenstern (1947). Teori ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana manusia seharusnya berperilaku dalam mengambil keputusan secara rasional. Menurut teori ini menurut hal-hal yang rasional. Menurut teori ini, seseorang akan selalu berperilaku untuk memaksimalkan utilitas yang diharapkan. Karena itu, teori ini bersandar pada asumsi bahwa orang yang rasional akan mengambil keputusan dengan memilih alternatif terbaik di antara alternatif-alternatif yang ditawarkan pada analisis hasil/manfaat. (Plous 1993)

b. Teori Prospek (*prospect teori*)

Teori ini dikembangkan oleh Daniel Kahneman dan Amos Tversky (1979). Teori ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana manusia sebenarnya berperilaku dalam mengambil keputusan. Menurut teori ini, seseorang akan selalu berperilaku dalam menentukan suatu pilihan dengan memaksimalkan fungsi nilai. Dalam konteks pembayaran zakat oleh muzakki, teori prospek dapat menjelaskan bahwa muzakki yang membayar zakat apakah dibayar langsung kepada mereka yang berhak menerimanya ataukah dibayar pada lembaga zakat akan diproses melalui dua tahap, yaitu: tahap editing dan tahap evaluasi.

b. faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan

Perilaku keputusan individu untuk melakukan sesuatu tindakan tidak terjadi begitu saja, melainkan ada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusannya tersebut. Demikian juga, muzakki yang memutuskan untuk membayar zakat pada lembaga zakat, ada faktor-faktor di balik perilaku keputusannya tersebut. Menurut teori *planned behavior* bahwa perilaku individu itu ditentukan oleh tiga faktor utama yaitu: *behavioral beliefs*, *normative beliefs*, dan *control beliefs*. (Ajzen 2006) dengan berpedoman pada teori *planned behavior*.

Tiga faktor utama tersebut di atas dapat disederhanakan menjadi dua faktor utama, yaitu faktor internal (*behavioral beliefs*, *normative beliefs*) dan faktor eksternal (*control beliefs*). Di balik faktor internal dan faktor eksternal ini, ada *background factor* yang tersirat, yakni faktor-faktor yang melatarbelakangi seseorang melakukan suatu tindakan. Sementara teori kaitan Imbalan dengan prestasi menjelaskan bahwa seseorang yang memutuskan untuk melakukan sesuatu disebabkan karena berbagai macam stimulus yang diterima, baik stimulus eksternal maupun stimulus internal. (K.N. Wexly 1977)

Dalam *Wikipedia The Free Encyclopedia* disebutkan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kultur, sikap, emosi, nilai-nilai, etika, otoritas, hubungan, hipnose, bujukan, paksaan, genetika, dan faktor-faktor lainnya. (Wikipedia n.d.) sementara menurut Suwanto (1999), perilaku manusia dipengaruhi oleh variabel-variabel: (1) kemampuan dan keterampilan mental dan fisik, latar belakang keluarga, tingkat sosial, dan pengalaman; (2) faktor-faktor demografi, seperti: umur, asal-usul dan jenis kelamin, sumber daya, kepemimpinan, imbalan, struktur, dan desain pekerjaan; dan (3) persepsi, sikap, kepribadian, belajar dan motivasi. (Suwanto 1999)

Dengan mengacu pada penjelasan-penjelasan tersebut di atas, *muzakki* yang memutuskan untuk membayar zakat pada lembaga zakat ada *background factor* yang mempengaruhinya. *background factor* inilah yang dijadikan sebagai dasar untuk menentukan faktor-faktor/variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembayaran zakat oleh muzakki pada lembaga zakat.

Adapun faktor-faktor yang diduga kuat mempengaruhi *muzakki* membayar zakat pada badan amil zakat atau lembaga amil zakat adalah faktor-faktor internal, yaitu faktor-faktor yang berasal dari diri *muzakki* dan faktor-faktor eksternal, yaitu faktor-faktor yang berasal dari luar.

1. Faktor-faktor internal

Faktor-faktor internal yang diduga kuat dapat mempengaruhi keputusan *muzakki* membayar zakat pada badan amil zakat atau lembaga amil zakat, dapat di paparkan sebagai berikut: (G. A. Philip Kotler 1997)

a. Pemahaman Religiusitas terhadap zakat

Pengertian *religiosity* (religiusitas) dalam *The world Book Dictionary*, adalah *affection of religion feeling* (kasih sayang yang berhubung dengan perasaan agama). Sedangkan pengertian religiusitas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah pengabdian terhadap agama, kesalahan. (Book 2007)

b. Faktor psikologi

Salah satu di antara fakto-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan oleh konsumen menurut Philip Kotler adalah faktor-faktor psikologi. Faktor-faktor tersebut adalah persepsi, pengetahuan, keyakinan, kepercayaan dan sikap.

c. Aksesibilitas, kredibilitas dan Popularitas Pengelola Zakat

Aksesibilitas, kredibilitas dan popularitas ialah keadaan yang mudah di capai atau ditemukan dan dikagumi oleh banyak orang.

2. Faktor-faktor Eksternal

Faktor-faktor eksternal yang diduga kuat dapat mempengaruhi *muzakki* membayar zakat dapat dipaparkan sebagai berikut:

a. Regulasi pemerintah

Regulasi pemerintah mengenai kewajiban zakat bagi masyarakat muslim Indonesia, adalah berdasarkan pada UU RI No. 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat. Dasar pelaksanaan UU tersebut adalah keputusan Menteri Agama RI No. 373 Tahun 2003 dan dasar pedoman teknis pengelolaan zakat terkait dengan UU tersebut adalah keputusan Direktur Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan urusan Haji No. D/291 Tahun 2000.

b. Faktor Sosial

Selain faktor psikologi yang berdasar dari dalam diri manusia sebagian yang dijelaskan sebelumnya, perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan, menurut Kotler juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, yaitu faktor-faktor yang berasal dari luar diri manusia. (Gary Armstrong 1977) Faktor-faktor tersebut adalah Keluarga, Komunitas, dan afiliasi kelembagaan/organisasi.

2. Zakat

Zakat adalah suatu kewajiban yang bersifat kemasyarakatan dan ibadah, dimana manusia akan merasakan keagungan dari tujuan ajaran Islam dalam bentuk mencintai dan tolong menolong antar sesama manusia. (Siddik 1982)

Secara bahasa (*etimologi*) zakat berasal dari kata zaka yang berarti berkembang, berkah, tumbuh, suci, dan baik. (Asnaini 2008) Dengan demikian, zakat yaitu membersihkan (menyucikan) diri dan hartanya sehingga pahalanya bertambah, hartanya tumbuh (berkembang) dan membawa berkah. (Hasan 2008)

Secara istilah syari'ah (*syara'*) zakat berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah untuk diserahkan kepada orang-orang tertentu dan dengan syarat-syarat yang ditentukan pula. (Ilmi 2002)

Sedangkan empat Madzhab memberikan definisi yang secara redaksional berbeda-beda mengenai makna zakat, berikut pengertian zakat menurut keempat madzhab: (Al-Zuhayly 2008)

a. Mazhab Syafi'i

Zakat ialah sebuah ungkapan untuk mengeluarkan harta atau tubuh sesuai dengan cara yang khusus.

b. Mazhab Maliki

Zakat ialah mengeluarkan sebagian yang khusus dari harta yang khusus pula yang telah mencapai nishab kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Manakala kepemilikan itu penuh dan sudah mencapai haul (setahun) selain barang tambangan pertanian.

c. Mazhab Hanafi

Zakat ialah menjadikan sebagian harta yang khusus dari harta yang khusus sebagai milik orang yang khusus sesuai ketentuan syari'at.

d. Mazhab Hambali

Zakat ialah hak yang wajib dikeluarkan dari harta yang khusus untuk kelompok yang khusus pula.

Meskipun para ulama mengemukakannya dengan redaksi yang agak berbeda antara satu dan lainnya, akan tetapi pada prinsipnya sama, yaitu bahwa zakat itu adalah bagian dari harta dengan persyaratan tertentu, yang Allah SWT mewajibkan kepada pemiliknya, untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya, dengan persyaratan tertentu pula. (Ambara 2009)

3. Muzakki

Secara linguistik, kata *muzakki* berasal dari bahasa arab, yang artinya orang yang wajib membayar zakat. (al-Qaradawi n.d.) Sedangkan menurut istilah, sebagaimana yang disebutkan dalam Undang-undang RI No. 38 Tahun 1999, Muzakki adalah orang atau badan hukum yang dimiliki oleh orang muslim yang berkewajiban menunaikan zakat. (A.W. Munawwir 1984) Badan hukum menurut al-Qaradawi, yaitu: seperti perusahaan-perusahaan yang memiliki kekayaan baik berupa benda bergerak maupun tidak bergerak. Zakat yang dikenakan kepada badan-badan hukum tersebut diambil dari saham dan keuntungan perusahaan-perusahaan tersebut.

Namun demikian, karakteristik *muzakki* yang ada di suatu wilayah akan berbeda dengan karakteristik muzakki yang ada di wilayah yang lain. Hal ini disebabkan karena budaya yang mereka anut berbeda pula. Budaya itu terdiri dari seperangkat nilai, gagasan, artefak, dan melakukan evaluasi sebagai anggota masyarakat. (Setiadi 2008)

1. Syarat-syarat bagi *muzakki*

Zakat merupakan kewajiban bagi setiap muslim dewasa yang waras, merdeka, baik laki-laki maupun perempuan, dan memiliki harta/kekayaan dalam jumlah tertentu dengan syarat-syarat tertentu pula. (Setiadi 2008) Syarat-syarat ini dibuat untuk membantu muzakki dapat membayar zakat harta/kekayaan dengan ikhlas sehingga target suci disyalirkannya dapat tercapai.

Adapun mengenai syarat-syarat harta/kekayaan yang harus terpenuhi untuk dikeluarkan zakatnya, yaitu: milik penuh, berkembang, cukup nisab, lebih dari kebutuhan pokok, bebas dari hutang, dan berlalu satu tahun. (Setiadi 2008)

2. Perilaku *muzakki* dalam membayar zakat

Pengertian perilaku menurut Reber yang dikemukakan dalam *the penguin Dictionary of Psychology* adalah:

A generic term covering acts, activities, responses, reactions movements, processes, operations, ets. In short, any measurable response of an organism. (Reber 2005)

Dari pengertian tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku itu adalah suatu kegiatan atau aktifitas organisme (makhluk hidup) yang berangkutan. Oleh sebab itu, semua makhluk hidup mulai dari tumbuh-tumbuhan, binatang sampai dengan manusia berperilaku, karena mereka mempunyai aktifitas masing-masing. Dengan demikian perilaku

manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, tertawa, bekerja dan sebagainya, baik yang dapat diamati langsung maupun tidak langsung.

4. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Ada beberapa istilah untuk menyebutkan agama, antara lain religi, religion (*Inggris*), *religie* (*Belanda*), religio/religare (*Latin*), dan dien (*Arab*). Kata *religion* (*Inggris*) dan *religie* (*Belanda*) adalah berasal dari bahasa induk dari kedua bahasa tersebut, yaitu bahasa Latin "*religio*" dari akar kata "*relegare*" yang berarti mengikat. (Kahmad, 2000)

Dalam bahasa Arab, agama dikenal dengan kata al-din dan al-milah. Kata al-din sendiri mengandung berbagai arti. Ia bisa berarti al-mulk (kerajaan), *al-khidmat* (pelayanan), *al-izz* (kejayaan), *al-dzull* (kehinaan), *al-ikrah* (pemaksaan), *al-ihsan* (kebajikan), *al-adat* (kebiasaan), *al-ibadat* (pengabdian), *al-qahr wa al-sulthan* (kekuasaan dan pemerintahan), *al-tadzallul wa al-khudu* (tunduk dan patuh), *al-tha'at* (taat), *al-islam al-tauhid* (penyerahan & mengesakan Tuhan). (Jalurilmu, 2011)

Dari istilah agama inilah kemudian muncul apa yang dinamakan religiusitas. Meski berakar kata sama, namun dalam penggunaannya istilah religiusitas mempunyai makna yang berbeda dengan religi atau agama. Religiusitas seringkali diidentikkan dengan keberagamaan. Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya.

Berdasarkan uraian di atas, bisa disimpulkan bahwa religiusitas adalah kedalaman penghayatan keagamaan seseorang dan keyakinannya terhadap adanya tuhan yang diwujudkan dengan mematuhi perintah dan menjauhi larangan dengan keiklasan hati dan dengan seluruh jiwa dan raga.

