

**HALAMAN JUDUL**  
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN**  
**DAN LOYALITAS MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT MELALUI**  
**LEMBAGA ZAKAT**



**Oleh:**

**Nama : Shidky Aygarini**

**Nomor Mahasiswa : 19312038**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**  
**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI**  
**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**YOGYAKARTA**  
**2023**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN  
DAN LOYALITAS MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT MELALUI  
LEMBAGA ZAKAT**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna memperoleh Gelar  
Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam  
Indonesia Yogyakarta

Oleh:

**Nama : Shidky Aygarini  
Nim : 19312038**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2023**

## **BEBAS PLAGIARISME**

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apaun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 15 Juni 2023

Penulis



Shidky Aygarini

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN**  
**DAN LOYALITAS MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT MELALUI**  
**LEMBAGA ZAKAT**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna memperoleh Gelar  
Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam  
Indonesia Yogyakarta

Oleh:

**Nama : Shidky Aygarini**  
**Nim : 1931203**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal, 14 Juni 2023



Dosen Pembimbing,

(Dr. Mahmudi, SE., M.Si., CA., CMA)

## BERITA ACARA TUGAS AKHIR SKRIPSI

### SKRIPSI BERJUDUL

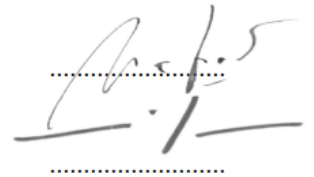
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN DAN LOYALITAS MUZAKKI  
DALAM MEMBAYAR ZAKAT MELALUI LEMBAGA ZAKAT

Disusun oleh : SHIDKY AYGARINI

Nomor Mahasiswa : 19312038

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus  
pada hari, tanggal: Jum'at, 07 Juli 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Mahmudi, Dr., M.Si., CMA.



Penguji : Hadri Kusuma, Prof., MBA., Ph.D

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifudin, S.E., M.Si., Ph.D., CFA, CertIPSAS.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi. Penelitian tugas akhir dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat” disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dan untuk mendapatkan gelar sarjana (s-1) dalam Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Dalam menyusun tugas akhir skripsi ini tentu tidak lepas dari adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

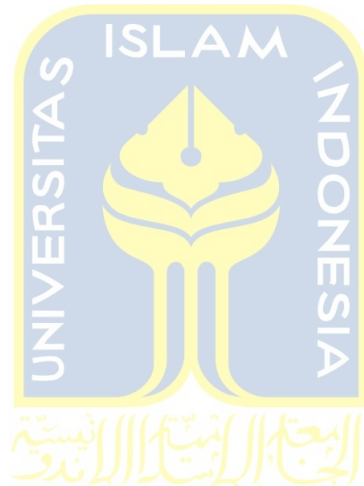
1. Allah SWT karena atas rahmat-Nya, penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Diri saya pribadi yang sudah bertahan sejauh ini dan berjuang untuk mengerjakan skripsi hingga selesai..
3. Kedua orang tua saya yang saya cintai Sutarto dan Nenden Nurmariam, serta kedua kakak saya Mahda Pria Ananta dan Dody Anggara Satya Ananta yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, dan doa setiap saat.

4. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Islam Indonesia
5. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., SAS., ASPM., Ph.D. selaku Ketua Prodi Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
7. Bapak Dr. Mahmudi, SE., M.Si., CA., CMA. selaku Dosen Pembimbing tugas akhir yang telah begitu sabar dan berjasa dalam memberikan arahan, bimbingan, serta masukan selama proses penyusunan tugas akhir skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang senantiasa memberikan ilmu dan pelajaran serta melayani mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika dalam urusan administrasi.
9. Sahabat dan teman-teman penulis yang telah membantu, menghibur, selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada pacar saya yang selalu hadir untuk memberikan dukungan disegala kondisi, memberikan semangat, dan nasihat selama proses penyusunan tugas akhir skripsi ini.

11. Para responden yang telah membantu penulis sehingga tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan.

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang belum disebutkan satu persatu dalam memberikan dukungan dan doa selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan Bapak/Ibu/Saudara/i. Semoga adanya penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*





## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
BEBAS PLAGIARISME .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
BERITA ACARA TUGAS AKHIR SKRIPSI .....	v
KATA PENGANTAR.....	1
DAFTAR ISI .....	4
DAFTAR TABEL .....	8
DAFTAR GAMBAR.....	9
ABSTRAK .....	10
BAB I PENDAHULUAN .....	11
1.1 Latar Belakang.....	11
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian .....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
1.5 Sistematika Pembahasan.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	21
2.1 Landasan Teori .....	21
2.1.1 Satisfaction-Loyalty Theory .....	21
2.1.2 Expectation-Confirmation Theory (ECT).....	21
2.1.3 Zakat .....	23
2.1.4 Kepuasan dan Loyalitas .....	32
2.3 Hipotesis Penelitian .....	35
2.3.1 Pengaruh Religiusitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat.....	36
2.3.2 Pengaruh Transparansi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat.....	36
2.3.3 Pengaruh Akuntabilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat.....	37
2.3.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat.....	37

2.3.5	Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat.....	38
2.3.6	Pengaruh Kepuasan Muzakki terhadap Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat.....	39
2.4	Kerangka Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1	Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
3.1.1	Populasi.....	41
3.1.2	Sampel.....	41
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.4	Variabel Penelitian.....	44
3.4.1	Variabel Dependen.....	44
3.4.2	Variabel Independen.....	46
3.5	Teknik Analisis Data.....	52
3.5.1	Uji Instrumen.....	52
3.5.2	Uji Validitas.....	52
3.5.3	Uji Realibilitas.....	53
3.6	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.6.1	Uji Normalitas.....	54
3.6.2	Uji Multikolinieritas.....	55
3.7	Pengujian Hipotesis.....	55
3.7.1	Analisis Regresi Berganda.....	55
3.7.2	Uji T (Uji Parsial).....	56
3.7.3	Uji F (Uji Simultan).....	57
3.7.4	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Karakteristik Responden.....	59
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	60

4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	63
4.2	Analisis Statistik Deskriptif .....	64
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3.1	Uji Validitas.....	65
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	67
4.4	Pengujian Hasil Instrumen .....	69
4.4.1	Uji normalitas .....	69
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	69
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	70
4.4.4	Uji Autokorelasi .....	72
4.5	Uji Regresi.....	73
4.5.1	Analisis Regresi Ganda (Pengaruh religiusitas, transparansi, akuntabilitas, kepercayaan, dan kemudahan terhadap kepuasan).....	73
4.5.2	Uji Hipotesis .....	75
4.5.2.1	Uji T.....	75
4.5.3	Regresi Sederhana (Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas).....	79
4.5.4	Uji Hipotesis .....	80
4.5.4.1	Uji T .....	80
4.5	Pembahasan .....	82
4.5.1	Pengaruh religiusitas terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat .....	82
4.5.2	Pengaruh transparansi terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat .....	83
4.5.3	Pengaruh akuntabilitas terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat .....	84
4.5.4	Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat .....	85
4.5.5	Pengaruh kemudahan terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat .....	87
4.5.6	Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas muzakki dalam membayarkan zakatnya melalui lembaga zakat .....	88

BAB V KESIMPULAN DA SARAN .....	90
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran .....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN .....	96

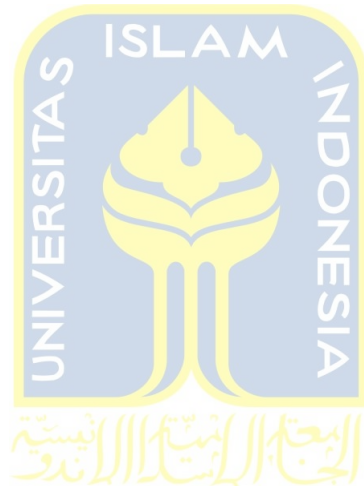


## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Kepuasan Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat	44
Tabel 3.2 Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat	45
Tabel 3.3 Skala <i>likert</i> 1 sampai dengan 5.....	46
Tabel 3.4 Variabel Religiusitas Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat .....	47
Tabel 3.5 Variabel Transparansi Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat.....	48
Tabel 3.6 Variabel Akuntabilitas Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat.....	49
Tabel 3.7 Variabel Kepercayaan Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat.....	50
Tabel 3.8 Variabel Kemudahan Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat .....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	63
Tabel 4.6 hasil uji deskriptif.....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas .....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas .....	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Multilinearitas.....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi.....	72
Tabel 4.12 Hasil Olah Data Regresi X1 X2 X3 X4 dan X5 Terhadap Y1 .....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji F .....	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Sederhana.....	79
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis t-test (Y2).....	80
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis F-test (Y2).....	81
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square) .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Satisfaction-Loyalty Theory .....	21
Gambar 2.2 Expectation-Confirmation Theory (ECT) .....	23
Gambar 2.3 BAZNAS <i>Platform</i> .....	31
Gambar 2.4 Contoh Membayar Zakat Melalui LAZNAS AL-IRSYAD .....	32
Gambar 2.5 Kerangka Penelitian.....	40
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	71



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 responden muslim di Yogyakarta. Metode pemilihan sampel menggunakan teknik purposive sampling yang termasuk dalam nonprobability sampling. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan Statistikal Package for the Social Sciens (SPSS) IBM versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan religiusitas, kepercayaan, dan kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan muzakki dalam membayarkan zakatnya melalui lembaga zakat. Sedangkan transparansi dan akuntabilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan muzakki dalam membayarkan zakatnya melalui lembaga zakat dan kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas muzakki dalam membayarkan zakatnya melalui lembaga zakat.

**Kata Kunci:** Zakat, Kepuasan, Loyalitas

## ABSTRACT

*This study aims to identify and analyze the factors that influence the satisfaction and loyalty of muzakki in paying zakat through zakat institutions. The sample used in this study was 200 Muslim respondents in Yogyakarta. The sample selection method uses a purposive sampling technique which is included in nonprobability sampling. Data processing was performed using the IBM Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 25.0. The results showed that religiosity, trust, and convenience had a significant positive effect on muzakki's satisfaction in paying zakat through zakat institutions. While transparency and accountability have a positive but not significant effect on muzakki's satisfaction in paying their zakat through zakat institutions and satisfaction has a significant positive effect on muzakki's loyalty in paying their zakat through zakat institutions.*

**Keywords:** Zakat, Statisfaction, Loyalty

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Diyakini bahwa setiap orang yang beruntung menerima beberapa harta pada dasarnya tidak lain adalah pesan yang disalurkan sesuai dengan kehendak pemiliknya, yaitu Allah SWT. Akibatnya manusia yang dititipkan harta tadi harus memenuhi hukum Allah. Hukum-aturan tadi diantaranya ada kewajiban yang membedakan pada pemiliknya yaitu unyuk mengeluarkan zakat. Kita sebagai umat manusia juga diajarkan di dalam Al-Qur'an untuk mempunyai kepekaan sosial yang tinggi, dimana para umat Islam diwajibkan untuk melakukan Zakat. Dengan membayar zakat selain merupakan hubungan antara hamba dengan Allah SWT, zakat juga berhubungan dalam masalah ekonomi yang menjadi sarana pemerataan pendapatan diantara umat Islam. Disamping itu, disebutkan perintah serupa dalam Alquran yang artinya “Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui” (QS. At-Taubah: 103)

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang memegang peranan penting yang dapat digunakan untuk membagi pendapatan dan kekayaan orang yang tidak mampu (Rostiana, 2021). Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang memegang peranan penting yang dapat digunakan untuk membagi pendapatan dan



kekayaan orang yang tidak mampu. Tujuan zakat tidak hanya untuk membantu orang miskin, tetapi zakat juga memiliki efek yang bertahan lama pada kehidupan, seperti menjaga pendapatan, taraf hidup masyarakat, konsumsi, dan stabilitas sosial. Walaupun agama Islam yang terlebih dahulu melakukan kegiatan sosial seperti berzakat, infaq dan juga sedekah (ZIS), namun dalam prakteknya kegiatan sosial tersebut masih belum berjalan dengan sempurna. Hal ini dikarenakan kemiskinan dan keterbelakangan terhadap negara Islam masih jauh lebih tinggi dibandingkan dengan negara barat. Maka dari itu zakat diharapkan dapat mengurangi jumlah kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghilangkan sifat kikir terhadap yang memiliki harta dan dapat mempererat hubungan silaturahmi sesama umat Islam. Pengelolaan zakat juga harus dilakukan secara efektif, efisien, dan professional, sehingga zakat dapat merealisasikan ide-ide Islam tersebut.