Menurut Harun Nasution yang dikutip Jalaluddin, pengertian agama berasal dari kata, yaitu: *al-Din*, *religi* (*relegere*, *religare*) dan agama. *Al-*

Din (semit) berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata religi (*latin*) atau relegere berarti mengumpulkan dan membaca. Kemudian religare berarti mengikat. Adapun kata agama terdiri dari a= tidak; gam= pergi mengandung arti tidak pergi, tetap ditempat atau diwarisi turun-temurun.(Masruroh, 2015)

Religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 208, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ
الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kedalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (QS. Al-Baqarah: 208)

Islam menyuruh umatnya untuk beragama secara menyeluruh, tidak hanya pada satu aspek saja melainkan terjalin secara harmonis dan berkesinambungan. Islam sebagai suatu sistem yang menyeluruh terdiri dari beberapa aspek atau dimensi. Setiap muslim baik dalam berfikir, bersikap maupun bertindak harus didasarkan pada Islam.

b. Fungsi Agama Bagi Manusia

Agama dalam kehidupan individu berfungsi sebagai suatu sistem nilai yang memuat norma-norma tertentu. Secara umum norma-norma tersebut menjadi kerangka acuan dalam bersikap dan bertingkah laku agar sejalan dengan keyakinan agama yang dianutnya. Sebagai sistem nilai agama memiliki arti yang khusus dalam kehidupan individu serta dipertahankan sebagai bentuk ciri khas. (Jalaludin, 1996)

Sesuai dengan pengertian agama yaitu peraturan-peraturan yang merupakan hukum, yang harus dipatuhi oleh penganut agama yang

bersangkutan, agama memiliki fungsi untuk mengatur kehidupan manusia tentang bagaimana manusia menjalani kehidupan yang telah Tuhan berikan kepadanya sehingga manusia dapat mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Herbert Spencer, sosiolog dari Inggris dalam bukunya, "*Principles of Sociologi*" berpendapat bahwa faktor utama dalam agama adalah iman akan adanya kekuasaan tak terbatas, atau kekuasaan yang tidak bisa digambarkan batas waktu atau tempatnya.

Masalah agama tidak akan mungkin untuk dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat, karena agama itu sendiri ternyata diperlukan dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam prakteknya fungsi agama dalam masyarakat antara lain:

a. Fungsi *Edukatif*

Para penganut agama berpendapat bahwa ajaran agama yang mereka anut memberikan ajaran-ajaran yang harus dipatuhi. Ajaran agama secara yuridis berfungsi menyuruh dan melarang. Kedua unsur suruhan dan larangan ini mempunyai latar belakang mengarahkan bimbingan agar pribadi penganutnya menjadi baik dan terbiasa dengan yang baik menurut ajaran agama masing-masing.

b. Berfungsi Sebagai Penyelamat

Manusia menginginkan keselamatan. Keselamatan meliputi bidang yang luas adalah keselamatan yang diajarkan agama. Keselamatan yang diberikan oleh agama kepada penganutnya adalah keselamatan yang meliputi dua alam, yaitu dunia dan juga akhirat.

c. Fungsi Sebagai Perdamaian

Melalui agama seseorang yang bersalah atau berdosa dapat mencapai kedamaian batin melalui tuntunan agama. Rasa berdosa dan bersalahakan segera menjadi hilang dari batinnya apabila

seorang pelanggar telah menebus dosanya melalui tobat, penebusan atau penebusan dosa.

d. Sebagai *Social Control*

Para penganut agama sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya terikat batin kepada tuntunan ajaran agama tersebut, baik secara pribadi maupun secara kelompok. Ajaran agama oleh penganutnya dianggap sebagai norma, sehingga dalam hal ini agama dapat berfungsi sebagai pengawasan sosial secara individu maupun kelompok.

e. Berfungsi Juga Sebagai Pemupuk Rasa Solidaritas

Para penganut agama yang sama secara psikologis akan merasa memiliki kesamaan dalam satu kesatuan iman dan kepercayaan. Rasa kesatuan ini akan membina rasa solidaritas dalam kelompok maupun perorangan, bahkan kadang-kadang dapat membina rasa persaudaraan yang kokoh.

f. Fungsi Sebagai *Transformatif*

Ajaran agama dapat mengubah kehidupan kepribadian seseorang atau kelompok menjadi kehidupan baru sesuai dengan ajaran agama yang telah dianutnya. Kehidupan baru yang diterimanya berdasarkan ajaran agama yang dipeluknya itu kadangkala mampu mengubah kesetiaannya kepada adat atau norma kehidupan yang dianutnya sebelum itu.

g. Berfungsi *Kreatif*

Ajaran agama mendorong dan mengajak para penganutnya untuk bekerja produktif bukan saja untuk kepentingan dirinya sendiri, tetapi juga untuk kepentingan orang lain. Penganut agama bukan saja disuruh bekerja secara rutin dalam pola hidup yang sama, akan tetapi juga dituntut untuk melakukan inovasi dan penemuan baru.

h. Berfungsi *Sublimatif* (Jalaludin, 1996)

Ajaran agama mengkoduskan segala usaha manusia, bukan saja yang bersifat agama ukhrawi, melainkan juga yang bersifat duniawi. Segala usaha manusia selama tidak bertentangan dengan norma-norma agama, bila dilakukan atas niat yang tulus, karena dan untuk Allah merupakan suatu ibadah.

Menurut Anshori dalam Ghufron & Risnawita (2010:168) agama menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati. Ghufron & Risnawita menegaskan lebih lanjut, bahwa religiusitas merupakan tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. Apabila individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

Religiusitas atau keagamaan seseorang ditentukan dari banyak hal, diantaranya: dimulai dari pendidikan keluarga, pengalaman-pengalaman, dan latihan-latihan yang dilakukan pada saat masih kecil atau pada masa kanak-kanak. Seseorang yang pada masa kecilnya mendapatkan banyak pengalaman mengenai keagamaan akan sangat berbeda dengan orang yang lingkungannya jauh dari pendidikan keagamaan. Pada masa dewasanya ia akan merasakan tidak pentingnya urusan agama dalam hidupnya. Akan berbeda halnya dengan yang sudah merasakan lingkungan keagamaan yang sangat kental, maka ia akan merasa bahwa agama itu merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupannya sehari-hari.

Religiusitas menurut Thouless dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain, yaitu:

- a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

- b. Faktor pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

- c. Faktor kehidupan

Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu: (a) kebutuhan akan keamanan atau keselamatan, (b) kebutuhan akan cinta kasih, (c) kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan (d) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

- d. Faktor intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap individu berbeda-beda tingkat religiusitasnya dan dipengaruhi oleh dua macam faktor secara garis besarnya yaitu internal dan eksternal. Faktor internal yang dapat mempengaruhi religiusitas seperti adanya pengalaman-pengalaman emosional keagamaan, kebutuhan individu yang mendesak

untuk dipenuhi seperti kebutuhan akan rasa aman, harga diri, cinta kasih dan sebagainya. Sedangkan pengaruh eksternalnya seperti pendidikan formal, pendidikan agama dalam keluarga, tradisi-tradisi sosial yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan, berdasarkan dengan lingkungan sosial dalam kehidupan individunya.

5. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan berasal dari kata dasar “tahu”, mendapatkan awalan dan akhiran pe dan an. Imbuan pe-an berarti menunjukkan adanya proses. Jadi menurut susunan katanya, pengetahuan berarti proses mengetahui dan menghasilkan sesuatu yang disebut pengetahuan.

Menurut Amsal Bakhtiar, bahwa secara etimologi pengetahuan berasal dari kata bahasa Inggris yaitu *knowledge*. Dijelaskan juga dalam *Encyclopedia of Philosophy* bahwa definisi dari pengetahuan adalah kepercayaan yang benar. Sedangkan menurut Siti Gazalba, secara terminologi pengetahuan merupakan apa yang diketahui atau hasil pekerjaan tahu. Pekerjaan tahu tersebut adalah hasil dari kenal, sadar, insaf, mengerti, dan pandai. Pengetahuan adalah isi pikiran. Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan merupakan hasil proses dari usaha manusia untuk tahu.

Dalam Islam, menurut bahasa Arab bahwa pengetahuan disebut dengan *‘ilm* atau *ma’rifah*. ‘Ilm yang kemudian diserap ke bahasa Indonesia menjadi ‘ilmu’ atau ‘ilmu pengetahuan’. Dan menurut perspektif Islam, ilmu merupakan pengetahuan mendalam hasil usaha yang sungguh-sungguh dari para ilmuwan muslim atas persoalan-persoalan *duniawī* dan *ukhrāwī* dengan bersumber kepada wahyu Allah. Pengetahuan juga merupakan tangga pertama bagi ilmu untuk memperoleh penjelasan lebih lanjut.

Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan merupakan suatu proses mengenali, menyadari, dan mengerti akan sesuatu hal yang mana

didapatkan dari usaha manusia itu sendiri agar mengetahui dengan sungguh-sungguh, dan bersumber pada wahyu Allah.

b. Sumber Pengetahuan

Pengetahuan diperoleh melalui beberapa proses pembelajaran, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pembelajaran kognitif (*cognitive learning*) didefinisikan sebagai proses dimana orang membentuk asosiasi diantara konsep, belajar urutan konsep seperti, menghafalkan daftar, menyelesaikan masalah, dan mendapatkan masukan. Pembelajaran seperti ini melibatkan hipotesis intuisi proses pembangkitan dimana orang mengadaptasi kepercayaan mereka untuk membuat data baru menjadi masuk akal. Jadi, pembelajaran kognitif adalah sebuah proses aktif dimana orang berusaha untuk mengendalikan informasi yang mereka dapatkan.
- 2) Pembelajaran melalui pendidikan (*learning through education*) adalah memperoleh pengetahuan melalui iklan, wiraniaga, dan usaha konsumen sendiri dalam mencari data.

Pembelajaran melalui pengalaman (*learning through experience*) adalah memperoleh pengetahuan melalui kontak nyata dengan produk. Pembelajaran melalui pengalaman umumnya merupakan sarana yang lebih efektif untuk mendapatkan pengetahuan bagi konsumen. Pembelajaran ini mempromosikan pencarian kembali dan pengingatan yang lebih baik karena konsumen terlibat dalam pengalaman pembelajaran, dan informasi yang diperoleh lebih jelas, konkrit, dan penting.

6. Aksesibilitas

Pengertian kata *accessible* (dapat diakses) dalam The World Book Dictionary, adalah *easy to reach or to get at*, (mudah dicapai atau ditemukan) dan *accessibility* (aksesibilitas) adalah *The condition of being to reach or get at* (keadaan yang mudah dicapai atau ditemukan).

Sedangkan pengertian aksesibilitas dalam kamus besar Bahasa Indonesia, adalah hal yang dapat diakses. Selanjutnya pengertian aksesibilitas dalam *Ensiklopedia Bebas Wikipedia Bahasa Indonesia*, adalah derajat kemudahan yang dicapai oleh orang terhadap suatu objek, pelayanan ataupun lingkungan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas adalah suatu kemudahan untuk mendapatkan suatu tempat atau suatu pelayanan atau suatu lingkungan. Tingkat aksesibilitas itu dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk mendatangi suatu objek, pelayanan ataupun lingkungan. Hal ini dibuktikan oleh hasil penelitian Liestian bahwa puskesmas Kota Magelang memiliki wilayah pelayanan melebihi wilayah kerjanya. Karena sebagian besar pengunjung yang mendatangi puskesmas tersebut didasari dekat dari tempat tinggal mereka.

7. Kepercayaan

a. Pengertian kepercayaan

(Nugroho 2003) menyebutkan bahwa pengaruh kepercayaan adalah sikap terhadap perilaku secara umum yang bergantung pada keterlibatan konsumen dengan pembeliannya. Sedangkan (Rofiq 2010) menyatakan bahwa kepercayaan adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.

Kepercayaan (*trust atau belief*) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. Kepercayaan lahir dari suatu proses secara perlahan kemudian terakumulasi menjadi suatu bentuk kepercayaan, dengan kata lain kepercayaan adalah keyakinan kita bahwa di suatu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang adanya pembelajaran dan pengalaman. (Amir 2005)

Kepercayaan pada dasarnya adalah kemauan suatu pihak untuk mengandalkan pihak yang lain, yaitu pihak yang mendapat kepercayaan.

Kepercayaan juga merupakan sekumpulan keyakinan spesifik terhadap *Integritas* (kejujuran pihak yang terpercaya), *Benevolence* (perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka), *Competency* (kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan *Predictability* (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya). (Zaenuri 2014)

Model kepercayaan organisasional memasukkan sifat kepribadian yang disebut kecenderungan untuk percaya (*propensity to trust*). Kecenderungan dapat dianggap sebagai keinginan umum untuk mempercayai orang lain. Kecenderungan akan mempengaruhi beberapa banyak kepercayaan yang dimiliki seseorang untuk orang yang dipercaya. Kepercayaan melibatkan loncatan kognitif melampaui harapan-harapan yang dijamin oleh dasar pemikiran dan pengalaman.

Untuk membangun sebuah kepercayaan diperlukan tujuh *core values*, yaitu sebagai berikut: (Wibowo 2006)

1) Keterbukaan

Kerahasiaan dan kurangnya transparansi dalam menjalankan sesuatu akan mengganggu *trust building*. Oleh karena itu diperlukan keterbukaan antara kedua belah pihak agar keduanya dapat saling percaya antara satu sama lain.

2) Kompeten

Adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu tugas atau peran dalam membangun pengetahuan dan keterampilan yang didasarkan pada pengalaman dan pembelajaran. Yakni sebagai syarat untuk dianggap mampu oleh masyarakat dalam melaksanakan tugas dibidang pekerjaan tertentu.

3) Kejujuran

Kejujuran merupakan elemen terpenting dalam mendapatkan sebuah kepercayaan, hal ini dimaksudkan untuk menghindari kecurangan yang bersifat merugikan yang lain. Jujur bermakna keselarasan antara berita dengan kenyataan dan kebenaran. Dalam penerapannya, secara hukum tingkat kejujuran seseorang biasanya dinilai dari ketepatan pengakuan atau apa yang dibicarakan dengan kebenaran dan kenyataan yang terjadi.

4) Integritas

Integritas adalah keselarasan antara niat, pikiran, perkataan dan perbuatan. Dalam prosesnya, berjanji akan melaksanakan tugas secara bersih, transparan, dan profesional dalam arti akan mengerahkan segala kemampuan dan sumber daya secara optimal untuk memberikan hasil kerja terbaik. Orang yang berintegritas tinggi mempunyai sikap yang tulus, jujur, berperilaku konsisten serta berpegang teguh pada prinsip kebenaran untuk menjalankan apa yang dikatakan secara bertanggung jawab.

5) Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan dorongan psikologi sosial yang dimiliki seseorang untuk mempertanggungjawabkan sesuatu yang telah dikerjakan kepada lingkungannya atau orang lain. Akuntabilitas sekiranya dapat diukur dengan pertanyaan-pertanyaan tentang seberapa besar motivasi menyelesaikan pekerjaan dan seberapa besar usaha (daya pikir) untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan tersebut.

6) Sharing

Sharing adalah sebuah pengakuan atau pengungkapan diri terhadap orang lain yang berfungsi untuk berbagi sesuatu untuk meringankan sebuah masalah. Sharing merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan karena mempunyai manfaat nilai psikologi yakni membantu membangun hubungan yang lebih baik

antara satu sama lain. Termasuk didalamnya sharing informasi, keterampilan, pengalaman dan keahlian.

7) Penghargaan

Untuk mendorong sebuah kepercayaan maka harus terdapat respek saling menghargai antara satu sama lain.

Kepercayaan terhadap lembaga zakat dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemauan muzakki untuk mengandalkan lembaga zakat untuk menyalurkan zakatnya kepada mustahiq zakat karena muzakki yakin lembaga tersebut profesional, amanah dan transparan. Disamping akan menumbuhkan rasa kepercayaan tinggi masyarakat terhadap lembaga zakat, dana zakat yang terkumpul juga akan lebih optimal dalam segi pemanfaatan. Dengan demikian, masyarakat akan lebih berkomitmen terhadap lembaga amil zakat tersebut, dan menjadikannya sebagai pilihan utama dalam berzakat dan mengajak orang lain untuk berzakat disuatu lembaga amil zakat.

Kepercayaan (*trust*) merupakan pondasi dari bisnis. Membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang dengan konsumen adalah suatu faktor yang penting untuk menciptakan loyalitas konsumen. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Menurut (Parasaranphanich 2007), ketikakonsumen mempercayai sebuah perusahaan, mereka akan lebih suka melakukan pembelian ulang dan membagi informasi pribadi suka melakukan pembelian ulang dan membagi informasi pribadi yang berharga kepada perusahaantersebut. Kepercayaan merupakan suatu hal yang penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti. Kepercayaan ada jika para konsumen percaya bahwa penyediaan layanan jasa tersebut dapat dipercaya dan juga mempunyai derajat integrasi yang tinggi.(Karsono 2006)

Menurut(Jasfar 2002) menjelaskan faktor-faktor yang menjadi pondasi terbentuknya hubungan jangka panjang yang bedasarkan kepercayaan, yaitu :

- a. Penilaian terhadap kehandalan perusahaan (*perceived competence*), pada dasarnya konsumen selalu mengukur kompetensi atau kehandalan pelayanan sebagai suatu hal yang paling penting dalam penilaian kualitas pelayanan. Studi tersebut mencakup usaha perbankan, asuransi, dan dalam bidang jasa. Hal ini disimpulkan bahwa kompetensi dari suatu perusahaan jasa merupakan alat yang sangat penting dalam mendapatkan kepercayaan.
- b. Penilaian terhadap keadilan atau kejujuran (*perceived Fairness*), kompetensi dan kejujuran member kontribusi pada kepercayaan yang mengarah kepada kesetiaan. Kepercayaan menjadi dasar dari setiap hubungan yang signifikan untuk keseimbangan resiko keuntungan. Selama ini kejujuran kurang berkembang sebagai masalah untuk konsumen, tenaga kerja dan rekan bisnis. Satu tindakan yang memperlihatkan ketidakjujuran akan merusak hubungan kerja sama. Satu tindakan yang sangat khusus akan mengokohkan hubungan berdasarkan atas kepercayaan.

8. Kredibilitas

a. Definisi Kredibilitas

Kredibilitas lembaga pengelola zakat menunjukkan bahwa dapat mempengaruhi masyarakat untuk percaya pada lembaga pengelola zakat dan menunaikan kewajiban zakat dilembaga pengelola zakat, dengan rasa aman dan nyaman yang diberikan oleh lembaga pengelola zakat.

Menurut (Hidayat 2011) merupakan suatu nilai kepercayaan dalam meyakinkankonsumen mengenai keputusan muzakki. Kredibilitas mengacu pada kecenderungan untuk percaya kepada seseorang mengenai

sumber informasi, dianggap dapat dipercaya oleh para muzakki. Persepsi terhadap kredibilitas pengelolaan zakat ditentukan secara subjektif lewat penilaian secara individual. Bagaimana persepsi muzakki terhadap pengelolaan zakat dirasa lebih penting terhadap keyakinan muzakki. Kredibilitas pengelolaan zakat diharapkan dapat memberi pengaruh positif terhadap keputusan muzakki.

Pada dasarnya kredibilitas perusahaan (*corporate credibility*) juga merupakan bagian dari kredibilitas pengelolaan zakat, khususnya yang berkaitan dengan perusahaan pengelolaan zakat. Kredibilitas perusahaan adalah persepsi konsumen terhadap kejujuran dan keahlian perusahaan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan zakat. (Goldsmith 2000) Secara umum, dalam diri konsumen yang telah mengetahui atau kenal dengan perusahaan pengelolaan keuangan zakat.

Kredibilitas perusahaan memainkan peran yang cukup penting dalam mempengaruhi sikap dan keputusan membeli (Laferty, Goldsmith, 1999; Goldsmith et.al, 2000). Kredibilitas perusahaan didefinisikan oleh Keller (1998) sebagai seberapa jauh konsumen percaya bahwa suatu perusahaan bisa merancang dan menghadirkan produk serta jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Walaupun kurang dijabarkan secara spesifik, Keller juga secara konsisten memasukkan kredibilitas perusahaan sebagai bagian atau determinan dari reputasi perusahaan.

Kredibilitas perusahaan, adalah sejauhmana konsumen, investor, dan stakeholder lainnya yakni pada kejujuran dan keahlian perusahaan, menyempurnakan bagian dari citra perusahaan cukup kredibel, sikap mendukung dan lebih suka juga menggunakan jasa perusahaan (Keller, 1998) kredibilitas perusahaan di pasar dan merupakan landasan untuk hubungan yang kuat. Sulit bagi perusahaan untuk mengembangkan kemampuan yang kuat dengan konsumen atau perusahaan lain jika terlihat biasa dipercaya.

Kredibilitas perusahaan pada dasarnya bergantung pada tiga faktor (Kotler dan Keller 2006), yaitu

- a. Keahlian perusahaan (*corporate expertise*) yaitu sejauhmana perusahaan terlihat mampu membuat dan menjual produk atau melakukan layanan.
- b. Kepercayaan perusahaan (*corporate trustworthiness*) yaitu sejauhmana perusahaan tampak termotivasi untuk menjadi jujur, bergantung dan peka terhadap kebutuhan pelanggan.
- c. Daya tarik perusahaan (*corporate attractiveness*) yaitu sejauhmana perusahaan terlihat disukai, menarik, bergengsi, dinamik, dan lain-lain.

Maslow dalam (Lusiana Kanji, 2011) menyatakan bahwa rasa aman merupakan kebutuhan yang sangat fundamental bagi setiap manusia. Dengan demikian tingginya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kredibilitas lembaga pengelola zakat akan mempengaruhi keputusan masyarakat menunaikan kewajiban zakat pada lembaga pengelola zakat dan meningkatkan pengumpulan dana zakat yang ada.

Pilar utama manajemen pengelolaan dan pemberdayaan zakat menurut (Amiruddin Inoed 2005) terbagi menjadi tiga pilar yaitu:

- a. Amanah
- b. Profesional
- c. Transparan

(Muhammad Sukanta 2005) dalam buku Manajemen ZIS merumuskan kredibilitas yang harus dibangun dari lembaga pengelola zakat, yaitu:

- a. Kredibilitas sumberdaya manusia (*personal credibility*).
- b. Kredibilitaspengelolaan.
- c. Kredibilitaskelengkapan sarana prasarana.

9. Organisasi pengelola zakat

a. Pengertian Pengelola

Pengertian pengelolaan adalah proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan. (bahasindonesia 2016)

Pengelolaan zakat menurut Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 adalah sebuah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat. (Gustian Juanda 2006)

Aktivitas pengelolaan zakat telah ada dan telah diajarkan oleh Islam yang mana telah dipraktekkan oleh Rasulullah SAW dan para sahabat-sahabatnya. Pada zaman Rasulullah SAW lembaga tersebut dikenal dengan sebutan Baitul Mal yang bertugas dan berfungsi untuk mengelola keuangan negara. Pemasukannya bersumber dari dana zakat, infaq, kharaj, jizyah, ghanimah, dan sebagainya. Kegunaannya untuk mustahiq yang telah ditentukan, kepentingan dakwah, pendidikan, kesejahteraan sosial, pembuatan infrastruktur dan sebagainya.

Keberadaan organisasi pengelola zakat di Indonesia telah diatur dalam undang-undang, yakni UU No. 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, Keputusan Menteri Agama No. 581 Tahun 1999 tentang pelaksanaan UU No. 38 Tahun 1999 dan Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No. D/291 Tahun 2000 tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Zakat. Peraturan bertujuan agar organisasi pengelola zakat dapat lebih profesional, amanah dan transparan sehingga dana yang dikelola dapat berdampak positif terhadap pemberdayaan dan kesejahteraan umat. (Gustian Juanda 2006)

Sedangkan pengelolaan keuangan adalah segala bentuk kegiatan administratif yang dilakukan dalam bentuk beberapa tahapan yang meliputi: perencanaan, penyimpanan, penggunaan, pencatatan, serta pengawasan yang kemudian diakhiri dengan pertanggungjawaban

(*pelaporan*) terhadap siklus ke luar maksudnya dana atau uang dalam sebuah instansi (*organisasi atau perorangan*) pada kurun waktu tertentu.

Dengan dilakukannya setiap tahapan dalam pengelolaan keuangan maka fungsi dasar dan tujuan dari pelaksanaan pengelolaan keuangan dapat dioptimalkan seperti beberapapoint dibawah ini:

- a. Mengoptimalkan segala perencanaan kegiatan yang akan dilakukan dalam kurun waktu tertentu.
- b. Mencapai target perencanaan dengan lebih efisien karena adanya ketersediaan dana yang cukup serta telah direncanakan dan dapat dialokasikan dengan maksimal.
- c. Memperlancar segala kegiatan yang terjadi di instansi atau organisasi karena adanya transparansi terhadap keuangan yang dimiliki.(webcache.googleusercontent.com 2016)

b. Manajemen suatu organisasi pengelola zakat

Manajemen suatu organisasi pengelola zakat yang baik dapat diukur dan dirumuskan dengan tiga hal,yaitu : (Sholahuddin 2006)

- a. Amanah

Sifat amanah merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki oleh setiap amil zakat. Tanpa adanya sifat tersebut maka sistem akan hancur, sebagaimana sistem perekonomian Indonesia hancur disebabkan rendahnya moral dan tidak amanahnya pelaku ekonomi. Terlebih dana yang dikelola adalah dana umat yang secara esensi milik mustahiq.