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk beragama Islam yang sangat banyak seharusnya sangat berpotensi dalam jumlah dana zakat, tetapi penghimpunan zakat yang terjadi tidak demikian. Kemampuan dari penghimpunan zakat yang besar ternyata masih terdapat ketimpangan yang sangat besar antara potensi dan dengan realita zakat penghimpunan yang ada (Permatasari, 2022). Sebagian besar umat Islam di Indonesia masih melakukan pembayaran zakat secara langsung yang diberikan dari muzaki kepada penerima manfaat atau mustahik. Hal tersebut mengakibatkan penghimpunan dan pemberdayaan dana zakat belum bisa

optimal. Sehingga diperlukan upaya untuk mendorong masyarakat untuk bisa membayar zakat di lembaga zakat, bisa juga membayar melalui secara online.

Salah satu Organisasi Pengelolaan Zakat (OPZ) yang dibentuk pemerintah yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Dari ketua Baznas DIY Puji Astuti pada saat itu menyebutkan bahwa berdasarkan riset Pusat Kajian Strategis Republik Indonesia, terlihat bahwa potensi pengelolaan zakat sebenarnya sangat besar. Pada tahun 2022, potensi zakat di Yogyakarta mencapai angka 2.3 triliun dari lima kota/kabupaten. Dengan jumlah tersebut sebenarnya sudah bisa mengurangi kemiskinan di Yogyakarta. Tapi kenyataannya, realisasinya hanya sekitar Rp 175 miliar, akan tetapi jumlah tersebut meningkat pada tahun lalu. Tahun 2021 target realisasi zakat Baznas DIY adalah Rp 6,5 miliar dan tercapai sebesar Rp 12,3 miliar. Realisasi itu meningkat sebesar 224% dari 2020, sedangkan jumlah manfaat mencapai 50.572 jiwa pada 2021 (Terkini Jogja, 2022). Dengan jumlah yang terealisasi tersebut masih jauh dari potensi yang sebesar Rp 2,3 triliun.

Sedangkan jumlah penduduk muslim di Kota Yogyakarta mencapai 346,53 ribu jiwa (83,4%). Sebagaimana kota lainnya, Kota Yogyakarta memiliki permasalahan dalam mengatasi kemiskinan. Tercatat dalam (Badan Pusat Statistik Yogyakarta, 2022) jumlah penduduk miskin pada Maret 2022 sebanyak 454,76 ribu orang. Oleh karena itu, menjadi tantangan baru untuk menghilangkan kesenjangan antara pengumpulan zakat dan potensi zakat.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi rendahnya realisasi pendapatan zakat. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas muzakki membayar zakat, diantaranya disebabkan rendahnya religiusitas, transparansi, akuntabilitas, kepercayaan serta kemudahan terhadap lembaga zakat. Susunan yang dimaksud tidak terlepas asal kepentingan untuk mengakibatkan forum zakat lebih profesional, memiliki legalitas yuridis formal dan mengikuti sistem pertanggungjawaban pada pemerintah dan masyarakat. Hal itu telah menjadi tugas serta tanggung jawab sebagai lembaga zakat tidak dapat dipisahkan berasal prinsip-prinsip syariah yang mengaitkan zakat dengan wewenang pemerintah buat menghimpun forum zakat (Mardini et al., 2020). Berasal pihak forum pengelola zakat juga wajib memiliki program-program yang dibutuhkan sang mustahik buat menarik muzakki supaya membayar zakat melalui lembaga resmi BAZNAS serta mitranya.

Faktor religiusitas seseorang berkaitan menggunakan pengetahuan, perasaan, tindakan diri muzakki karena ada faktor keagamaan yang melibatkan jiwa serta raga insan (Bahri et al., 2021). Pengetahuan umum yang hamper seorang muslim mengetahuinya yaitu saat pendapatan seorang sudah mencapai nisab, maka mereka berkewajiban buat memenuhi kewajiban seorang muslim buat menunaikan zakat. Hal itu apabila seseorang memiliki latar belakang keagamaan yang baik dan rupawan maka bisa berakibat menjadi dorongan bagi muzakki dalam mengambil keputusan. Oleh sebab itu, keadaan ini dapat dimanfaatkan buat lebih memberikan

pemahaman perihal manfaat serta hikmah menunaikan ibadah zakat khususnya melalui forum zakat.

Dalam bidang akuntansi bahwa akuntabilitas dan transparansi merupakan hal yang sangat penting bagi lembaga amil zakat. Akuntabilitas dan transparansi berhubungan dengan kepercayaan muzakki terhadap lembaga pengelola zakat. Maka semuanya harus diterapkan seluruhnya dengan baik dan sesuai dengan persyaratan oleh setiap lembaga pengelola zakat. Kepuasan muzakki memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki itu sendiri terhadap lembaga zakat. Nama baik perusahaan tersebut akan meningkat ketika semakin banyaknya muzakki yang merasa puas dan loyal terhadap pelayanan. Dalam jangka Panjang, loyalitas muzakki ini dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan maupun umat muslim di Indonesia. Salah satu keuntungannya adalah mendapatkan tingkat kepercayaan muzakki (Salman, 2022).

Suatu kepercayaan terhadap sesuatu akan timbul dari diri sendiri. Kepercayaan terhadap sesuatu sangat penting untuk menentukan seseorang mengambil keputusan untuk membayar zakat pada lembaga zakat. Dalam mengambil keputusan muzakki melewati beberapa proses seperti mencari masalah, mencari solusi, mengevaluasi, dan memilih diantara pilihan yang didapat. Keputusan dalam menyalurkan zakat terhadap lembaga zakat maka hal itu harus menjadi salah satu focus lembaga zakat yang dapat memberikan pelayanan jasa dan pelayanan terbaik kepada setiap

muzakki, sehingga hal tersebut dapat membuat muzakki merasa senang terhadap pelayanan yang diberikan (Permatasari, 2022).

Faktor kemudahan dalam era digitalisasi membuat semuanya menjadi mudah dan cepat. Dalam pembayaran zakat metode pembayaran yang tadinya secara manual atau konvensional, saat ini dapat dilakukan secara digital menggunakan *financial technology*. Sehingga saat ini, banyak fitur pembayaran *online* yang mendukung masyarakat untuk berkontribusi dalam pembayaran zakat. Badan Amil Zakat Nasional memiliki website resmi yaitu [baznaz.go.id](http://baznaz.go.id) dan bekerjasama dengan perusahaan fintech dan berbagai platform e wallet, seperti GoPay, OVO, LinkAja, Dana, dsb (Savitri, 2019).

Pada penelitian ini penulis akan melakukan pengujian pengaruh 5 variabel independen, yaitu religiusitas, transparansi, akuntabilitas, kepercayaan, dan kemudahan kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga pengelola zakat. Penelitian ini akan mengambil objek populasi generasi muslim milenial. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat khususnya generasi muda seperti generasi milenial yang ada di Yogyakarta. Penelitian sebelumnya juga pernah digunakan dalam penelitian yang dilakukan (Ikhwandha, 2018) dan (Salsabila, 2022).

Pada penelitian (Salsabila, 2022) penulis melakukan pengujian pengaruh 3 varian independent, yaitu religiusitas, akuntabilitas dan kepercayaan terhadap

keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui digital platform. Penelitian dahulu lainnya (Ikhwandha, 2018) menggunakan ketiga hal serupa. Hal ketiga yang menjadi fokus kajian penelitian pendahulu adalah pengujian kemungkinan kepercayaan kognitif dan kepercayaan afektif sebagai variabel pengantar atas hubungan transparansi dan akuntabilitas terhadap minat bayar zakat melalui lembaga zakat. Penelitian ini sudah dijelaskan dalam beberapa karya ilmiah yang ada. Dari peneliti sebelumnya, terdapat perbedaan dalam variabel, yaitu variabel kemudahan dan kepuasan dalam membayar zakat melalui lembaga pengelola zakat.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka peneliti tertarik akan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Muzakki dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sejalan dengan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah religiusitas mempengaruhi kepuasan muzakki dalam membayar zakat?
2. Apakah transparansi mempengaruhi kepuasan muzakki dalam membayar zakat?

3. Apakah akuntabilitas mempengaruhi dalam kepuasan muzakki dalam membayar zakat?
4. Apakah kepercayaan mempengaruhi dalam kepuasan muzakki dalam membayar zakat?
5. Apakah kemudahan mempengaruhi dalam kepuasan muzakki dalam membayar zakat?
6. Apakah kepuasan muzakki mempengaruhi loyalitas dalam membayar zakat?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat.
2. Untuk mengetahui pengaruh transparansi terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat.
3. Untuk mengetahui pengaruh akuntabilitas terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat.

5. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat.
6. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas muzakki dalam membayar zakat.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini maka akan memberikan manfaat, diantaranya:

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dimaksudkan dapat bermanfaat untuk memperkaya referensi literatur yang sehubungan dengan zakat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) sebagai objek penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dalam penghimpunan, pengelolaan, pertimbangan dalam mengambil keputusan atau kebijakan, dan yang berhubungan dengan kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat di Lembaga Zakat.

#### **1.5 Sistematika Pembahasan**



Penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yang disusun secara sistematis sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka model penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang terdiri dari: populasi dan sampel, jenis dan sumber data, model penelitian, variabel penelitian dan pengukuran variabel, formulasi hipotesis, uji validitas dan uji reabilitas, Teknik analisis data dan Teknik pengujian hipotewsis.

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas hasil penelitian berdasarkan materi yang dikumpulkan, serta pengujian dan pembahasan penelitian.

## **BAB V: KESIMPULAN**

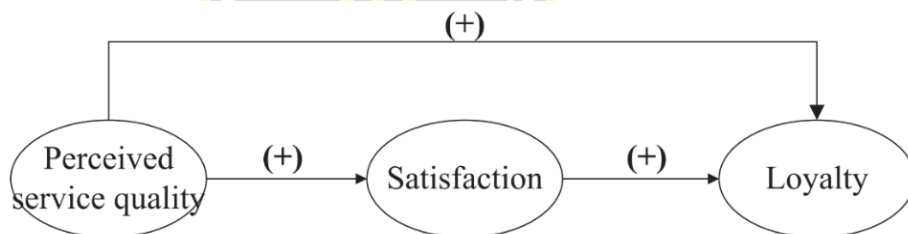
Bab ini membahas kesimpulan yang ditarik dari hasil analisis pada bab-bab sebelumnya, kontribusi dan implikasi penelitian, keterbatasan yang diamati dalam penelitian, dan saran untuk peneliti selanjutnya.

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Satisfaction-Loyalty Theory

Teori kepuasan-loyalitas menurut (Jen et al., 2011) dikembangkan untuk mengidentifikasi alasan loyalitas pelanggan terhadap layanan tertentu dan telah banyak diterapkan dan diterapkan di berbagai bidang. Dalam standar yang disajikan pada Gambar 2.1, teori loyalitas kepuasan harus mempertimbangkan dua faktor, yaitu kualitas layanan yang dirasakan dan kepuasan secara keseluruhan. Di atas segalanya, kualitas yang dirasakan dan kepuasan pelanggan berkontribusi secara signifikan terhadap pembentukan dan pertumbuhan loyalitas, sementara kepuasan itu penting.



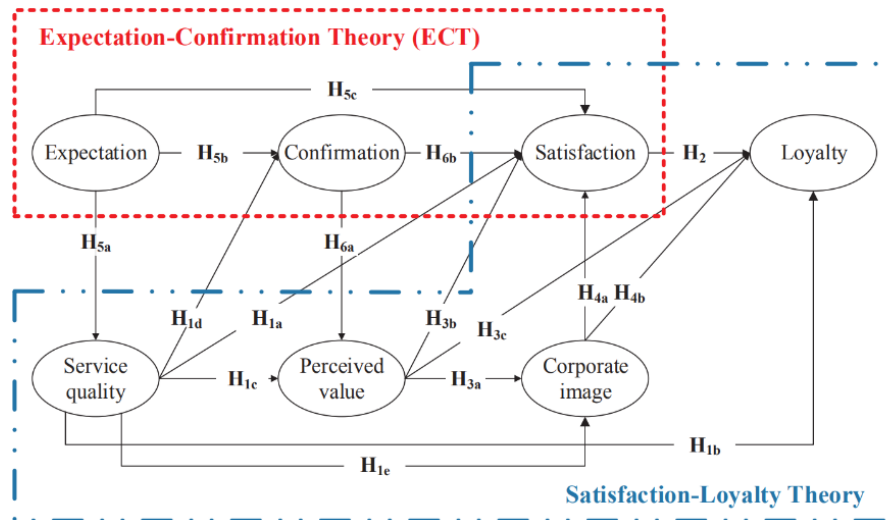
Gambar 2.1 Satisfaction-Loyalty Theory

#### 2.1.2 Expectation-Confirmation Theory (ECT)

Expectation-Confirmation Theory (ECT) telah diterapkan secara luas dalam domain pemasaran untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan dan perilaku

pasca pembelian, yang mencoba untuk mengkonseptualisasikan dan menjelaskan proses konsumsi sepenuhnya (Jen et al., 2011).

Menurut (Oliver 1980, 1999) dan (Bhattacharjee 2001) dalam (Jen et al., 2011) mekanisme utama yang mendasari ECT dicapai dengan mengikuti urutan proses. Pertama, sebelum perilaku pembelian aktual, pelanggan membentuk ekspektasi awal terhadap layanan/produk tertentu, yang dapat dipahami sebagai sejauh mana ekspektasi pelanggan tentang target, serta sejauh mana keyakinan mereka tentang kemampuan penyedia layanan. (Coye, 2004) dalam (Jen et al., 2011) Selama periode konsumsi, persepsi kinerja secara keseluruhan berkembang secara bertahap. Kemudian, pelanggan menilai kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan ekspektasi mereka sebelumnya terhadap layanan untuk mengidentifikasi sejauh mana ekspektasi tersebut dikonfirmasi. Pada langkah selanjutnya, kepuasan dengan layanan ditentukan melalui ekspektasi pra pembelian pelanggan, bersama dengan konfirmasi perbedaan antara ekspektasi pra-pembelian dan evaluasi pasca-pembelian tentang layanan. Bhattacharjee (2001) dalam (Jen et al., 2011) menegaskan bahwa harapan tinggi pelanggan cenderung meningkatkan kepuasan mereka.



Gambar 2.2 Expectation-Confirmation Theory (ECT)

## 2.1.3 Zakat

### 2.1.3.1 Definisi Zakat

Salah satu prinsip utama ajaran Islam adalah zakat. Dalam hal fiqh, zakat mengacu pada jumlah harta tertentu yang dituntut Allah SWT diberikan kepada orang yang berhak (Amalia, 2009). Hukum Islam (istilah syara) mendefinisikan zakat sebagai tanggung jawab atas properti atau persyaratan pada jumlah properti tertentu untuk kelompok tertentu dan dalam jangka waktu tertentu. Kewajiban atas jumlah properti tertentu, yaitu, zakat adalah kewajiban yang mengikat secara hukum atas properti sebagai lawan dari saran. Ketika seorang Muslim (baliqh,

waras atau lainnya) memiliki jumlah properti tertentu yang melebihi parameter nisab-nya, ia tunduk pada tugas tersebut.

Orang kaya dan berbadan sehat harus membayar zakat jika kekayaannya melebihi kepentingan mereka sendiri dan tanggungan mereka. Zakat adalah sumber daya yang harus didistribusikan oleh muzaki sesuai dengan hukum syariah agar dapat memberikannya kepada mereka yang memiliki hak untuk mendapatkannya. Menurut PSAK No. 109, zakat berpotensi menjadi sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan seluruh masyarakat dengan penggunaan yang bijak dan teliti. Oleh karena itu, sangat penting untuk memaksimalkan zakat yang dilakukan masyarakat bekerja sama dengan pemerintah. Pemerintah berkewajiban memberikan bimbingan, bantuan, dan perlindungan kepada muzaki dan mustahik dalam situasi ini (Franciska et al., 2015).

Penjelasan sebelumnya membawa kita pada kesimpulan bahwa zakat adalah semacam harta yang harus disampaikan kepada orang dan organisasi yang telah ditentukan, yaitu delapan kelompok yang berhak menerima zakat, jika sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Islam.

### **2.1.3.2 Jenis dan Penerima zakat**

Terdapat dua macam zakat, yaitu:

a. Zakat fitrah

Zakat jiwa (zakat al-Nafs), yang merupakan kewajiban zakat bagi setiap orang, termasuk orang dewasa dan anak-anak, dan ditambah

dengan puasa, juga dikenal sebagai zakat fitrah atau zakat badan (shaum). Sebelum shalat Idul Fitri, zakat fitrah harus dikeluarkan, tetapi beberapa ulama mendukung amil zakat karena kenyamanannya (dalam pembayaran zakat melalui Baitul Mal ini biasanya dilakukan pada 10 hari sebelum hari Idul Fitri).

Satu sha', atau 2,5 kg, nishab zakat fitrah disediakan dari barang-barang pertanian seperti kurma, gandum, anggur kering, dan beras. Masalahnya adalah bahwa umat Islam tidak menghasilkan barang-barang pertanian yang termasuk dalam empat kategori yang sama dengan yang tercantum di atas. Bukan hanya untuk kurma yang bisa dikonsumsi secara perlahan; Ini juga berlaku untuk gandum yang tidak dapat dikonsumsi secara perlahan, seperti beras. Karena analogi ini, 2,5 kg beras sama dengan satu sha' gandum atau kurma akan dapat diterima. Uang juga bisa digunakan untuk pembelian zakat fitrah. Demikian sudut pandang Al-Tshausiri, Abu Hanifa, Umar bin Abdul Azis, dan Imam Hasan Basri, sebagaimana dikemukakan Yusuf Qardhawi. Selama bulan Ramadhan, "Saya menerima beberapa orang yang membayar zakat fitrah beberapa dirham," kata Abu Ishak. Menurut Qardhawi, ada sekitar tiga pembenaran untuk mengizinkan pembayaran zakat fitrah atau bentuk zakat lainnya dengan uang, yang paling penting adalah bahwa melakukannya saat ini lebih sederhana,

terutama di negara-negara industri di mana orang tidak sering berurusan dengan uang (Komarudin et al., 2018)

b. Zakat Mal

Zakat Mal atau dikenal juga dengan zakat harta benda adalah jenis zakat yang diberikan berdasarkan jumlah kekayaan (hartanya) yang dimiliki seseorang. Zakat dapat dibayarkan setahun sekali (tahunan) maupun sebulan sekali (bulanan) (Prudential Syariah, n.d.)

Dalam tafsili, disebutkan dalam Al-Qur'an dan hadits Nabi bahwa terdapat berbagai macam harta yang menjadi pokok zakat yang perlu dibayarkan, antara lain:

1. Zakat emas, perak, logam mulia lainnya. Hal yang wajib dizakatkan yaitu milik sendiri secara sah dan sempurna atau bukan memijam milik orang lain, sampai haulnya atau telah disimpan selama satu tahun berjalan, dan sampai nisabnya yang artinya telah mencapai kategori sebagai harta yang wajib dizakatkan. Untuk nisab zakat berupa emas sebesar 85 gram dan perak sebesar 595 gram
2. Zakat penghasilan yang dikenal sebagai zakat profesi atau zakat pendapatan dari pekerjaan yang sesuai syariah yang berasal dari penghasilan rutin berupa gaji, upah, jasa, honorium, dan lainnya yang diperoleh secara halal.

3. Zakat pertanian, sebesar 5 atau 10% dari seluruh hasil tani yang berupa sayur buah, biji-bijian seperti kacang, dan lainnya.
4. Zakat peternakan, berupa hasil dari peternakan seperti kambing, sapi, domba, dan lainnya.
5. Zakat rikaz, berupa harta yang berasal dari barang temuan

Orang-orang yang berhak menerima zakat telah ditentukan sebagaimana yang disebutkan dalam Al-Quran Surat At-Taubah ayat 60 sebagai berikut:

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَّاتِ فُلُوهُنَّ فِي الرِّقَابِ وَالْغَرْمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Artinya: “*Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui, Maha Bijaksana.*”

Dalam ayat tersebut telah dijelaskan bahwa orang yang berhak menerima zakat yaitu:

1. Fakir, orang yang tidak memiliki harta maupun usaha yang bisa menjamin 50% kebutuhan sehari-hari dalam hidupnya.



2. Miskin, orang memiliki harta dan usaha yang menghasilkan lebih dari 50% untuk kebutuhan sehari-hari dalam hidupnya tetapi tidak mencukupi.
3. Hamba sahaya, orang yang belum merdeka atau memiliki perjanjian akan dimerdekan oleh tuannya dengan menebus dirinya.
4. Amil, orang yang dipercaya untuk mengumpulkan dan membagikan zakat pada yang berhak menerima yang sesuai dengan hukum Islam atau biasanya disebut dengan panitia zakat.
5. Musafir, orang yang sedang melakukan perjalanan jauh dengan maksud baik seperti menyiarkan agama, menuntut ilmu, dan sebagainya.
6. Sabilillah, orang yang berjuang menegakkan agama Allah dengan suka rela.
7. Gharimin, orang yang berhutang demi suatu kepentingan yang bukan maksiat dan tidak sanggup melunasinya.