- b. Profesional

Hanya dengan profesionalitas yang tinggilah maka dana yang dikelola akan menjadi efektif dan efisien.

- c. Transparan

Dengan transparansi pengelolaan zakat, maka akan menciptakan suatu sistem kontrol yang baik, karena melibatkan pihak intern organisasi dan pihak muzakki maupun

masyarakat uas. Dengan transparansi maka rasa curiga dan ketidakpercayaan masyarakat akan dapat diminimalisir.



BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam menjelaskan, memaparkan serta menyimpulkan pembahasan dalam penelitian ini, penyusun menggunakan beberapa metode penelitian, yang diharapkan akan membuat penelitian ini menjadi tidak terlalu luas dan lebih terarah.

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh penyusun adalah penelitian lapangan (*field reseach*), yaitu penelitian yang mengambil data dari lapangan. Dalam hal ini, objek penelitian adalah Muzakki di pasar Beringharjo Yogyakarta.

B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian akan dilakukan di pasar beringharjo yogyakarta.

C. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang akan digunakan yaitu :

a. Data primer

Data yang bersumber dari pihak pertama atau sumber pertama. Dimana data tersebut diperoleh dari pengisian kuisisioner yang berisi tanggapan-tanggapan responden terkait pengaruh Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat.

b. Data sekunder

Data yang diperoleh dari literatur-literatur kepustakaan seperti buku, majalah, jurnal, internet dan sumber lainnya yang berkaitan dengan materi skripsi ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data-data dalam skripsi ini dengan berbagai cara, diantaranya yaitu:

a. Studi kepustakaan (*Library Research*)

Mempelajari beberapa literatur tertulis baik yang bersumber pada buku, jurnal, majalah, artikel, makalah, koran dan internet maupun dari sumber tertulis lainnya yang mengandung informasi berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini merupakan salah satu hal penting yang dilakukan oleh peneliti.

b. Studi lapangan (*Field Research*)

Dalam hal ini penulis terjun langsung ke lokasi dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1) Kuisisioner atau angket

Kuisisioner atau angket yang mana merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi angket tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan. (Idrus 2009) Dalam penelitian ini, kuisisioner atau angket akan disebarakan kepada Muzakki di pasar beringharjo yogyakarta yang menjadi sasaran penelitian.

2) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber tertentu seperti bahan bacaan, buku, jurnal, dan lain sebagainya.

E. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan meliputi variabel bebas variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lain) dan variabel terikat (variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh pengaruh variabel lain). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah

religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, kredibilitas, aksesibilitas. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat

1. Definisi Operasional

Untuk menjelaskan makna variabel-variabel tersebut di atas, maka diperlukan definisi operasional. Dengan demikian definisi operasional di sini dimaksudkan untuk menjelaskan makna dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan cara mengukur suatu variabel. (Singarimbun 2003) Dengan kata lain definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan cara mengukur suatu variabel. Penelitian ini memiliki 4 definisi operasional. Ke 4 definisi operasional tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut:

- a. Variabel-variabel, yaitu:
 1. Religiusitas adalah besarnya penghayatan *muzzaki* akan ajaran agama Islam menyangkut akidah, ibadah dan akhlak yang terkait dengan menunaikan kewajiban zakat melalui lembaga zakat.
 2. Pengetahuan *muzzaki* adalah informasi yang diperoleh oleh *muzzaki* secara sadar tentang pembayaran zakat pada lembaga zakat.
 3. Kepercayaan *muzzaki* adalah tingkat rasa kepercayaan *muzzaki* terhadap pembayaran zakat pada lembaga zakat.
- b. Atribut-atribut lembaga zakat
 1. Aksesibilitas adalah kemudahan yang disediakan dan diberikan oleh lembaga zakat kepada publik untuk membayar zakat pada lembaga zakat tersebut.

2. Kredibilitas adalah adalah keahlian lembaga zakat mampu mengola dana zakat dengan baik.
- c. Pengaruh keputusan muzakki memilih membayar zakat di lembaga zakat.

F. Populasi dan Metode Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Muzakki di pasar Beringharjo yogyakarta. Sampel adalah sebagian individu yang diselidiki dari keseluruhan individu penelitian. Sampel yang baik adalah sampel yang memiliki populasi yang *representative*, artinya menggambarkan keadaan populasi atau mencerminkan populasi secara maksimal.(Child Narbuko 2005)

Populasi yang peneliti gunakan, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Muzakki pegawai toko di pasar Bringharjo yogyakarta.

Teknik pengambilan sampel merupakan cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data yang sebenarnya, dengan memperhatikan sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif dan benar-benar mewakili populasi.(Ating Somantri 2006) Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang diperkirakan mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat yang ada dalam populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sehingga, ciri-ciri atau sifat-sifat spesifik yang ada atau dilihat dalam populasi dijadikan kunci untuk pengambilan sampel.(Sugiyono 2000)

Sampel dalam penelitian ini diambil dari:

- b. Muzakki pegawai toko di pasar Beringharjo yogyakarta.

Pengambilan sample dilakukan dengan metode purposiv sampling yaitu teknik pengambilan sampel dimana peneliti telah membuat batas-batas berdasarkan ciri-ciri yang di maksud, yaitu:

- a. Muzzaki yang bekerja di pasar bringharjo
- b. Pegawai/ pedagang beragama Islam
- c. lembaga zakat yang di tempati responden membayar zakat beroperasi secara legal dan formal.

Kemudian semua subyek *muzzaki* yang memenuhi ciri-ciri tersebut, baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sample secara acak. Populasi muzzaki di pasar beringharjo adalah 452 muzzaki. Maka jumlah sample yang di ambil adalah sebanyak 40 sample.

G. Instrumen Penelitian

Agar jawaban responden dapat dianalisis, digunakan skala interval yang berupa *reting scale*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Tiap responden cukup memilih jawaban angka 1-9. Dengan memberikan alternatif jawaban terhadap suatu kontinum diharapkan responden akan lebu "Tegas" menjawab atau minimal menunjukkan kecenderungannya.

- d. Kisi-kisi Operasional

Adapun kisi-kisi operasionalisasi ke 5 variabel tersebut , dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2.2

Variabel	Indikator	Pertanyaan
Religiusitas (X1)	- Mendapatkan Rahmat allah AWT	1, 2, 3, 4
	- Kewajiba sebagai orang muslim dan ajaran Islam	5, 6, 7

	- Kemaslahatan umat Islam	8
Pengetahuan muzakki (X2)	- Informasi dari media, buku-buku/artikel, keluarga,teman,dan lingkungan masyarakat - Sosialisasi dan penjelasan pengelolaan zakat - Tidak puas membayar zakat sendiri ke <i>mustahiq</i>	1, 2, 3,4 5, 6 7
Kepercayaan muzakki (X3)	- Dikelola dengan baik - Meningkatkan taraf hidup fakir miskin dan tidak pada satu golongan saja - Disalurkan kepada yang berhak menerima	1 2, 3 4
Aksesibilitas (X4)	- Menyediakan fasilitas melalui ATM,SMS dan penyediaan layanan - Menjemput zakat dari rumah ke rumah - Pengelola zakat melakukan pemotongan gaji - Lokasi dekat dari rumah dan memiliki kantor cabang	1, 2 3 4 5, 6
Kredibilitas (X5)	- Pengelola menjalankan tugas sesuai aturan dan dengan baik - Mempublikasikan laporan keuangan dan program dengan baik	1, 2 3, 4
Keputusan muzakki memilih membayar zakat di Lembaga Amil Zakat (Y)	- Membantu dengan cepat dan ramah - Kepedulian dan perhatian pengelola zakat - Menjamin untuk di distribusikan - Kesopanan dan keramahan serta pengetahuan LPZ - Tepat sasaran dan teliti - Kepercayaan dan lebih efisien	1 2 3 4 5, 6 7, 8

H. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Valid bermakna kemampuan butir dalam mendukung konstruk dalam instrumen. Suatu instrumen dinyatakan valid (sah) apabila instrumen tersebut betul-betul mengukur apa yang seharusnya diukur. (Idrus 2009) Istilah valid memberikan pengertian bahwa alat ukur yang digunakan mampu memberikan nilai yang sesungguhnya dari apa yang diinginkan.

Metode yang sering digunakan untuk mencari validitas instrumen adalah korelasi product moment Pearson antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total, sehingga sering disebut *inter item-total correlation*. (Idrus 2009)

Hasil dari perhitungan korelasi setiap butir soal dengan total skor didapat dengan menggunakan bantuan SPSS.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen adalah tingkat keajekan instrumen saat digunakan kapan dan oleh siapa saja sehingga akan cenderung menghasilkan data yang sama atau hampir sama dengan sebelumnya. Reliabilitas merupakan ketepatan atau *consistency* atau dapat dipercaya. Artinya instrumen dalam penelitian tersebut akan memberikan hasil yang sama meskipun diulang-ulang dan dilakukan oleh siapa dan kapan saja. (Idrus 2009)

Pengukuran reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik, sehingga mampu mengungkap data yang lebih dipercaya. Indikator uji reliabilitas adalah *Cronbach Alpha* lebih dari r-tabel menunjukkan instrumen yang digunakan reliabel.

I. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui Pengaruh Faktor-faktor variabel Terhadap Keputusan Muzakki. Maka dilakukan uji serentak atau Uji-F dan untuk mengetahui variabel independen mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap Keputusan muzakki dilakukan uji parsial atau Uji-t. Untuk menguji hipotesis yang diajukan akan dilakukan:

i. Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji-t)

Untuk membuktikan hipotesis kedua digunakan uji-t dengan tujuan mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan uji-t dapat diketahui apakah variabel-variabel ini berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat.

Langkah-langkah pengujiannya adalah:

- e. Membuat formulasi hipotesis
 - a. H_0 : tidak ada pengaruh signifikan dari religiusitas Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
 - b. H_a : ada pengaruh signifikan dari religiusitas Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
 - c. H_0 : tidak ada pengaruh signifikan dari pengetahuan Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
 - d. H_a : ada pengaruh signifikan dari pengetahuan Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
 - e. H_0 : tidak ada pengaruh signifikan dari aksesibilitas Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat

- f. Ha: ada pengaruh signifikan dari aksesibilitas Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- g. Ho: tidak ada pengaruh signifikan dari kepercayaan Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- h. Ha: ada pengaruh signifikan dari kepercayaan Muzakki terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- i. Ho: tidak ada pengaruh signifikan dari kredibilitas terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- j. Ha: ada pengaruh signifikan dari kredibilitas terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- k. Ho: tidak ada pengaruh signifikan dari religiusitas, pengetahuan, aksesibilitas, kepercayaan, dan kredibilitas terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- l. Ha: ada pengaruh signifikan dari religiusitas, pengetahuan, aksesibilitas, kepercayaan, dan kredibilitas terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat
- a. Membuat taraf signifikansi dan kriteria pengujian
- Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5%, sehingga kriteria pengujian hipotesisnya:
- Ho diterima jika probabilitas $\geq \alpha$
- Ho ditolak jika probabilitas $\leq \alpha$

- b. Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*)
- c. Kesimpulan: dilakukan dengan cara membandingkan hasil perhitungan pada langkah ke-3 dengan ke-2

J. Metode Analisis Data

a. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Analisis yang didasarkan pada hasil yang diberikan responden melalui survei yang telah dilakukan sebelumnya. Analisis ini bertujuan untuk menggabambarkan bagaimanakah Pengaruh Faktor variabel-variabel tersebut Terhadap Keputusan Muzakki Memilih Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi Linear Berganda digunakan apabila variabel bebas (*dependen*) dari satu variabel dan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (*independen*). Analisis data dengan Regresi Berganda dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan bantuan program *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

- Y : Keputusan Muzakki
- b₀ : Konstanta Regresi
- b₁ : Koefisien Religiusitas Muzakki
- b₂ : Koefisien Pengetahuan Muzakki
- b₃ : Koefisien Aksesibilitas
- b₄ : Koefisien kepercayaan
- b₅ : Koefisien Kredibilitas
- X₁ : Religiusitas Muzakki

- X₂ : Pengetahuan Muzakki
X₃ : Aksesibilitas
X₄ : Kepercayaan Muzakki
X₅ : Kredibilitas



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

a. Sejarah Singkat Pasar Beringharjo

Pasar Beringharjo adalah pasar tertua dengan nilai historis dan filosofis yang tidak dapat dipisahkan dengan Kraton Yogyakarta. Beringharjo memiliki makna harafiah hutan pohon beringin yang diharapkan memPasar Beringharjo terletak di Jalan Jenderal Ahmad Yani nomor 16, Yogyakarta. Berikan kesejahteraan bagi warga Yogyakarta. Ada banyak jenis barang yang dapat dibeli di Pasar Beringharjo, mulai dari batik, jajanan pasar, uang kuno, pakaian anak dan dewasa, makanan cepat saji, bahan dasar jamu tradisional, sembako hingga barang antik.