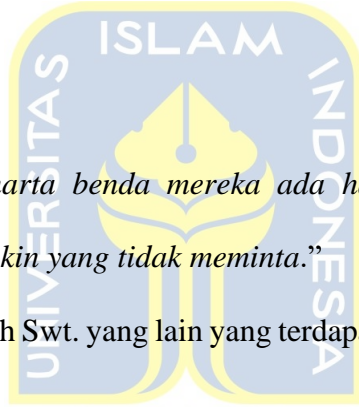
### **2.1.3.3 Dasar Hukum Zakat**

Dasar hukum zakat telah ditetapkan oleh Allah Swt. melalui Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai landasan yang kuat, maka dari itu *fardhu 'ain* hukumnya bagi setiap muslim untuk melaksanakan persyaratan yang telah ditetapkan oleh Allah Swt. Terdapat firman Allah Swt. Mengenai anjuran berzakat yaitu dalam surat At-Taubah ayat 71 sebagai berikut:

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ

Artinya: “Dan orang-orang yang beriman, laki-laki dan perempuan, sebagian mereka menjadi penolong bagi sebagian yang lain. Mereka menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, melaksanakan salat, menunaikan zakat, dan taat kepada Allah dan Rasul-Nya. Mereka akan diberi rahmat oleh Allah. Sungguh, Allah Maha Perkasa, Maha Bijaksana.”

Kemudian firman Allah Swt. yang terdapat dalam surat Adz-Dzariyaat ayat 19 sebagai berikut:



وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

Artinya: “Dan pada harta benda mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak meminta.”

Dan firman Allah Swt. yang lain yang terdapat pada surat Al-Bayyinah ayat 5 sebagai berikut:

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ هَٰ خُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَٰلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ

Artinya: “Padahal mereka hanya diperintah menyembah Allah dengan ikhlas menaati-Nya semata-mata karena (menjalankan) agama, dan juga agar melaksanakan salat dan menunaikan zakat; dan yang demikian itulah agama yang lurus (benar).”

Di samping ayat Al-Quran juga terdapat hadits yang menjelaskan mengenai anjuran berzakat salah satunya hadits riwayat Bukhori sebagai berikut:

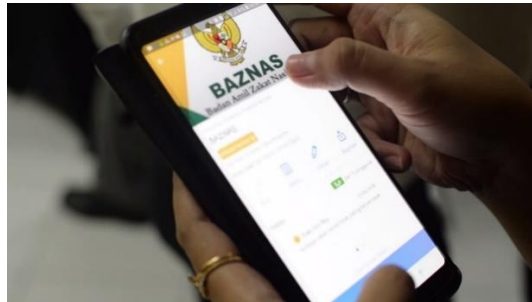
*“Ibnu Abbas r.a berkata, aku diberi tau oleh Abu Sofyan r.a lalu menyebutkan hadits nabi ia mengatakan, nabi menyuruh supaya kita mendirikan sholat, menunaikan zakat, silaturahmi (hubungan keluarga dan afaf, menahan diri dari perbuatan buruk.” (HR. Bukhori).*

#### **2.1.2.4 Organisasi Pengelola Zakat (OPZ)**

Pengertian Organisasi Pengelola Zakat Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) adalah organisasi yang diberi wewenang atau ditunjuk oleh pemerintah untuk mengelola uang rakyat. Administrasi zakat OPZ didukung oleh beberapa peraturan, antara lain UU Administrasi Zakat Indonesia No. 23 Tahun 2011. Apa yang dimaksud dengan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ):

- a) OPZ berbasis pemerintah yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) di tingkat pusat, provinsi, kota dan kabupaten.
- b) Eksistensi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), secara aturan sinkron menggunakan Keputusan Presiden Republik Indonesia nomor 14 Tahun 2014. Alasan dibentuknya Badan Amil Zakat Nasional artinya dalam rangka pengelolaan zakat secara lebih berdaya guna dan berhasil guna serta bisa dipertanggungjawabkan. Secara struktural Badan Amil Zakat, artinya

organisasi pengelola zakat yg dibuat oleh pemerintah, sehingga kedudukannya akan diubah disesuaikan dengan struktural pemerintah.



Gambar 2.3 BAZNAS Platform

- a) OPZ berbasis warga yaitu lembaga Amil Zakat (LAZ) yaitu LAZNAS dan LAZDA. lembaga Amil Zakat (LAZ) artinya forum yang dibuat rakyat, dan mempunyai tugas membantu pengumpulan, pendistribusian, serta pendayagunaan zakat. Pengelolaan zakat artinya kegiatan perencanaan, pengorganisasian, aplikasi, serta supervisi terhadap pengumpulan serta pendistribusian serta eksploitasi zakat (Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No.23 Tahun 2011). dalam sumber lain menjelaskan, lembaga Amil Zakat (LAZ) ialah institusi pengelolaan zakat yg sepenuhnya dibuat atas prakarsa rakyat serta sang warga yang bergerak pada bidang dakwah, pendidikan, sosial, dan kemaslahatan umat islam.



Gambar 2.4 Contoh Membayar Zakat Melalui LAZNAS AL-IRSYAD

#### 2.1.4 Kepuasan dan Loyalitas

Kepuasan serta loyalitas muzakki adalah salah satu kunci pada pembayaran zakat. (Kabiri et al., 2013) menyatakan bahwa yang dikatakan kepuasan artinya waktu seorang merasa suka atas hasil yg memuaskan karena telah tercapai tujuan serta keinginannya. Sedangkan menurut Khirallah (Kabiri et al., 2013) kepuasan adalah sebuah persepsi dimana kebutuhan, asa serta ekspektasi seseorang terhadap suatu produk atau pelayanan sudah terpenuhi.

Berdasarkan Pearson (Wantara, 2015) loyalitas artinya sikap atau perilaku seseorang konsumen yang menguntungkan perusahaan, mirip melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa perusahaan serta merekomendasikan produk serta jasa tersebut kepada orang lain. Definisi loyalitas dari Griffin pada (Mashuri, 2020) Seorang konsumen dianggap setia atau loyal jika konsumen menunjukkan perilaku pembelian yang

teratur atau jika ada kondisi yang mengharuskan konsumen untuk melakukan pembelian minimal dua kali dalam periode eksklusif.

Dari pelanggan setia Griffin hingga:

1. Lakukan pembelian berulang secara teratur (repeat purchase)
2. Pembelian lintas lini produk/jasa (pembelian lintas lini produk)

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian berikut ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan dan mengkaji penelitian dengan harapan dapat memperkaya teori yang digunakan oleh penulis.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel Penelitian	Kesimpulan
1.	Mohammad Fahmi Ikhwandha (2018) Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan Afektif Dan Kognitif Terhadap Minat Bakat Zakat Melalui Lembaga Zakat	Variabel Dependen: Minat Bayar Zakat melalui Lembaga Zakat  Variabel Independen: Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan Afektif dan Kognitif	1. Transparansi tidak berpengaruh terhadap Kepercayaan Afektif. 2. Transparansi tidak berpengaruh terhadap Kepercayaan Kognitif. 3. Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Afektif. 4. Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Kognitif. 5. Kepercayaan Afektif berpengaruh positif terhadap Minat Bayar Zakat. 6. Kepercayaan Kognitif berpengaruh positif

			terhadap Minat Bayar Zakat.
2.	Zaida Rahma Salsabila (2022) Pengaruh Religiusitas, Akuntabilitas, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Masyarakat Membayar Zakat, Infak, Dan Sedekah (Zis) Melalui Digital Platform	Variabel Dependen: Keputusan Masyarakat  Variabel Independen: Religiusitas, Akuntabilitas Kepercayaan	1. Religiusitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui digital platform. 2. Akuntabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui digital platform. 3. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui digital platform.
3.	Kautsar Riza Salman (2022) <i>The Effect of Transparency, Accountability, And Subjective Norms on Loyalty And Decisions of Muzakki</i>	Variabel Dependen: Loyalitas dan Keputusan  Variabel Independen: Transparansi, Akuntabilitas, dan Norma Subjektif	1. Akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan muzakki. Namun, akuntabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepentingan muzakki dan keputusan muzakki. 2. Transparansi berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki untuk membayar zakat pada lembaga amil zakat. Meski demikian, hal itu tidak mempengaruhi loyalitas muzakki dan para muzakki kepuasan muzakki.

			<p>3. Kepuasan muzakki berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki di lembaga amil zakat.</p> <p>4. Norma subyektif secara signifikan mempengaruhi minat muzakki dan keputusan muzakki untuk membayar zakat di lembaga amil zakat.</p>
(Bahri et al., 2021) <i>Trust, Religiosity, Income, Quality of Accounting Information, and Muzaki Decision to Pay Zakat</i>	<p>Variabel Dependen: Keputusan Muzaki</p> <p>Variabel Independen: Kepercayaan, Religiositas, Penghasilan, Kualitas Informasi Akuntansi</p>	<p>1. kepercayaan, religiusitas, dan pendapatan berpengaruh positif terhadap keputusan muzaki untuk menyalurkan zakat melalui LAZ Zakat Sukses</p> <p>2. kualitas akuntansi informasi berdampak negatif terhadap keputusan muzaki untuk mendistribusikan zakat melalui LAZ Zakat Sukses.</p>	
(Mardini et al., 2020) <i>The Effect of Accountability, Transparency, And Service Quality Toward Loyalty of Zakat Payers</i>	<p>Variabel Dependen: Loyalitas Bayar Zakat</p> <p>Variabel Independen: Akuntabilitas, Transparansi, dan Pelayanan Kualitas</p>	<p>1. Transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pembayar zakat.</p> <p>2. Akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pembayar zakat.</p> <p>3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas zakat pembayar.</p>	

### 2.3 Hipotesis Penelitian



### **2.3.1 Pengaruh Religiusitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat**

Religiusitas dapat dilihat dalam pengertian ketaatan pada iman. Seseorang yang dapat memahami norma-norma agamanya dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari menunjukkan bahwa dirinya sangat religius. Religiusitas yang tinggi dapat menjadikan seseorang lebih taat dan cenderung mengikuti perintah serta menjauhi segala sesuatu yang dilarang oleh Allah SWT. Mengenai zakat, ketaatan seseorang ditunjukkan dengan cara menunaikan kewajibannya dengan membayar zakat. Berdasarkan teori al Wala bahwa kecintaan seseorang kepada Allah SWT selalu berupa menaati perintah-Nya dan menjauhi segala sesuatu yang dilarang oleh Allah SWT (Pangestu, 2016)

H1: Religiusitas berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat

### **2.3.2 Pengaruh Transparansi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat**

Transparansi dapat mempengaruhi loyalitas pembayar zakat karena pengelolaan zakat laporan keuangan jelas dan sesuai dengan bukti pelaporan yang ada sehingga wajib zakat dapat mengetahui dengan jelas pengelolaan dana zakat yang diberikan (Mardini et al., 2020). Lebih

transparan pengelolaan zakat oleh organisasi pengelola zakat, pembayar zakat akan lebih percaya diri dan akan cenderung menyalurkan zakat kepada organisasi pengelola zakat.

H2: Transparansi berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat di lembaga zakat.

### **2.3.3 Pengaruh Akuntabilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat**

Akuntabilitas dapat mempengaruhi loyalitas pembayar zakat karena akuntabilitas adalah tanggung jawab organisasi pengelola zakat kepada pembayar zakat. (Mardini et al., 2020) Lebih akuntabel kepada organisasi pengelola zakat, maka pembayar zakat akan menjadi lebih amanah dan akan cenderung membayar zakat kepada organisasi pengelola zakat karena tanggungjawabnya jernih.