Wilayah Pasar Beringharjo pada awalnya adalah hutan beringin. Tidak lama setelah berdirinya Kraton Yogyakarta pada tahun 1758, wilayah pasar ini dijadikan tempat transaksi ekonomi oleh warga Yogyakarta dan sekitarnya. Ratusan tahun kemudian pada tanggal 24 Maret tahun 1925, Keraton Yogyakarta menugaskan Nederlansch Indisch Beton Maatschappij (Perusahaan Beton Hindia Belanda) untuk membangun los-los pasar. Pada akhir Agustus 1925, 11 kios telah terselesaikan dan yang lainnya menyusul secara bertahap.

Nama Beringharjo diberikan setelah bertahtanya Sri Sultan Hamengku Buwono VIII pada tanggal 24 Maret tahun 1925. Sri Sultan Hamngku Buwono VIII memerintahkan agar semua instansi di bawah naungan Kesultanan Yogyakarta menggunakan Bahasa Jawa. Nama Beringharjo dipilih karena memiliki arti wilayah yang semula hutan beringin (bering) yang diharapkan dapat memberikan kesejahteraan (harjo). Nama Beringharjo sendiri dinilai tepat karena lokasi pasar

merupakan bekas hutan beringin dan pohon beringin merupakan lambang kebesaran dan pengayoman bagi banyak orang.

Pasar Beringharjo memiliki nilai historis dan filosofis dengan Kraton Yogyakarta karena telah melewati tiga fase, yakni masa kerajaan, penjajahan, dan kemerdekaan. Pembangunan Pasar Beringharjo merupakan salah satu bagian dari rancang bangun pola tata kota Kesultanan Yogyakarta yang disebut Catur Tunggal. Pola tata kota ini mencakup empat hal yakni keraton sebagai pusat pemerintahan, alun-alun sebagai ruang publik, masjid sebagai tempat ibadah, dan pasar sebagai pusat transaksi ekonomi.

B. Hasil Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

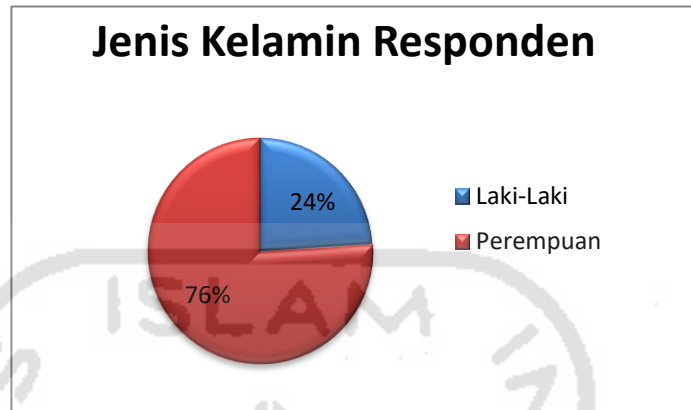
Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner pada 40 pedagang yang berjualan di pasar beringharjo. Adapun analisis deskriptif yang diteliti meliputi jumlah responden berdasarkan jenis kelamin, pendapatan, dan memilih menyalurkan zakat.

1. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

Jumlah responden yang menjadi objek penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan muzaki memilih membayar zakat di amil zakat. Diperoleh jumlah responden perempuan sebanyak 38 orang dan 12 orang laki-laki. Berikut jumlah responden berdasarkan angkatan penulis paparkan dalam bentuk diagram gambar.

Gambar 1.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber ; Data primer diolah, 2017

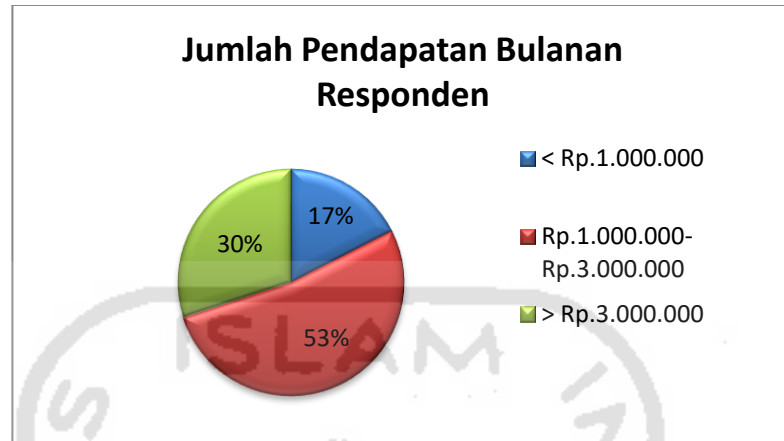
Dari hasil diagram diatas dapat disimpulkan bahwa reponden perempuan mempunyai persentase yang lebih banyak namun dan dominan yakni sebesar 76% dan sisanya 24% adalah reponden laki-laki.

2. Jumlah Pendapatan Bulanan Responden

Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis kepada pedagang di pasar beringharjo yogyakarta 40 lembar, diperoleh gambaran tentang jumlah pendapatan yang diterima respoden pada setiap bulannya, berikut dipaparkan dalam bentuk gambar diagram.

Gambar 2.2

Jumlah pendapatan bulanan responden



Sumber : Data primer diolah, 2017

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah pendapatan pegawai toko pasar beringharjo yang diterima setiap bulanan paling banyak pada angka Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 yaitu sebesar 53%, sedangkan pada jumlah Rp 3.000.000 sebesar 30% dan Rp 1.000.000 sebesar 17%. Hal ini menunjukkan bahwa penghasilan dari responden memiliki penghasilan rata – rata, atau mempunyai anggapan mampu membayar zakat.

3. Tempat Responden Menyalurkan Zakat

Muzaki yang terpilih sebagai responden dengan kategori tempat dimana menyalurkan zakat selama ini. Berikut ini responden berdasarkan kategori tempat dimana menyalurkan zakat selama ini.

Tabel 3.3

Kategori Responden berdasarkan Tempat Menyalurkan zakat

No	Lembaga zakat	Jumlah	Persentase (%)
1.	BMT Bringharjo	13	22 %
2.	Baznas Kota Yogyakarta	18	30 %
3.	Rumah zakat	1	2 %
4.	PKPU Zakat	5	8 %
5.	Dompot Dhuafa	5	8 %
6.	Langsung Ke Mustahik	8	13 %
7.	Masjid	10	27 %
Jumlah			100 %

Sumber: Data primer 2017

Berdasarkan dari hasil data di atas dapat diketahui tentang tempat responden menyalurkan zakat, data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menyalurkan zakat pada lembaga amil zakat persentase jumlah muzaki membayar di lembaga zakat adalah BMT Bringharjo sebanyak 22 %, Baznas Kota Yogyakarta sebanyak 30 %, Rumah zakat 2 %, PKPU Zakat 8 %, Dompot Dhuafa 8 %, Langsung ke Mustahik 13 %, dan Masjid 27 %. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan *muzzaki* yang di ambil menjadi responden menyalurkan zakatnya kepada pengelolaan lembaga zakat.

b. Uji Validasi dan Uji Reabilitas

a. Uji Validasi

Validitas pertanyaan diketahui dengan mengkorelasikan skor nilai pertanyaan dengan total skor keseluruhan. Butir pertanyaan dikatakan valid apa bila r hitung sama dengan atau lebih dari r tabel. Sebaliknya jika nilai r hitung lebih kecil dari pada nilai r tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid. Pengukuran validitas menggunakan SPSS for windows 19 terhadap 40 responden, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.3
Validasi Variabel-Variabel

No	Perihal (Butir Pernyataan)	Nilai r_{hitung} (validitas)	Nilai r_{tabel} (0,05;40-2)	Keterangan (Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$)
1	Berzakat dipengelolaan zakat tersebut supaya bisa mendapatkan rahmat dari Allah SWT.	0,842	0,312	Valid
2	Berzakat di pengelolaan zakat tersebut supaya bisa mendapatkan hidup yang tenang dan tentram dari Allah SWT di dunia dan di akhirat	0,842		Valid
3	Berzakat di pengelolaan zakat tersebut supaya bisa mendapatkan rezeki yang banyak dari Allah SWT	0,843		Valid
4	Berzakat di pengelolaan zakat	0,845		Valid

No	Perihal (Butir Pernyataan)	Nilai r_{hitung} (validitas)	Nilai r_{tabel} (0,05;40-2)	Keterangan (Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$)
	tersebut untuk menunaikan kewajiban sebagai seorang muslim / muslimah			
5	Berzakat di pengelolaan zakat tersebut karena islam ajaran islam menganjurkan untuk membayar zakat melalui pengelolaan zakat	0,844	0,312	Valid
6	Berzakat di lembaga zakat tersebut karena dalam Islam dijelaskan bahwa zakat sebaiknya di kelola oleh lembaga zakat	0,844		Valid
7	Berzakat di lembaga zakat agar dapat digunakan untuk kemaslahatan umat Islam secara umum	0,846		Valid
8	Berzakat di pengelolaan zakat karena informasi dari media / elektronik	0,842		Valid
9	Berzakat di pengelolaan zakat tersebut karena informasi dari buku-buku / artikel-artikel tentang zakat	0,843		Valid
10	Berzakat di pengelola zakat tersebut karena informasi dari keluarga, teman dan	0,844		Valid

No	Perihal (Butir Pernyataan)	Nilai r_{hitung} (validitas)	Nilai r_{tabel} (0,05;40-2)	Keterangan (Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$)
	lain-lain			
11	Berzakat di pengelola zakat tersebut karena informasi dari lingkungan masyarakat	0,844		Valid
12	Berzakat di pengelola zakat tersebut karena penjelasan dari perusahaan pengelolanya	0,846		Valid
13	Berzakat di pengelola zakat tersebut karena pengalaman sebelumnya tidak merasa puas membayar zakat sendiri ke <i>mustahiq</i>	0,846		Valid
14	Membayar zakat karena zakat dikelola dengan baik	0,837		Valid
15	Membayar zakat karena digunakan untuk meningkakan taraf hidup fakir miskin	0,839		Valid
16	Membayar zakat karena disalurkan tidak pada suatu golongan saja	0,842		Valid
17	Membayar zakat karena zakat disalurkan kepada yang berhak menerima	0,842		Valid
18	Pengelola zakat yang ditempati membayar zakat menyediakan fasilitas pembayaran	0,818		Valid

No	Perihal (Butir Pernyataan)	Nilai r_{hitung} (validitas)	Nilai r_{tabel} (0,05;40-2)	Keterangan (Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$)
	zakat melalui ATM, SMS, internet atau yang sejenisnya			
19	Pengelola zakat tersebut menyediakan layanan pembayaran zakat sepanjang hari	0,815		Valid
20	Karyawan lembaga zakat tersebut menjemput zakat dari rumah ke rumah	0,816	0,312	Valid
21	Pengelola zakat tersebut memungut zakat melalui pemotongan gaji setelah mendapat persetujuan	0,816		Valid
22	Lokasi pengelola zakat tersebut dekat dari rumah pemukiman warga	0,820		Valid
23	Pegelola zakat tersebut memiliki banyak UPZ kantor cabang sehingga dapat membayar zakat dengan mudah kapan dan dimana saja	0,820		Valid
24	Membayar zakat karena dikenal oleh masyarakat	0,845		Valid
25	Membayar zakat karena zakat dikelola dengan baik	0,820	0,312	Valid
26	Membayar zakat karena pengelola zakat menjalankan tugas dan kewajiban	0,820		Valid

No	Perihal (Butir Pernyataan)	Nilai r_{hitung} (validitas)	Nilai r_{tabel} (0,05;40-2)	Keterangan (Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$)
	berdasarkan aturan yang berlaku			
27	Membayar zakat karena pengelola zakat menjalankan pengelolaan zakat dengan baik dan benar	0,845		Valid
28	Membayar zakat karena pengelolaan zakat selalu mempublikasikan laporan keuangan untuk setiap penggunaan / pengeluaran dana zakat	0,844		Valid
29	Membayar zakat karena pengelola zakat menjalankan setiap programnya dengan baik	0,848		Valid
30	Memutuskan membayar zakat karena pengelola zakat secepatnya membantu saya dengan cepat dan ramah ketika saya tiba di Lembaga zakat	0,846		Valid
31	Memutuskan membayar zakat atas kepedulian dan perhatian yang diberikan pengelola zakat kepada setiap muzaki	0,841		Valid
32	Puas karena pihak	0,843		Valid