H3: Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat di lembaga zakat.

### **2.3.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat**

Meraih kepercayaan muzak tidaklah mudah bagi organisasi pengelola zakat. Organisasi pengelola zakat dapat dipercaya jika mereka dapat mengungkapkan informasi tentang dana zakat secara jujur dan

beroperasi sesuai dengan prinsip syariah dan harus sepenuhnya memuaskan orang yang beriman. (Bahri et al., 2021). Kepercayaan merupakan salah satu faktor internal yang muncul karena Muzaki ingin mempercayakan organisasi pengelola zakat sebagai tempat untuk mengarahkan keringat hitam zakat profesinya.

H4: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat di lembaga zakat.

### **2.3.5 Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat**

Di era digital seperti sekarang ini, masyarakat perlu pintar-pintar memanfaatkan kemudahan dan efisiensi komunikasi satu sama lain. Berbagai inovasi digital baru bermunculan di berbagai industri, yang menjadi salah satu indikator bagi masyarakat untuk ikut serta dalam perkembangan zaman yang semakin modern. (Salsabila, 2022). Kemudahan membayar zakat diberikan oleh Organisasi Pengelola Zakat meliputi kemudahan pembayaran menggunakan teknologi digital dan media sosial, hal itu memiliki dampak positif mempengaruhi niat orang untuk membayar zakat kepada pengelola zakat.

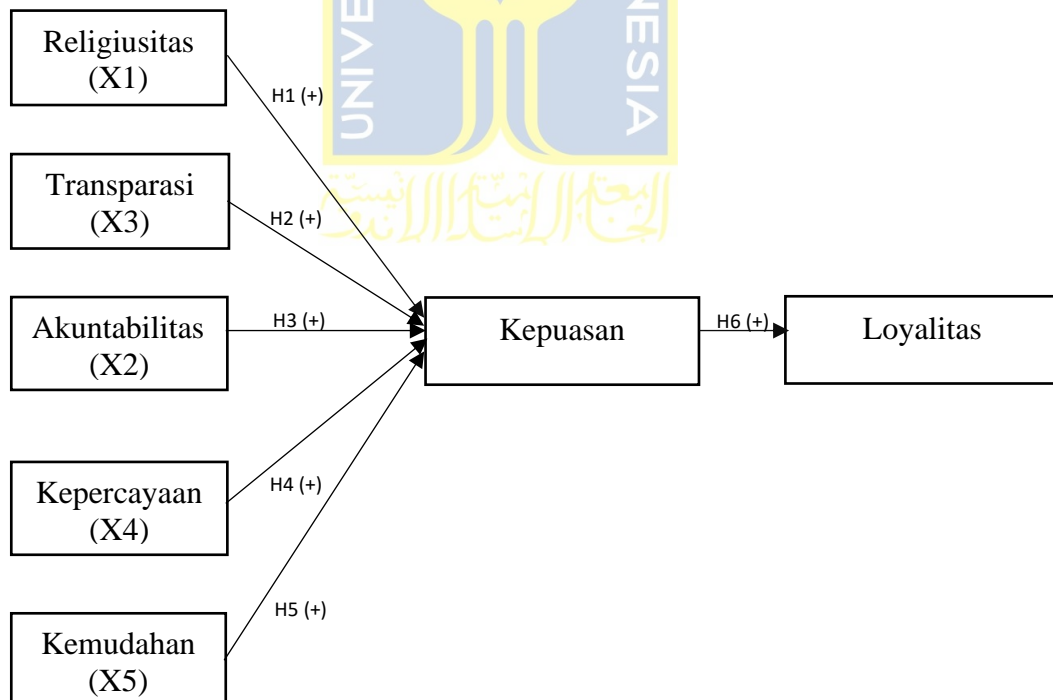
H5: Kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat di lembaga zakat.

### 2.3.6 Pengaruh Kepuasan Muzakki terhadap Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat

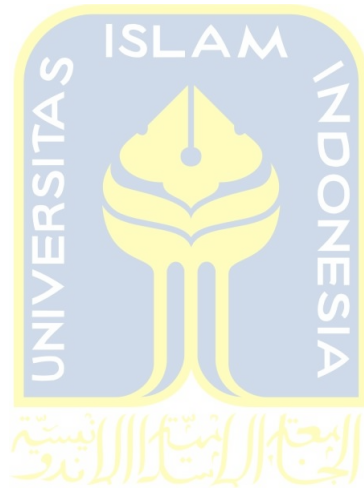
Kepuasan merupakan hal yang paling penting dalam menentukan loyalitas muzakki untuk melakukan pembayaran zakat berulang (Oktaviani, 2019). Apabila kinerja berbanding lurus atau bahkan melebihi harapan serta kebutuhan muzakki terpenuhi sehingga memunculkan perasaan senang dalam diri muzakki, maka akan timbul loyalitas muzakki.

H6: Kepuasan terhadap loyalitas muzakki berpengaruh positif dalam membayar zakat melalui lembaga zakat.

### 2.4 Kerangka Penelitian



Gambar 2.5 Kerangka Penelitian



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.1.1 Populasi**

Ada orang-orang yang berpendapat bahwa populasi adalah keseluruhan dari materi atau elemen yang sedang diselidiki. Populasi, menurut para ahli, adalah jumlah dari total unit analisis yang karakteristiknya akan dicurigai atau area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas atau karakteristik tertentu (Handayani, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah muzakki di Yogyakarta yang membayar zakat. Pemilihan populasi di Yogyakarta dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan kontribusi masyarakat Yogyakarta dalam aktivitas membayar zakat di lembaga zakat.

##### **3.1.2 Sampel**

Sampel dipilih sebagai subjek pengamatan berdasarkan populasi yang disebutkan di atas. Sampel penelitian adalah bagian dari sebagian kecil populasi yang terjangkau dan berbagi banyak karakteristiknya, atau dalam arti lain, sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti (Handayani, 2020). Teknik yang telah dipilih dalam penelitian ini akan menggunakan teknik purposive sampling yang termasuk dalam

nonprobability sampling. Purposive sampling merupakan teknik mengambil sampel dengan kriteria tertentu dan berbagai pertimbangan.

Sesuai dengan kebutuhan peneliti dan kesesuaian pendataan, jumlah responden yang dipilih secara acak sebagai sampel dan diyakini mampu mewakili populasi yang lengkap. Dengan demikian, pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode Cochran sebagai berikut dalam (Sugiyono, 2018) memberikan panduan ukuran sampel bagi peneliti. Responden terdiri dari mahasiswa muslim di Yogyakarta yang membayar zakat.

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan.

Z = Harga dalam kurve normal untuk sampingan 5%, dengan nilai 1,96.

p = Peluang besar 50% = 0,5.

q = Peluang salah 50% = 0,5.

e = Margin error 10%.

Maka jumlah sampel yang digunakan adalah :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$$

Sesuai dengan metode ini, makanan yang diperoleh sekurang-kurangnya sejumlah adalah 96,04. Maka penulis akan menggunakan 200 responden dengan menggunakan kuesioner untuk disampaikan kepada responden yang beragama Islam di Yogyakarta yang membayar zakat melalui lembaga zakat.

### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Jenis dari penelitian ini yaitu analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan metode yang mendeskripsikan atau menggambarkan suatu keadaan secara objektif dengan angka yang dimulai dari pengumpulan data lalu ditafsirkan dan menampilkan hasil dari data tersebut. Metode ini akan digunakan untuk menguji religiusitas, transparansi, akuntabilitas, kepercayaan serta kemudahan mempengaruhi Muzzaki terhadap kepuasan dan loyalitas dalam membayar zakat melalui lembaga zakat.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data primer. Teknik pengumpulan data akan didapatkan dari informasi langsung yaitu subjek penyelidikan dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner tersebut disebarkan kepada masyarakat muslim yang berada di wilayah Yogyakarta.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan muzakki yang berada di Yogyakarta.



Kuesioner disebarikan melalui platform media social seperti Instagram, Twitter, Line, WhatsApp. Kuesioner berbentuk google form yang harus diisi sendiri oleh responden. Kuesioner tersebut dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Bagian pertama berisi pertanyaan terkait data pribadi dari responden seperti nama lengkap, umur, dn lain-lain yang akan dijaga kerahasiannya.
2. Bagian kedua berisi sejumlah indikator untuk menguji variable penelitian dengan skala *likert* 1 sampai dengan 6.

### **3.4 Variabel Penelitian**

#### **3.4.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen dalam penelitian ini yakni kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat. Penjelasan kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membyar zakat melalui lembaga yakni tindakan perilaku seseorang yang melakukan pembayaran atau transaksi melalui lembaga zakat. Komposisi dari variabel dependen dalam penelitian ini keputusan berzakat memodifikasi beberapa penelitian dengan lima atribut pertanyaan. lima pertanyaan (Gunawan, 2017) variabel dependen sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kepuasan Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat

No	Kepuasan Muzakki Berzakat Melalui Lembaga Zakat	Sumber
1.	Saya merasa puas setelah membayar zakat melalui lembaga zakat.	(Pohan et al., 2018)
2.	Semakin baik pelayanan yang diberikan membuat saya semakin merasa puas.	(Gunawan, 2017)
3.	Kepuasan pada diri saya akan berdampak positif bagi lembaga zakat.	(Said et al., 2020)
4.	Apabila harapan konsumen terpenuhi maka akan diperoleh kepuasan konsumen.	(Said et al., 2020)
5.	Jika saya merasa puas saya akan melakukan pembayaran zakat berulang secara teratur.	(Said et al., 2020)

Tabel 3.2 Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat

No.	Loyalitas Muzakki Berzakat Melalui Lembaga Zakat	Sumber
1.	Saya tetap ingin berzakat melalui lembaga zakat yang biasanya saya gunakan.	(Gunawan, 2017)
2.	Saya tidak akan pindah keselain lembaga zakat yang sekarang saya gunakan.	(Gunawan, 2017)
3.	Saya akan menceritakan dan merekomendasi lembaga zakat yang saya gunakan kepada orang lain.	(Gunawan, 2017)
4.	Semakin lembaga zakat menunjukkan perhatiannya, maka saya akan semakin loyalitas.	(Gunawan, 2017)

5.	Saya akan datang dan membayar zakat secara terus menerus makin lama makin banyak.	(Gunawan, 2017)
----	---	-----------------

### 3.4.2 Variabel Independen

Variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini yakni religiusitas, transparansi, akuntabilitas, kepercayaan, dan kemudahan. Pengukuran variabel independent menggunakan Skala likert yang memiliki dua jenis pertanyaan yang berbeda: pertanyaan positif yang digunakan untuk mengukur skala positif dalam bentuk pertanyaan positif menerima skor 5, 4, 3, 2, dan 1, dan serta memiliki pertanyaan negatif yang digunakan untuk mengukur skala negative dalam bentuk pertanyaan negatif menerima skor 1, 2, 3, 4, dan 5. (Pranatawijaya et al., 2019).