No	Perihal (Butir Pernyataan)	Nilai r_{hitung} (validitas)	Nilai r_{tabel} (0,05;40-2)	Keterangan (Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$)
	pengelola zakat menjamin harta yang telah dizakatkan untuk di distribusikan ke orang yang berhak menerimanaya (mustaqin)			
33	Memutuskan untuk membayar di pengelola zakat karena kesopanan dan keramahan serta pengetahuan dari parapegawai / amil zakat	0,843		Valid
34	Memutuskan untuk membayar zakat di pengelola zakat karena hasil dari harta yang telah di zakatkan tetap sasaran	0,846	0,312	Valid
35	Sebelum saya membayar zakat terlebih dahulu saya meneliti zara pembayaran zakat tersebut	0,846		Valid
36	Kepercayaan kepada pengelola zakat mempengaruhi saya dalam memutuskan menyalurkan zakat	0,845		Valid
37	Memutuskan memilih cara pembayaran zakat ini karena lebih efisien dalam hal waktu dan tenaga	0,845		Valid

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh butir pernyataan pada kuesioner sudah valid karena seluruh nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel dengan α yang digunakan sebesar 5% dan banyak $n-2$ yaitu 38 menghasilkan nilai r-tabel sebesar 0,312. Kemudian, hasil perhitungan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Item</i>
0,843	37

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh nilai reliabilitas dari semua butir pernyataan sebesar **0,843**, sehingga dapat diinterpretasikan bahwa tingkat reliabelnya tinggi sehingga bisa dikatakan bahwa reabilitas pertanyaan-pertanyaannya tersebut sangat baik.

c. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Berganda, Uji t, dan Uji F.

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Religiusitas, Pengetahuan, kepercayaan, Aksesibilitas, dan Kredibilitas berpengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat di amil zakat. Adapun hasil dari analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	70,951	12,585		5,638	,000			
	X1	1,083	,128	-,116	-,644	,000	-,077	-,110	-,109
	X2	,027	,174	,029	,158	,000	,080	,027	,027
	X3	,050	,131	,070	,386	,001	,047	,066	,065
	X4	1,012	,024	-,088	-,494	,004	-,084	-,084	-,084
	X5	,068	,168	,073	,406	,000	,080	,069	,069

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2017)

Berdasarkan tabel di atas didapatkan model regresi linear berganda dengan persamaan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sebagai berikut :

$$Y = 70,951 + 1,083X1 + 0,027X2 + 0,050X3 + 1,012X4 + 0,068X5$$

Berdasarkan model regresi linear berganda mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat sebagai berikut :

Nilai konstanta atau keputusan Muzakki sebesar 70,951 yang berarti bahwa jika ada variabel bebas yang terdiri dari Religiusitas, Pengetahuan Muzakki, Kepercayaan Muzakki, Akseibilitas, Kreabilitas yang mempengaruhi keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat, maka besarnya nilai perusahaan akan bertambah sebesar 70,951 .

b. Uji Hipotesis

1. Uji Partial (Uji t)

Untuk membuktikan hipotesis kedua digunakan uji t dengan tujuan mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan uji t dapat diketahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak. Langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

A. Merumuskan hipotesis operasional H_0 dan H_a

- 1) H_0 : Tidak ada pengaruh positif variabel bebas (X_1), (X_2), dan (X_3), (X_4), (X_5) secara parsial terhadap variabel tetap (Y)
- 2) H_a : Ada pengaruh positif variabel bebas (X_1), (X_2), dan (X_3) (X_4), (X_5) secara parsial terhadap variabel (Y)

B. Menetapkan taraf signifikan dan kriteria pengujian dalam penelitian ini digunakan taraf signifikan (α) sebesar 5% sehingga kriteria pengujian hipotesisnya:

- 1) H_0 diterima jika probabilitas $\geq \alpha$, atau jika t hitung $< t$ tabel
- 2) H_0 ditolak jika probabilitas $\leq \alpha$, atau jika t hitung $> t$ tabel

C. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistik yang dipergunakan, yaitu pada program *SPSS 19.0 for windows*

D. Mengambil kesimpulan dari poin a dan b

Dari tabel 1.4 diatas perhitungan koefisien (Sig-t) dapat dihasilkan sebagai berikut :

1. Pengujian terhadap Religiusitas

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%, didapat nilai sig (P-Value) sebesar 0,000. Sehingga nilai probabilitas kurang dari tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan memberikan keputusan tolak H_0 yang artinya faktor Religiusitas signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat.

Penelitian ini mendukung hipotesis bahwa variabel Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat.

2. Pengujian Terhadap Pengetahuan Muzakki

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%, didapat nilai sig (P-Value) sebesar 0,000. Sehingga nilai probabilitas kurang dari tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan memberikan keputusan tolak H_0 yang artinya faktor Pengetahuan Muzakki signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat. Penelitian ini mendukung hipotesis bahwa variabel Pengetahuan Muzakki berpengaruh terhadap keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat.

3. Pengujian Terhadap Kepercayaan Muzakki

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%, didapat nilai sig (P-Value) sebesar 0,000. Sehingga nilai probabilitas kurang dari tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan memberikan keputusan tolak H_0 yang artinya Kepercayaan Muzakki signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat. Penelitian ini mendukung hipotesis bahwa variabel “Kepercayaan Muzakki berpengaruh terhadap keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat”.

4. Pengujian Terhadap Aksebilitas

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%, didapat nilai sig (P-Value) sebesar 0,001. Sehingga nilai probabilitas kurang dari tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan memberikan keputusan tolak H_0 yang artinya Aksebilitas signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat. Penelitian ini mendukung hipotesis bahwa variabel “Aksebilitas berpengaruh terhadap

keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat”.

5. Pengujian Terhadap Kreabilitas

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%, didapat nilai sig (P-Value) sebesar 0,001. Sehingga nilai probabilitas kurang dari tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan memberikan keputusan tolak H_0 yang artinya Kreabilitas signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat. Penelitian ini mendukung hipotesis bahwa variabel “Kreabilitas berpengaruh terhadap keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat”.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara serentak atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

A. Membuat Formulasi Hipotesis

- 1) H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat
- 2) H_a : Ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat

B. Menetapkan Taraf Signifikan dan Kriteria Pengujian

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikan (α) sebesar 5 % sehingga kriteria pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima jika probabilitas $\geq \alpha$, atau jika $t_{hitung} < t_{tabel}$
- 2) H_0 ditolak jika probabilitas $\leq \alpha$, atau jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

C. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistik yang dipergunakan, yaitu pada program *SPSS 19.0 for windows*

Mengambil kesimpulan seperti yang tertera pada poin a dan b

Tabel 5.5
Hasil Uji Stimula (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,072	5	,614	,195	,002 ^b
	Residual	107,328	34	3,157		
	Total	110,400	39			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X5, X3, X4, X1, X2

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Uji F ini dapat dilakukan dengan melihat nilai P-Value dan didapatkan nilai P-Value sebesar 0,002. Jadi dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa model regresi Y terhadap X1, X2, X3, X4, X5 adalah sesuai atau memiliki arti.

d. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan persentase variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Berikut hasil uji R² dengan SPSS Versi 19.0 *for windows*.

Tabel 6.6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,167 ^a	,028	,915	1,777	,028	,195	5	34	,962

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X4, X1, X2

Sedangkan nilai *Adjusted R Square* 0,915 atau 91,5% yang artinya bahwa Religiusitas, Pengetahuan Muzakki, Kepercayaan Muzakki, Aksebilitas, Kreabilitas berpengaruh sebesar 91,5% terhadap Keputusan Muzakki. Sedangkan 8,5% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain diluar penelitian.

e. Uji variabel paling dominan

Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling dominan di antara kedua variabel produk dan kualitas pelayanan, maka dapat dilihat nilai masing-masing variabel dari hasil berikut :

Tabel 7.7
Variabel Dominan

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	70,951	12,585		5,638	,000			
	X1	1,083	,128	-,116	-,644	,000	-,077	-,110	-,109
	X2	,027	,174	,029	,158	,000	,080	,027	,027
	X3	,050	,131	,070	,386	,001	,047	,066	,065
	X4	1,012	,024	-,088	-,494	,004	-,084	-,084	-,084
	X5	,068	,168	,073	,406	,000	,080	,069	,069

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2017)

Berdasarkan tabel 4.0 di atas, terlihat pada kolom *standardizer coefficients* Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable kredibilitas memiliki nilai yang lebih besar dari pada variabel religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, kredibilitas, dan aksesibilitas, maka variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel keputusan muzzaki (Y) adalah variabel Kredibilitas (X5) dengan nilai sebesar 0,073.

E. PEMBAHASAN

a. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Muzakki Dalam Memilih Membayar Zakat Pada Lembaga Amil Zakat (Pada Muzakki di Pasar Bringharjo Yogyakarta)

Pada penelitian ini keputusan muzakki merupakan variabel yang dipengaruhi artinya apabila variabel yang mempengaruhi (religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, aksesibilitas, kredibilitas) memiliki pengaruh signifikan terhadap yang dipengaruhi (keputusan muzakki memilih membayar zakat pada lembaga amil zakat) berarti variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan muzakki akan tetapi apabila salah satu variabel tersebut tidak signifikan berarti variabel tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan muzakki memilih membayar zakat pada lembaga amil zakat.

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis variabel keputusan muzakki (Y) memiliki nilai koefisien sebesar 70,951, berarti apabila variabel religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, aksesibilitas, kredibilitas, maka keputusan muzakki memilih membayar zakat pada lembaga amil zakat sama dengan 70,951, yang artinya jika dari variabel-variabel tersebut naik satu satuan maka variabel keputusan muzakki akan naik sebesar 70,951, akan tetapi apabila variabel-variabel diatas turun satu satuan maka keputusan muzakki pun turun sebanyak 70,951 satuan. Dari hasil penelitian diatas juga dapat disimpulkan bahwa variabel yang mempengaruhi (religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, aksesibilitas, kredibilitas) secara bersama-sama mempengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat di amil zakat.

Secara umum faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat di amil zakat adalah sebagai berikut :

Religiusitas(X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat, dengan

koefisien regresi sebesar 1,083 yang artinya apabila Religiustisitas meningkat sebesar 1 satuan, mengakibatkan peningkatan keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat sebesar 1,083 kali. Semakin tinggi Religiustisitas semakin tinggi pula keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat.

Pengetahuan Muzakki (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat, dengan koefisien regresi sebesar 0,027 yang artinya apabila Religiustisitas meningkat sebesar 1 satuan, mengakibatkan peningkatan keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat sebesar 0,027 kali. Semakin tinggi Religiustisitas semakin tinggi pula keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat.

Sama halnya dengan Religiustisitas dan Pengetahuan Muzakki, Kepercayaan Muzakki (X3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat. Dengan koefisien regresi sebesar 0,050, apabila Kepercayaan Muzakki meningkat sebesar 1 satuan, mengakibatkan peningkatan keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat sebesar 0,050 yang artinya bahwa semakin tinggi provitabilitas semakin besar nilai perusahaan.

Akseibilitas (X4) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat dengan koefisien regresi sebesar 1,012, apabila Akseibilitas meningkat sebesar 1 satuan maka keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat meningkat sebesar 1,012.

Kreabilitas (X5) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat, dengan

koefisien regresi sebesar 0,068 yang artinya apabila Kreabilitas meningkat sebesar 1 satuan, mengakibatkan peningkatan keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat sebesar 0,068 kali. Semakin tinggi Kreabilitas semakin tinggi pula keputusan Muzakki dalam memilih membayar zakat di lembaga amil zakat.

b. faktor yang paling dominan terhadap Keputusan Muzakki Dalam Memilih Membayar Zakat Pada Lembaga Amil Zakat (Pada Muzakki di Pasar Bringharjo Yogyakarta)

Dapat diketahui dari hasil penelitian yang mencari faktor paling dominan. Dari semua faktor yang memiliki nilai lebih besar dari pada variabel religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, kredibilitas, dan aksesibilitas, maka variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel keputusan muzakki (Y) adalah variabel Kredibilitas (X5) dengan nilai sebesar 0,073. Dapat disimpulkan bahwa kredibilitas lembaga zakat memiliki peran yang cukup penting dalam mempengaruhi sikap muzakki terhadap keputusan membayar zakat.

Lembaga zakat dilihat dari kredibilitasnya dengan melihat Keahlian lembaga zakat untuk melakukan layanan, Kepercayaan lembaga zakat, dan Daya tarik lembaga zakat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari beberapa studi dan literatur dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hal yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh faktor religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, aksesibilitas, dan kredibilitas terhadap keputusan muzakki dalam memilih membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat adalah :
 - a. Variable Religiusitas (X1) memiliki hubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan muzakki memilih membayar zakat pada lembaga amil zakat. dengan nilai koefisien 1,083 dan nilai signifikansi 0,000.
 - b. Variable Pengetahuan (X2) memiliki hubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan muzakki memilih membayar zakat pada lembaga amil zakat. dengan nilai koefisien 0,027 dan nilai signifikansi 0,000.
 - c. Variable Kepercayaan (X3) memiliki hubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan muzakki memilih membayar zakat pada lembaga amil zakat. dengan nilai koefisien 0,050 dan nilai signifikansi 0,001.
 - d. Variable Aksesibilitas (X4) memiliki hubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan muzakki memilih membayar zakat pada lembaga amil zakat. dengan nilai koefisien 1,012 dan nilai signifikansi 0,004.
 - e. Variable Kredibilitas (X5) memiliki hubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan muzakki memilih membayar zakat pada lembaga amil zakat. dengan nilai koefisien 0,068 dan nilai signifikansi 0,000.
2. Faktor Kredibilitas (X5) lebih dominan dari pada faktor lainnya yang diteliti oleh penulis dengan nilai koefisien *Standardized Coefficients* sebesar 0,073.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini.

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh hasil studi yang lebih baik, maka perlu dilakukan uji lagi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan muzaki dalam memilih membayar zakat di Lembaga amil zakat dengan menambahkan variabel bebas yang lebih banyak.
2. Untuk muzaki apabila hendak membayar zakat baiknya melihat dan teliti memilih Amil zakat Atau pun Lembaga amil zakat sehingga zakat yang telah di bayar sampai ke mustahiq yang menerimanya.
3. Untuk akademik penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang berbeda sehingga dapat memperkaya khasanah kajian ekonomi Islam.

Daftar Pustaka

- Ajzen, Icek. *Behavioral Interventions Based on The Theory of Planned Behavior*. 2006.
- Ali, Muhammad Daud. *Sistem Ekonomi Islam: Zakat DAN Wakaf*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press), 1988.
- Al-Qur'an. *Al-Qur'an Karim dan Terjemahan Artinya*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2010.
- Al-Zuhayly, Wahbah. *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*. Bandung: PT. Rosdakarya, 2008.
- Ambara, Iqbal M. *Problematika Zakat dan Pajak Indonesia*. Jakarta: Sketsa , 2009.
- Amir, M. Taufiq. *Dinamika Pemasaran* . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Arroba, T. "Decision Making by Chinese-US." *Journal of psychology*, 1998: 102-116.
- Asnaini. *Zakat Produktif Dalam Perspektif hukum Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Ating Somantri, Sambas Ali Muhidin. *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia, 2006.
- Bahasa, Pusat. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka , 2008.
- bahasindonesia, kamus. *pengelolaan*. November 17, 2016. <http://kamusbahasaindonesia.org> (accessed November 17, 2016).
- Basu Swasta, DH. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta,

2005.

Book, World. *The World Book Dictionary*. Chicago : World Book Inc, 2007.

Child Narbuko, Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Akasara, 2005.

Crow, Lestar D. Crow dan Alice. *Psikologi Pendidikan, diterjemahkan oleh Abd. Rachman* . Yogyakarta: Nur Cahaya, 1989.

Dahlan, Thamrin. "Faktor-Faktor yang mempengaruhi muzakki menunaikan zakat pada baitul mal masjid jami' An-Nur." e-Jurnal, direktorak P2M-Dikti Depdiknas Bekerja Sama dengan PDII-LIPI PSTT-PPs UI, 2010.

Desmita. *Psikologi perkembangan* . Bandung : Remaja Rosdakarya , 2008.

Drever, James. *Kamus Psikologi* .

Estiadi Nugroho, JS. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2005.

Fakhrudin. *Fiqh dan Manajemen Zakat di Indonesia*, (Malang: UIN-Malang Press, . Malang: UIN-Malang Press, 2008.

Gary Amstrong, Philip Kotler. *Dasar-Dasar Pemasaran*. New York: Ontario Richard D. Irwan Inc, 1977.

Goldsmith, Ronald E, Lafferty. "The Impact of Corporate Credibility and Celebrity on Consumer Reaction to Advertisement and Brand ." *Journal of Advertising* , 2000: 10.

Gustian Juanda, dkk. *Pelaporan Zakat Pengurang Pajak Penghasilan (: PT. Raja* . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.

Hasan, M. Ali. *Zakat dan Infak Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial di Indonesia*. Yogyakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.

- Hidayat, T. "Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kredibilitas, Dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio." *jurnal*, 2011.
- Idrus. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.
- Ilmi, Makhalul. *Teori dan Praktek Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: UII Press, 2002.
- Imanita, Mayrizka Altriana Widya. "Pengaruh kredibilitas perusahaan dan sikap konsumen (terhadap Iklan dan merek) dan intensi membel." *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis STIE-IBEK*, 2015: 18-19.
- Jalaludin. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996.
- Jalurilmu. oktober 10, 2011. <http://jalurilmu.blogspot.co.id/regulasitas.html> (accessed maret 19, 2017).
- Jasfar, Farida. *Manajemen Jasa : Perbankanterpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia , 2002.
- K.N. Wexly, G.H. Yukl. *Organisation Behaviour and Personal Psycology* . New York: Ontario Richard D. Irwin Inc , 1977.
- Kahmad, Dadang. *Sosiologi Agama*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000.
- Karsono, Nurul Huda. "Pengaruh manfaat relasional dan kualitas hubungan terhadap
97-120 .
- Keller, Kevin Iane. Kotler Philip. *Kevin lane ,Kotler Philip Keller, manajemen pemasaran analisis perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian*. jakarta: Erlangga, 2003.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tiga Belas, terjemahan. Bob Sabra*. Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008.

Mappiare, Andi. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional, 1997.

Masruroh, Atik. "Pengaruh Citra Lembaga Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank BPD DIY Syariah". ." Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015.

Nadjat, Danang Hylman. "Identifikasi Fakt



or Yang Mempengaruhi Perilaku Muzakki dalam Mengeluarkan Zakat Mal Melalui Lembaga Pengelola zakat di Kota Bandung ." Thesis, 2001.

Nopiyanti, Dini Pratiwi, H. zakaria Ismail. "Analisis pengaruh kredibilitas, daya tarik, dan keahlian celebrity endorser dalam produk kosmetik wardah terhadap keputusan pembelian." *JURNAL ILMIAH PROGRESIF MANAJEMEN BISNIS (JIPMB)*, 2015: 97-99.

Novianto, Henry Reza. "Mengapa masyarakat memilih menunaikan zakat di mesjid dibandingkan dengan lembaga zakat (Studi Kasus pada Masyarakat desa Kramat Jegu Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo)." *jurnal*, 2014: 20-21.

Parasaranphanich. *Prilaku Konsumen : Analisis Odel Keputusan*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2007.

Philip Kotler, AB Susanto. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia (analisis Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian)*, Edisi 1, hal. 251-258. Jakarta: Slemba Empat, 1999.

Philip, Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, 2003.

Rahayu, Rusti. "Faktor-Faktor determinan motivasi membayar zakat ke lembaga zakat." Thesis, 2015.

Rofiq, Ahmad. *Fiqih Kontekstual*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

Sholahuddin. *Ekonomi Islam*. Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2006.

—. *Ekonomi Islam*. Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2006.

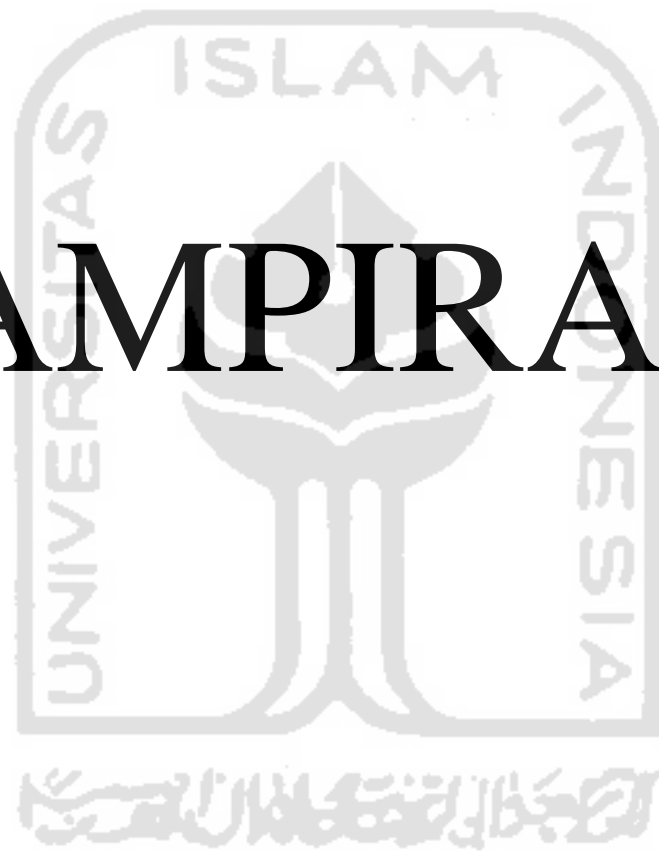
Siddik, Abdullah. *Asas-Asas Hukum Islam*. Jakarta: Bumi Restu, 1982.

Singarimbun, Masri. *Metode Penelitian Survei* . Jakarta: LP3ES, 2003.

- Sitianiapessy, H.A.P. "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan pembelian Ulang Di Matahari Departemen Store Ambon." *Jurnal Politeknik Ambon*, 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta, 2000.
- Suwarto, FX. *Perilaku Organisasi*. 1999.
- Syaparudin. "Esplorasi Variabel2 Determinan pembayaran zakat bagi muzakki pada lembaga zakat di kawasan joglosemar." *Thesis*, 2011.
- Trihendradi, Cornelius. *Step by Step SPSS 16 Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009.
- webcache.googleusercontent.com.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-pengelolaan-keuangan-menurut-para-ahli.Maret13,2016.
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.pengertianmenurutparaahli.net> (accessed Oktober 13, 2016).
- Wibowo. *Manajemen Perubahan*. Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2006.
- Wikipedia. "Human Behavior", *The Free Encyclopedia*.
<http://www.wikipedia.co.id> (accessed Maret 20, 2017).
- Wiradani, Widi. "Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Muzakki dalam Menyalurkan Zakat melalui Yayasan Amal Sosial Ash Shohwah Malang." *Skripsi*, 2012.
- Zaenuri, Wahab. *Membangun Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Melalui Atribut Produk, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Pada Bank Syari'ah*. Semarang: Puslit IAIN Walisongo, 2014.



LAMPIRAN



KUESIONER PENELITIAN

I. Pengantar

Asalamualaikum Wr. Wb

Bapak/ibu/saudara yang saya hormati, saya Bayu Pratama Putra mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta (UII) sedang melakukan penelitian yang berjudul **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MUZAKKI DALAM MEMILIH MEMBAYAR ZAKAT PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT**. penelitian ini merupakan rencana dalam pembuatan skripsi.

Saya sangat mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan ini sesuai dengan kondisi yang ada. Setiap jawaban Bapak/Ibu/Saudara berikan sangat berarti dalam penelitian ini. Bapak/Ibu/Saudara tidak perlu ragu-ragu untuk menjawab semua pertanyaan yang di sediakan dengan sejujur-jujurnya dan apa adanya, karena data ini akan kami jadikan sebagai informasi yang bersifat rahasia.

Atas perhatian dan kerjasamanya Bapak/Ibu/Saudara saya ucapkan terimakasih.