Tabel 3.3 Skala *likert* 1 sampai dengan 5

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

#### 3.4.2.1 Religiusitas

Menurut (Rahmawati, 2016), religiusitas merupakan integrasi yang kompleks antara pengetahuan agama, perasaan keagamaan, dan tindakan keagamaan secara pribadi karena agama menyangkut seluruh fungsi jiwa dan raga manusia. Pada penelitian ini, instrument

religiusitas memodifikasi dari penelitian (Salsabila, 2022) dengan menggunakan lima item pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 3.4 Variabel Religiusitas Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat

No	Reliusitas Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat	Sumber
1.	Saya percaya bahwa membayar zakat merupakan pembersihan harta kotor seseorang.	(Salsabila, 2022)
2.	Saya membayar zakat karena perintah agama.	(Salsabila, 2022)
3.	Saya merasa senang ketika membayar zakat karena dapat meringankan beban saudara sesama yang membutuhkan.	(Salsabila, 2022)
4.	Saya membayar zakat atas keinginan sendiri dan untuk mencari ridho serta pahala dari Allah.	(Salsabila, 2022)
5.	Saya membayar zakat sesuai dengan kategori kemampuan saya.	(Salsabila, 2022)

#### 3.4.2.2 Transparansi

Transparansi dapat menciptakan loyalitas muzakki kepada tetap mempercayakan pembayaran zakatnya kepada amil lembaga. Jika lembaga amil zakat menyediakan informasi secara transparan dan jaminan kemudahan akses informasi, diharapkan semakin meningkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga amil zakat (Salman, 2022).

Dengan demikian, muzakki yang puas dapat menciptakan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga amil. Instrument penelitian transparansi memodifikasi penelitian (Puskas BAZNAS, 2019) menggunakan lima item pertanyaan.

Tabel 3.5 Variabel Transparansi Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat

No	Transparasi Lembaga Zakat	Sumber
1.	Saya dapat melihat publikasi laporan keuangan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang saya gunakan melalui website/ media masa lainnya.	(Puskas BAZNAS, 2019)
2.	Saya mendapatkan bukti transaksi pembayaran zakat secara real time.	(Puskas BAZNAS, 2019)
3.	Saya dapat memberikan kritik serta saran terkait lembaga zakat pada media masa yang saya gunakan.	(Puskas BAZNAS, 2019)
4.	Saya dapat dengan mudah mendapatkan bukti transaksi pembayaran zakat.	(Puskas BAZNAS, 2019)
5.	Saya dapat mengetahui melalui lembaga mana zakat saya disalurkan.	(Puskas BAZNAS, 2019)

#### 3.4.2.2 Akuntabilitas

Semakin baik amil dalam melapor informasi keuangan kepada publik, semakin besar niat atau dorongan di amil untuk memutuskan untuk membayar zakat kepada lembaga amil. Konsep ini adalah diperkuat dengan hasil penelitian empiris dilakukan oleh (Salsabila, 2022) dengan memodifikasi penelitiannya menggunakan empat item pertanyaan.

Tabel 3.6 Variabel Akuntabilitas Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat

No	Akuntabilitas Lembaga Zakat	Sumber
1.	Bagi saya pelaporan transaksi yang disediakan oleh Organisasi Lembaga Zakat yang saya gunakan memiliki biaya yang murah.	(Salsabila, 2022)
2.	Saya dapat mengakses layanan bantuan ketika saya dalam kesulitan.	(Salsabila, 2022)
3.	Saya dapat dengan mudah mengetahui prosedur pembayaran zakat secara online pada platform yang saya gunakan.	(Salsabila, 2022)
4.	Saya mendapatkan pelayanan yang responsi atas pertanyaan yang saya ajukan kepada lembaga zakat yang saya gunakan.	(Salsabila, 2022)

### 3.4.2.3 Kepercayaan

Kepercayaan konsumen/muzakki menurut penelitian (Ikhwandha, 2018) adalah pengetahuan dan kesimpulan seorang konsumen tentang

suatu obyek, atribut, dan manfaatnya. Obyek nya yaitu bisa berupa sebuah produk seperti barang, manusia, perusahaan, dan segala sesuatu dimana seseorang akan memiliki kepercayaan dan sikap. Terdapat beberapa komponen atribut pertanyaan variabel independen dari penelitian mengenai tingkat kepercayaan yang memodifikasi penelitian dari (Rostiana, 2021) dengan lima pertanyaan.

Tabel 3.7 Variabel Kepercayaan Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat

No	Kepercayaan	Sumber
1.	Saya percaya layanan zakat yang saya pilih akan menyalurkan zakat saya secara tepat.	(Rostiana, 2021)
2.	Saya berzakat melalui lembaga zakat karena saya percaya dengan layanan zakat yang saya gunakan.	(Rostiana, 2021)
3.	Layanan zakat yang saya gunakan memiliki fitur pembayaran zakat yang mudah dan lengkap.	(Rostiana, 2021)
4.	Layanan zakat yang saya gunakan memiliki jaminan transaksi yang baik.	(Rostiana, 2021)
5.	<i>Platform</i> layanan zakat yang saya gunakan selalu beroperasi dengan baik.	(Rostiana, 2021)

#### 3.4.2.4 Kemudahan

Menurut Bakar dalam (Wiharjo et al., 2019) mengemukakan bahwa responden dalam penelitiannya menyetujui bahwa pembayaran zakat

secara *online* dapat dilakukan secara mudah, praktis, dimana saja dan kapanpun waktunya. Untuk peningkatan pelayanan, kemudahan dalam penggunaan zakat *online* merupakan suatu hal yang penting. Maka dari itu terdapat beberapa komponen atribut pertanyaan variabel independen dari penelitian mengenai kemudahan yang disesuaikan dengan penelitian (Dewi, 2022) dengan 6 pertanyaan.

Tabel 3.8 Variabel Kemudahan Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat

No	Kemudahan Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat Secara Online	Sumber
1.	Saya dapat menginstal dan menjelajahi fitur pada aplikasi zakat <i>online</i> dengan mudah dan cepat.	(Dewi, 2022)
2.	Saya dapat mengoperasikan fitur yang terdapat pada layanan atau aplikasi zakat <i>online</i> dengan mudah.	(Dewi, 2022)
3.	Saya melakukan proses pembayaran zakat <i>online</i> dengan cepat dan juga praktis.	(Dewi, 2022)
4.	Adanya layanan zakat <i>online</i> memudahkan saya dalam membayar zakat.	(Dewi, 2022)
5.	Pada layanan zakat <i>online</i> tersedia kalkulator sehingga dapat memudahkan saya dalam menghitung zakat yang akan dikeluarkan	(Dewi, 2022)
6.	Fitur yang ada dalam aplikasi zakat <i>online</i> mudah dipahami.	(Dewi, 2022)



### **3.5 Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini nantinya akan menyebarkan angket kepada responden yang memiliki karakteristik yang telah ditentukan. Penelitian ini nantinya akan menggunakan alat bantu yang di gunakan adalag program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciense*) 25 for windows software yang memiliki fungsi untuk menganalisis data sebagai pengolahan data dalam bentuk statistic yang diperlukan dalam melakukan pengujian di penelitian.

#### **3.5.1 Uji Instrumen**

Instrumen pengukur seluruh variabel pada penelitian ini menggunakan kuesioner ataunangket yang di sebarakan kepada responden untuk dapat memberikan pernyataan sesuai denga napa yang dirasakan dan dialamina. Instrumen penelitian ini juga menggunakan software SPSS, sehingga hasil yang didapatkan bisa akurat dan dipercaya. Instrumen ini menjadi kunci pada penelitian ini sebagai upaya untuk memahami fokus penelitian, serta menggunakan analisis Regresi Linear Berganda (Uji T dan Uji F).

#### **3.5.2 Uji Validitas**

Uji validasi ini diukur dengan menggunakan kuesioner. (Ghozali, 2018) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengetahui reliabilitas dan validitas di dalam angket. Kuesioner atau angket ini

dianggap valid jika pertanyaannya dapat digunakan untuk menentukan apa yang akan diukurnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji validitas berguna dalam memberikan pengetahuan mengenai valid tidaknya suatu data.

Pada pengajuan ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25.0 for windows dengan ini dilakkan dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

Apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka pernyataan yang ada dapat di nyatakan valid.

Apabila  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , maka pernyataan yang ada dapat di nyatakan tidak valid.

### 3.5.3 Uji Realibilitas

(Ghozali, 2018) menyatakan bahwa adanya kuisisioner dapat dikadikan sebagai indikator di dalam suatu variabel atau yang dapat diukur menggunakan tes reabilitas. Jika seseorang secara konsisten menanggapi pertanyaan pada kuesioner sepanjang waktu, itu dianggap dapat diandalkan. Berikut ini adalah beberapa metode untuk mengukur keandalan

- a) *Repeated Measure* ini di lakukan oleh seseorang yang akan di berikan beberapa pertanyaan terkait penelitian dalam konsistensi tanggapannya kemudian dapat ditentukan dengan mengajukan pertanyaan yang sama kepadanya beberapa kali.

- b) Hanya satu pengukuran yang dilakukan dalam satu upaya, dan hasilnya kemudian dibandingkan dengan pertanyaan terkait studi lainnya atau diuji untuk koneksi menggunakan tes statistik Cronbach Alpha, yang disediakan oleh SPSS.

Suatu konstruk yang ada di dalam suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila nilai yang di hasilkan paca nilai Cronbach Alpha  $> 0,70$ .

### **3.6 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.6.1 Uji Normalitas**

(Ghozali, 2018) menyatakan bahwa uji normalitas ini dilakukan untuk melakukan pengujian terhadap model yang akan di gunakan, yaitu model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi harus berperilaku teratur atau hampir demikian. Model regresi memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan bergerak ke arah yang sama dengan garis diagonal. Tes Kolmogorov-Smirnov, salah satu tes normal, digunakan untuk membuat pilihan.

- 1) signifikan (sig)  $< 0,05$  maka data terdistribusi secara normal.
- 2) Nilai signifikan (sig)  $> 0,05$  maka data terdistribusi secara tidak normal.

(Ghozali, 2018) juga menyatakan bahwa dasar dalam melakukan pengambilan dalam keputusan pada uji normalitas adalah:

- Model regresi memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan bergerak ke arah yang sama dengan garis diagonal.
- Model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar menjauh dari garis diagonal dan bergerak ke arah garis diagonal

### **3.6.2 Uji Multikolinieritas**

Menurut (Ghozali, 2018) uji multikolinieritas ini merupakan uji yang di lakukan untuk melakukan suatu pengujian sehingga dapat di ketahui bahwa model regresi memiliki hubungan yang ada di dalam korelasi yang ada di dalam variabel bebas atau yang di kenal dengan independen. Akan tetapi, apabila tidak terjadi adanya korelasi antara varian maka akan di katakan bahwa maka model regresi tersebut baik.

Multikolinieritas dapat diukur dengan *Collinearity Statistic* dengan menggunakan metode VIF (*Variance Inflation Factor*) jika nilai *Tolerance*  $VIF > 0,1$  atau nilai  $VIF < 10$ , maka dapat diindikasikan bahwa data tersebut terbebas dari gejala multikolinieritas (Ghozali dalam Mulyono, 2019).