Wasalamualaikum Wr. Wb

Petunjuk pengisian

Sesuai dengan yang Bapak/Ibu/Saudara ketahui, berilah penilaian terhadap diri anda sendiri dengan jujur dan apa adanya berdasarkan pertanyaan dibawah ini dengan cara memberi tanda **centang** (✓) salah satu dari empat kolom, dengan keterangan sebagai berikut:

Pernyataan bagian **I** merupakan pernyataan yang berhubungan dengan **identitas**

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Alamat Responden :
(berikan tanda centang (√) pada jawaban)
3. Jenis kelamin . Laki-laki . Perempuan
4. Usia : . 15-25 thn . 36-45 thn
. 26-35 thn . 46-55 thn
5. Pekerjaan : . Pelajar/Mahasiswa . Pegawai
Swasta . Wiraswasta . PNS
. Profesi .
Lainnya...
6. Pendapatan Per Bulan
. < Rp. 1.000.000,-
. Rp. 1.000.000,- Rp. 3.000.000,-
. > Rp. 3000.000,-

II. keputusan bapak/ibu dalam membayar zakat

Petunjuk pengisian

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda checklist (√) pada pilihan Bapak/Ibu yang sesuai dan/atau

memberikan jawaban yang Bapak/Ibu inginkan pada tempat yang telah disediakan!

1. Apakah anda membayar zakat?

Ya Tidak

2. Apakah anda membayar zakat pada lembaga zakat ?

Ya Tidak

3. Apa nama lembaga zakat yang anda tempati membayar zakat ?

.....

III. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MUZAKKI DALAM MEMILIH MEMBAYAR ZAKAT PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT

Berilah penilaian secara jujur, obyektif dan penuh tanggung jawab terhadap keputusan membayar zakat di Lembaga Amil Zakat (LAZ) atau Badan Amil Zakat (BAZ).

Penilaian dilakukan terhadap aspek-aspek dalam tabel berikut dengan cara melingkari (√) angka (1–9) pada kolom skor sebagai berikut:

Berilah Tanda (√) pada setiap kolom dari setiap pernyataan di bawah ini sesuai dengan kategori nilai berikut:

<i>1 : lemah sekali cukup</i>	<i>4 : sangat kurang</i>	<i>7 : lebih dari</i>
<i>2 : lemah</i>	<i>5 : kurang</i>	<i>8 : baik</i>
<i>3 : sangat kurang sesuai</i>	<i>6 : cukup</i>	<i>9 : sangat baik</i>

8.	Memutuskan memilih cara pembayaran zakat ini karena lebih efisien dalam hal waktu dan tenaga									
----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



Variabel Religiusitas (X1)								
Subjek	1	2	3	4	5	6	7	jumlah
1	8	8	8	8	8	8	8	56
2	8	8	8	9	8	8	8	57
3	9	9	9	9	9	9	9	63
4	8	8	9	9	9	9	9	61
5	9	9	9	9	9	9	9	63
6	9	9	9	9	9	9	9	63
7	9	9	9	9	9	9	9	63
8	9	9	9	9	9	9	8	62
9	9	9	9	9	7	8	8	59
10	8	8	8	8	8	8	8	56
11	8	8	8	9	8	8	8	57
12	9	9	9	9	9	9	9	63
13	8	8	9	9	9	9	9	61
14	9	9	9	9	9	9	9	63
15	9	9	9	9	9	9	9	63
16	9	9	9	9	9	9	9	63
17	9	9	9	9	9	9	8	62
18	9	9	9	9	7	8	8	59
19	9	9	9	9	9	9	9	63
20	9	9	9	9	9	9	9	63
21	9	9	9	9	9	9	9	63
22	9	9	9	9	9	9	8	62
23	9	9	9	9	9	8	8	61
24	8	8	8	9	8	8	8	57
25	9	9	9	9	9	9	9	63
26	8	8	9	9	9	9	9	61
27	9	9	9	9	9	9	9	63
28	8	8	8	9	8	8	8	57
29	9	9	9	9	9	9	9	63
30	8	8	9	9	9	9	9	61
31	9	9	9	9	9	9	9	63
32	9	9	9	9	9	9	9	63
33	9	9	9	9	9	9	9	63
34	9	9	9	9	9	9	8	62
35	9	9	9	9	9	8	8	61

36	9	9	9	9	9	9	9	63
37	8	8	8	9	8	8	8	57
38	9	9	9	9	9	9	9	63
39	8	8	9	9	9	9	9	61
40	9	9	9	9	9	9	9	63

Variabel Pengetahuan Muzakki (X2)

subjek	1	2	3	4	5	6	jumlah
1	9	9	9	9	9	9	54
2	9	9	8	8	8	8	50
3	9	9	9	9	9	9	54
4	9	9	9	9	9	9	54
5	9	9	9	9	8	8	52
6	9	9	9	9	9	9	54
7	9	9	9	9	9	9	54
8	9	9	9	9	9	9	54
9	9	9	9	9	9	9	54
10	9	9	9	9	9	9	54
11	9	9	9	9	9	9	54
12	9	9	8	8	8	8	50
13	9	9	9	9	9	9	54
14	9	9	8	8	8	8	50
15	9	9	9	9	9	9	54
16	9	9	9	9	9	9	54
17	9	9	9	9	9	9	54
18	9	9	9	9	9	9	54
19	7	8	9	8	9	9	50
20	9	9	9	9	9	9	54
21	9	9	9	9	9	9	54
22	9	9	9	9	9	9	54
23	9	9	9	9	9	9	54
24	9	9	9	9	9	9	54
25	9	9	9	8	8	8	51
26	9	9	9	9	9	9	54
27	9	9	9	9	9	9	54
28	9	9	9	9	9	9	54
29	9	9	9	9	9	9	54

30	9	9	7	7	7	7	46
31	9	9	9	9	9	9	54
32	9	9	9	9	9	9	54
33	9	9	9	9	9	9	54
34	9	9	9	9	9	9	54
35	9	9	9	9	9	9	54
36	9	9	9	9	9	9	54
37	9	9	9	9	9	9	54
38	9	9	9	9	9	9	54
39	9	9	9	9	9	9	54
40	9	9	9	9	9	9	54

**Variabel Kepercayaan
Muzakki (X3)**

1	9	9	9	9	36
2	6	7	7	8	28
3	8	8	9	9	34
4	8	8	8	8	32
5	9	9	9	9	36
6	9	9	8	9	35
7	8	8	8	8	32
8	9	9	9	9	36
9	9	9	8	9	35
10	9	9	9	9	36
11	9	8	8	8	33
12	9	9	9	9	36
13	9	8	8	8	33
14	9	9	9	9	36
15	9	8	8	8	33
16	9	9	9	9	36
17	9	9	9	9	36
18	9	9	9	9	36
19	8	8	8	8	32
20	9	9	9	9	36
21	9	9	8	9	35
22	9	9	9	9	36
23	9	9	9	9	36
24	9	9	8	9	35

15	9	9	9	9	7	9	9	9	70
16	5	6	6	6	6	5	4	4	42
17	5	5	5	4	4	4	4	4	35
18	7	7	5	5	6	6	6	6	48
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	5	5	5	5	5	6	6	6	43
21	8	8	8	8	8	8	8	8	64
22	8	8	8	8	8	8	8	8	64
23	9	9	9	9	9	8	8	9	70
24	9	9	9	9	9	5	5	5	60
25	9	9	9	9	7	9	9	9	70
26	5	6	6	6	6	5	4	4	42
27	5	5	5	4	4	4	4	4	35
28	7	7	5	5	6	6	6	6	48
29	8	8	8	8	8	8	8	8	64
30	8	8	8	8	8	8	8	8	64
31	5	5	5	5	7	7	7	7	48
32	8	8	8	8	8	8	8	8	64
33	8	8	8	8	8	8	8	8	64
34	9	9	9	9	9	8	8	9	70
35	5	6	6	6	6	5	4	4	42
36	5	5	5	4	4	4	4	4	35
37	7	7	5	5	6	6	6	6	48
38	8	8	8	8	8	8	8	8	64
39	5	6	6	6	6	5	4	4	42
40	5	5	5	4	4	4	4	4	35

**Variabel
Kredibilitas (X5)**

1	7	8	8	8	31
2	5	6	9	9	29
3	8	8	8	9	33

4	9	9	9	9	36
5	9	9	9	9	36
6	9	9	9	9	36
7	9	9	9	9	36
8	9	9	8	8	34
9	8	8	8	9	33
10	9	9	9	9	36
11	9	9	9	9	36
12	9	9	9	9	36
13	9	9	9	9	36
14	9	9	8	8	34
15	8	8	8	9	33
16	9	9	9	9	36
17	9	9	9	9	36
18	9	9	9	9	36
19	9	9	9	9	36
20	9	9	8	8	34
21	8	8	8	8	32
22	9	9	9	9	36
23	9	9	9	9	36
24	9	9	8	8	34
25	8	8	8	9	33
26	9	9	9	9	36
27	9	9	9	9	36
28	9	9	9	9	36
29	9	9	9	9	36
30	9	9	8	8	34
31	8	7	8	8	31
32	8	8	8	9	33
33	9	9	9	9	36
34	9	9	9	9	36
35	9	9	9	9	36
36	9	9	9	9	36
37	9	9	8	8	34
38	9	9	9	9	36
39	9	9	9	9	36
40	9	9	9	9	36

33	9	9	9	8	8	9	9	9	70
34	9	9	9	9	9	9	9	9	72
35	9	9	9	7	7	9	9	8	67
36	9	9	9	9	9	9	9	9	72
37	9	9	9	9	9	9	9	9	72
38	9	9	9	9	9	9	9	9	72
39	7	9	9	9	9	9	9	9	70
40	7	9	9	9	9	9	9	9	70

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	292,6500	159,464	,174	.	,842
A2	292,6500	159,464	,174	.	,842
A3	292,5250	160,769	,082	.	,843
A4	292,4000	162,708	-,184	.	,845
A5	292,6250	160,651	,054	.	,844
A6	292,6250	160,804	,062	.	,844
A7	292,7250	162,563	-,087	.	,846
B1	292,4000	159,836	,223	.	,842
B2	292,3750	160,753	,235	.	,843
B3	292,4750	161,487	,007	.	,844
B4	292,5250	161,076	,039	.	,844
B5	292,5250	162,717	-,105	.	,846
B6	292,5250	162,717	-,105	.	,846
C1	292,7750	152,333	,416	.	,837
C2	292,7750	155,512	,366	.	,839
C3	292,8250	158,046	,203	.	,842
C4	292,6250	159,112	,211	.	,842
D1	294,1750	129,174	,797	.	,818
D2	294,1500	127,823	,853	.	,815
D3	294,2000	129,138	,839	.	,816
D4	294,3000	126,164	,833	.	,816
D5	294,2750	131,948	,773	.	,820
D6	294,6000	129,990	,765	.	,820
D7	294,6500	130,131	,704	.	,823
D8	294,6250	126,292	,761	.	,820
E1	292,6750	159,815	,068	.	,845
E2	292,6500	159,926	,084	.	,844
E3	292,7000	164,010	-,204	.	,848
E4	292,5750	162,917	-,127	.	,846

Y1	292,4750	158,563	,252	.	,841
Y3	292,4500	161,228	,052	.	,843
Y4	292,4250	160,969	,071	.	,843
Y5	292,6500	162,438	-,075	.	,846
Y6	292,5250	162,769	-,122	.	,846
Y7	292,5750	162,353	-,075	.	,845
Y8	292,5500	162,049	-,048	.	,845

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Item</i>
0,843	36

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,167 ^a	,028	,915	1,777	,028	,195	5	34	,962

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X4, X1, X2

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,072	5	,614	,195	,002 ^b
	Residual	107,328	34	3,157		
	Total	110,400	39			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X5, X3, X4, X1, X2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	
1	(Constant)	70,951	12,585		5,638	,000			
	X1	1,083	,128	-,116	-,644	,000	-,077	-,110	-,109
	X2	,027	,174	,029	,158	,000	,080	,027	,027
	X3	,050	,131	,070	,386	,001	,047	,066	,065
	X4	1,012	,024	-,088	-,494	,004	-,084	-,084	-,084
	X5	,068	,168	,073	,406	,000	,080	,069	,069

a. Dependent Variable: Y

Variabel	Koefisien Regresi	Sig.	Keputusan	Kesimpulan
Keputusan Muzakki	70,951	0,000	Tolak H ₀	Signifikan
Religiusitas	1,083	0,000	Tolak H ₀	Signifikan
Pengetahuan Muzakki	0,027	0,000	Tolak H ₀	Signifikan
Kepercayaan Muzakki	0,050	0,001	Tolak H ₀	Signifikan
Akseibilitas	1,012	0,004	Tolak H ₀	Signifikan
Kreabilitas	0,068	0,000	Tolak H ₀	Signifikan

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Palembang 16 juni 1994 sebagai anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Suhardi (Alm) dan Siti Khodijah. Saat ini bertempat tinggal di Blk. Pengadilan Negri Rt.28 Rw.04. Pematang Kandis, Bangko Merangin. Jambi. Hp: 082280873369. Alamat E-mail: bayupratamaputra94@gmail.com, penulis diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