## **3.7 Pengujian Hipotesis**

### **3.7.1 Analisis Regresi Berganda**

Analisis linier regresi berganda untuk menentukan apakah dua atau lebih faktor independen berdampak pada variabel dependen, analisis linier regresi berganda dilakukan. Rumus untuk menganalisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

$Y'$  = Subjek dalam variabel dependen

$a$  = Koefisien

$b_1$  = Standar koefisien regresi dari variabel

$b_2$  = Standar koefisien regresi dari variabel

$X_1$  = Variabel independen

$X_2$  = Variabel independent

### 3.7.2 Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji apakah tiap variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika menghasilkan  $t_{tabel} > t$  maka variabel sudah cukup signifikan untuk mempengaruhi variabel dependen. Menurut (Sugiyono, 2018) rumus Uji

T yaitu :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Distribusi t

n = Banyaknya sampel

r = Nilai koefisien korelasi

### 3.7.3 Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel independen yang terjadi kepuasan dan loyalitas secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu membayar zakat. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel independen signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Rumus Uji F menurut (Sugiyono, 2018) adalah :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 : k}{(1 - R^2) : (n - k - 1)}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Terdapat Kriteria dalam pengujian Uji F yaitu sebagai berikut :

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti variabel independen yaitu  $X_1$  dan variabel  $X_2$  secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu variabel Y.

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti variabel independen yaitu  $X_1$  dan variabel  $X_2$  secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu variabel  $Y$ .

#### 3.7.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

(Ghozali, 2018) menjelaskan bahwa uji koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Semakin besar variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen maka semakin tinggi nilai  $R^2$ . Uji  $R^2$  dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisarannya antara  $0 < R^2 < 1$ . Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan. Kriteria pengujinya yaitu sebagai berikut:

1. Jika  $R^2$  mendekati 0, tidak terdapat kecocokan antara variabel independen dengan variabel dependen (pengaruh semakin kecil)
2. Jika  $R^2$  mendekati 1, terdapat kecocokan yang sempurna antara variabel independen yang menjelaskan mengenai variabel dependen (pengaruh semakin kuat)

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim yang berada di wilayah Yogyakarta. Jumlah responden dalam penelitian ini, ditetapkan sebanyak 200 orang dengan *response rate* sebesar 100%, dan kuesioner yang didistribusikan kepada responden disampaikan melalui *google form*. Gambaran tentang responden yang menjadi sampel penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.

#### 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang didapatkan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentase
Laki-laki	85	42,5%
Perempuan	115	57,5%
TOTAL	200	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel data 4.1 diatas menunjukkan bahwa 200 responden didominasi oleh perempuan 115 orang atau (57,5%) dan selisihnya sebanyak 85 orang atau (42,5%) berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan data tersebut maka diketahui



bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu terdapat 57,5% dari keseluruhan responden.

#### 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia yang didapatkan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentase
$\leq 20$ tahun	15	7,5%
21 - 30 tahun	145	72,5%
31 - 40 tahun	28	14%
$\geq 41$ tahun	12	6%
Total	200	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 15 orang (7,5%), responden yang berusia antara 21 sampai 30 tahun sebanyak 145 orang (72,5%). Responden yang berusia antara 31 sampai 40 tahun sebanyak 28 orang (14%). Dan responden yang berusia lebih dari 41 tahun sebanyak 12 orang (6%). Berdasarkan data tersebut maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia dalam rentang usia 20 tahun sampai 30 tahun, yaitu terdapat 72,5% dari keseluruhan responden.

#### 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yang didapatkan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tingkat Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Presentase
SMA/SMK	60	30%
DIPLOMA	15	7,5%
S1	103	51,2%
S2	16	8%
S3	6	3%
Total	200	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang tingkat pendidikan terakhirnya SMA/SMK Sederajat sebanyak 60 orang (30%). Responden dengan tingkat pendidikan terakhir Diploma (D1/D2/D3/Diploma IV) sebanyak 15 orang (7,5%), responden berpendidikan Strata Satu (S1) sebanyak 103 orang (51,2%). Sedangkan responden dengan tingkat pendidikan pasca sarjana (S2) sebanyak 16 orang (8%), dan hanya terdapat responden dengan tingkat pendidikan Doktor (S3) sebanyak 6 orang (3%). Berdasarkan data tersebut maka mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan akhir Strata Satu (S1), yaitu terdapat 51,2% dari keseluruhan responden.

#### 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang didapatkan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

4.4 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Presentase
Pelajar / Mahasiswa	21	10,5%
Pengusaha	42	21%
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	34	17%
TNI	3	1,5%
Polri	6	3%
Pegawai Swasta	76	38%
Dokter	6	3%
Perawat/ Bidang Kesehatan	12	6%
Total	200	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan pelajar / mahasiswa sebanyak 21 orang (10,5%), responden yang memiliki perkerjaan pengusaha 42 orang (21%), responden dengan pekerjaan Pegawai Negeri Sipil (PNS) 34 orang (17%), responden yang menjadi TNI 3 orang (1,5%), responden yang menjadi Polri 6 orang (3%), responden yang pekerjaanya pegawaai swasta 76 orang (38%), responden yang menjadi dokter 6 orang (3%), responden dengan pekerjaan perawat / bidang kesehatan 12

orang (6%). Berdasarkan data tersebut maka mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, yaitu 38% dari keseluruhan responden.

#### 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Data karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan dalam setiap bulan, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tingkat Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Presentase
< Rp 1.000.000,-	38	19%
Rp 1.000.000,- sampai Rp 5.000.000,-	114	57%
Rp 5.000.000,- sampai Rp 10.000.000,-	27	13,5%
Rp 10.000.000,- sampai Rp 20.000.000,-	12	6%
> Rp 20.000.000,-	9	4,5%
Total	200	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat responden yang memiliki tingkat pendapatan kurang dari Rp 1.000.000,- sejumlah 38 Orang (19%). Responden yang memiliki tingkat pendapatan Rp 1.000.000,- sampai Rp 5.000.000,- sejumlah 114 Orang (57%). Responden yang memiliki tingkat pendapatan Rp 5.000.000,- sampai Rp 10.000.000,- sejumlah 27 Orang (13,5%). Responden yang memiliki tingkat pendapatan lebih dari Rp10.000.000,- sampai Rp20.000.000,- sejumlah 12 Orang (6%). Responden yang memiliki tingkat pendapatan lebih dari Rp20.000.000,- sejumlah 9 Orang

(4,5%). Berdasarkan data tersebut maka mayoritas responden yang memiliki tingkat pendapatan Rp 1.000.000,- sampai Rp 5.000.000,- setiap bulannya, yaitu terdapat 114% dari keseluruhan responden.

#### 4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.6 hasil uji deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Religiusitas	200	17	25	21.37	2.811
Transparasi	200	7	25	20.60	3.085
Akuntabilitas	200	6	20	16.64	2.394
Kepercayaan	200	8	25	21.17	2.760
Kemudahan	200	11	30	25.34	3.327
Kepuasan	200	7	25	21.50	2.712
Loyalitas	200	11	25	20.65	2.960
Valid N (listwise)	200				

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Pada tabel di atas didapat bahwa, jumlah responden adalah sebanyak 200. Pada variabel religiusitas, nilai minimum sebesar 11, nilai maksimum sebesar 25, mean sebesar 21.37, dan standar deviasinya sebesar 2.811. Pada variabel transparasi, nilai minimum sebesar 7, nilai maksimum sebesar 25, mean sebesar 20.60, dan standar deviasinya sebesar 3.085. Pada variabel akuntabilitas, nilai minimum sebesar 6, nilai maksimum sebesar 20, mean sebesar 16.64, dan standar deviasinya sebesar 2.394. Pada variabel kepercayaan, nilai minimum

sebesar 8, nilai maksimum sebesar 25, mean sebesar 21.17, dan standar deviasinya sebesar 2.760. Pada variabel kemudahan, nilai minimum sebesar 11, nilai maksimum sebesar 30, mean sebesar 25.34, dan standar deviasinya sebesar 3.327. Pada variabel kepuasan, nilai minimum sebesar 7, nilai maksimum sebesar 25, mean sebesar 21.50, dan standar deviasinya sebesar 2.712. Pada variabel loyalitas, nilai minimum sebesar 11, nilai maksimum sebesar 25, mean sebesar 20.65, dan standar deviasinya sebesar 2.960.

### **4.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **4.3.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur keabsahan atau validitas suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kriteria yang digunakan adalah jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel), maka data dikatakan valid. Tingkat signifikan yang digunakan (Ghozali, 2016) sama dengan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%. Rumus dari  $r$  tabel adalah  $df = N - 2$ , jadi  $200 - 2 = 198$ , sehingga diperoleh  $df = 198$ . Lalu pada  $r$  tabel 5%, dan  $df = 198$  diperoleh  $r$  tabel = 0.1388. Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas instrument terhadap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel		rHitung	rTabel	Keterangan
Religiusitas (X1)	X1.1	0,706	0,1388	Valid
	X2.2	0,662	0,1388	Valid
	X3.3	0,666	0,1388	Valid
	X4.4	0,672	0,1388	Valid
	X5.5	0,680	0,1388	Valid
Transparansi (X2)	X2.1	0,728	0,1388	Valid
	X2.2	0,661	0,1388	Valid
	X2.3	0,696	0,1388	Valid
	X2.4	0,718	0,1388	Valid
	X2.5	0,738	0,1388	Valid
Akuntabilitas (X3)	X3.1	0,747	0,1388	Valid
	X3.2	0,751	0,1388	Valid
	X3.3	0,702	0,1388	Valid
	X3.4	0,746	0,1388	Valid
Kepercayaan (X4)	X4.1	0,583	0,1388	Valid
	X4.2	0,676	0,1388	Valid
	X4.3	0,723	0,1388	Valid
	X4.4	0,713	0,1388	Valid
	X4.5	0,727	0,1388	Valid
Kemudahan (X5)	X5.1	0,656	0,1388	Valid
	X5.2	0,716	0,1388	Valid
	X5.3	0,624	0,1388	Valid
	X5.4	0,698	0,1388	Valid
	X5.5	0,655	0,1388	Valid
	X5.6	0,685	0,1388	Valid
Kepuasan (Y1)	Y1.1	0,654	0,1388	Valid
	Y1.2	0,691	0,1388	Valid
	Y1.3	0,677	0,1388	Valid
	Y1.4	0,678	0,1388	Valid
	Y1.5	0,685	0,1388	Valid
Loyalitas (Y2)	Y2.1	0,698	0,1388	Valid
	Y2.2	0,670	0,1388	Valid
	Y2.3	0,693	0,1388	Valid

	Y2.4	0,664	0,1388	Valid
	Y2.5	0,666	0,1388	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan table 4.6 didapatkan hasil uji validitas tiap indikator dengan rhitung dari semua variabel mulai dari nilai rendah yaitu 0,583, hingga yang tinggi 0,751 dapat dikatakan nilai rhitung lebih besar dari pada rtabel yakni 0,1388. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel pada tingkat religiusitas (X1), transparansi (X2), akuntabilitas (X3), kepercayaan (X4), kemudahan (X5), kepuasan (Y1), loyalitas (Y2) memiliki nilai profitabilitas ( $p < 0,05$ ) secara keseluruhan maka dapat dinyatakan valid.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika respon seseorang terhadap suatu pernyataan konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016:47). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Jika menghasilkan nilai lebih kecil dari 0,60 dikatakan tidak reliabel. Berikut adalah hasil perhitungan uji reabilitas instrument terhadap variabel dalam penelitian ini:



Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	N of Items	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Religuitas (X1)	5	0,701	Reliabel
Transparasi (X2)	5	0,750	Reliabel
Akuntabilitas (X3)	4	0,719	Reliabel
Kepercayaan (X4)	5	0,714	Reliabel
Kemudahan (X5)	6	0,756	Reliabel
Kepuasan (Y1)	5	0,702	Reliabel
Loyalitas (Y2)	5	0,706	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Hasil dari uji reliabilitas pada table 4.7 dapat dilihat bahwa koefisien reabilitas untuk variabel Religiusitas (X1) menunjukkan *r alpha* sebesar 0,701, variabel Transparansi (X2) menunjukkan *r alpha* sebesar 0,750, variabel Akuntabilitas (X3) menunjukkan *r alpha* sebesar 0,719, variabel Kepercayaan (X4) menunjukkan *r alpha* sebesar 0,714, variabel Kemudahan, (X5) menunjukkan *r alpha* sebesar 0,756, variabel Kepuasan (Y1) menunjukkan *r alpha* sebesar 0,702, variabel Loyalitas (Y2) menunjukkan *r alpha* sebesar 0,706. Berdasarkan hasil perhitungan masing-masing variabel memiliki *r alpha* lebih besar dari nilai *Critical Value* yaitu  $> 0.7$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau instrumen dalam kuesioner variabel diatas dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya.

## 4.4 Pengujian Hasil Instrumen

### 4.4.1 Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pada penelitian ini uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov Smirnov (KS). Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima (berdistribusi normal) sedangkan jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak (tidak berdistribusi normal). Berikut adalah hasil perhitungan uji normalitas terhadap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

Nilai Signifikan	Taraf Signifikansi( $\alpha$ )
0,200	0,05

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan table 4.8, dapat diketahui bahwa hasil nilai signifikan didapatkan  $p\text{-value} = 0.200 > \alpha = 0.05$  maka  $H_0$  diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal (asumsi normalitas terpenuhi).

### 4.4.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengukur apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independent atau variabel

bebas. Dengan demikian, nilai yang biasa digunakan untuk menunjukkan data tersebut bebas dari gejala multikolinearitas adalah nilai tolerance  $> 0,1$  atau sama dengan Variance Inflation Factor (VIF)  $< 10$  (Ghozali, 2016). Berikut adalah hasil perhitungan uji multikolinearitas terhadap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4.10 Hasil Uji Multilinearitas

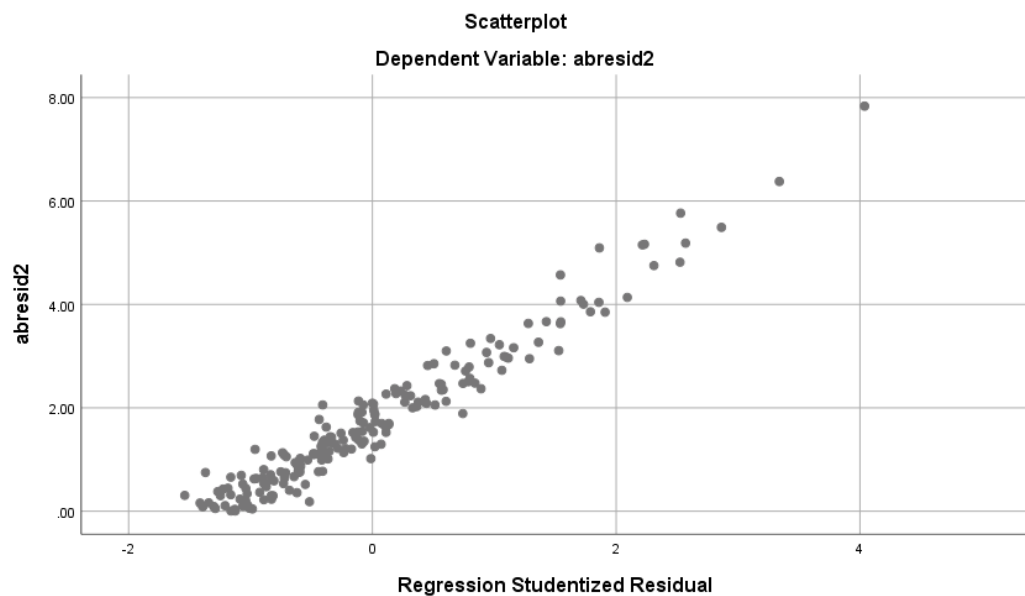
Varibel	Tolerance	VIF
Religiusitas	0.664	1,506
Transparansi	0.622	1,608
Akuntabilitas	0.530	1,885
Kepercayaan	0.497	2,011
Kemudahan	0.593	1,715
Kepuasan	0,492	2,031

a. Dependen Variabel: Loyalitas  
 Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan table 4.9, dapat diketahui bahwa hasil untuk keenam variabel diatas memiliki nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan juga memiliki Variance Inflation Factor (VIF)  $< 10$  yang berarti bahwa semua variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi baik, tidak ada permasalahan multikolinearitas, sehingga dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

#### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini, heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketimpangan varian antara variabel independen terhadap variabel residual, satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas untuk mendeteksi ada atau tidak adanya heteroskedastisitas jika terjadinya ketidaksamaan varian contohnya titik-titik yang menyebar di sekitar sumbu 0 pada sumbu y pada grafik *Scatterplot*. Berikut adalah hasil perhitungan uji heteroskedastisitas terhadap variabel dalam penelitian ini:



Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.1, menunjukkan bahwa data pada *Scatterplot* menyebar ke atas dan ke bawah angka 0 dan sumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel religiusitas, transparansi,

akuntabilitas, kepercayaan, kemudahan, dan kepuasan (asumsi homogenitas variansi terpenuhi).

#### 4.4.4 Uji Autokorelasi

Pemeriksaan autokorelasi berguna untuk menentukan adanya hubungan antara variabel kesalahan pengganggu pada periode t dan periode sebelumnya dalam model regresi linear. Model regresi yang optimal tidak menunjukkan tanda-tanda autokorelasi. Dalam penelitian ini, pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson. Suatu data dianggap tidak mengalami autokorelasi apabila nilai uji Durbin Watson yang diperoleh berada dalam kisaran  $d_U$  hingga  $4 - d_U$ . Berikut adalah hasil perhitungan uji autokorelasi terhadap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,712 <sup>a</sup>	0,508	0,495	1,928	2,075

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.10, berdasarkan uji yang telah dilakukan maka didapat nilai uji Durbin-Watson sebesar 2.075. Langkah selanjutnya adalah menetapkan nilai  $d_L$  dan  $d_U$ . Caranya adalah dengan menggunakan derajat kepercayaan 5%, sampel (n) 200 observasi, dan variabel penjelas sebanyak (k) 5 maka dapatkan nilai  $d_L$  sebesar 1.7176 dan  $d_U$  sebesar 1.8199. Karena 2.075

berada pada rentang nilai diatas ( $dU < DW < 4-dU = 1.8199 < 2.075 < 2.1801$ ), maka dapat disimpulkan bahwa model ini tidak terdapat autokorelasi (asumsi autokorelasi terpenuhi).

#### 4.5 Uji Regresi

##### 4.5.1 Analisis Regresi Ganda (Pengaruh religiusitas, transparansi, akuntabilitas, kepercayaan, dan kemudahan terhadap kepuasan)

Analisis Regresi Ganda digunakan untuk menggambarkan dan menguji hubungan lebih dari satu variabel independen (bebas) terhadap satu variabel dependen (tidak bebas). Pada penelitian ini menggunakan lima variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang digunakan adalah religiusitas, transparansi, akuntabilitas, kepercayaan, dan kemudahan, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah kepuasan. Berdasar pada analisis regresi linier berganda diperoleh hasil yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil Olah Data Regresi X1 X2 X3 X4 dan X5 Terhadap Y1

Model	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,756	1,356		2,036	0,043
Religiusitas	0,256	0,057	0,268	4,568	0,000
Transparansi	0,022	0,056	0,025	0,388	0,699

Akuntalibilitas	0,202	0,077	0,178	2,618	0,010
Kepercayaan	0,242	0,068	0,247	3,565	0,000
Kemudahan	0,168	0,052	0,206	0,206	0,002

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

$$Y = 2.759 + 0.259 \text{ Religiusitas (X1)} + 0.022 \text{ Transparasi (X2)} + 0.202 \text{ Akuntabilitas (X3)} + 0.242 \text{ Kepercayaan (X4)} + 0.168 \text{ Kemudahan (X6)}$$

Kesimpulan dari persamaan regresi linear ganda di atas adalah:

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) menunjukkan 2.759. Hal ini berarti jika semua variabel independen bernilai 0, maka kepuasan sebesar 2.759 satuan.
2. Nilai koefisien regresi dari variabel X1 yaitu religiusitas bernilai 0.259. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan religiusitas sebesar satu satuan, maka akan berpengaruh menaikkan kepuasan sebesar 0.259 dengan asumsi variabel independen lain bernilai konstan.
3. Nilai koefisien regresi dari variabel X2 yaitu transparasi bernilai 0.022. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan transparasi sebesar satu satuan, maka akan berpengaruh menaikkan kepuasan sebesar 0.022 dengan asumsi variabel independen lain bernilai konstan.
4. Nilai koefisien regresi dari variabel X3 yaitu akuntabilitas bernilai 0.202. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan akuntabilitas sebesar satu satuan, maka akan berpengaruh menaikkan kepuasan sebesar 0.202 dengan asumsi variabel independen lain bernilai konstan.

5. Nilai koefisien regresi dari variabel X4 yaitu kepercayaan bernilai 0.242. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan kepercayaan sebesar satu satuan, maka akan berpengaruh menaikkan kepuasan sebesar 0.242 dengan asumsi variabel independen lain bernilai konstan.
6. Nilai koefisien regresi dari variabel X5 yaitu kemudahan bernilai 0.168. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan kemudahan sebesar satu satuan, maka akan berpengaruh menaikkan kepuasan sebesar 0.168 dengan asumsi variabel independen lain bernilai konstan.

#### 4.5.2 Uji Hipotesis

##### 4.5.2.1 Uji T

Uji t dikenal dengan uji parsial, digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Jika  $p\text{-value} \geq 0,05$ , maka  $H_0$  atau  $H_a$  ditolak. Jika  $p\text{-value} \leq 0,05$ ,  $H_0$  atau  $H_a$  diterima.

Pada tabel diatas terlihat hasil dari pengaruh variabel independen religiusitas, transparasi, akuntabilitas, kepercayaan, dan kemudahan terhadap kepuasan secara parsial satu persatu (t hitung). Untuk uji parsial pada variabel religiusitas terhadap kepuasan, dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} = 4.568 > t_{tabel\ 0.025(194)} = 1.97227$  dan  $p\text{-value} = 0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak. Jadi, pada taraf sigifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa ada



pengaruh religiusitas terhadap kepuasan. Kemudian, uji parsial pada variabel transparansi terhadap kepuasan, dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} = 0.388 < t_{tabel\ 0.025(194)} = 1.97227$  dan  $p\text{-value} = 0.699 > 0.05$  maka  $H_0$  diterima. Jadi, pada taraf sigifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh transparansi terhadap kepuasan. Uji parsial pada variabel akuntabilitas terhadap kepuasan, dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} = 2.618 > t_{tabel\ 0.025(194)} = 1.97227$  dan  $p\text{-value} = 0.010 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak. Jadi, pada taraf sigifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh akuntabilitas terhadap kepuasan. Uji parsial pada variabel kepercayaan terhadap kepuasan dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} = 3.565 > t_{tabel\ 0.025(194)} = 1.97227$  dan  $p\text{-value} = 0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak. Jadi, pada taraf sigifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan. Lalu, uji parsial pada variabel kemudahan terhadap kepuasan, dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} = 3.211 > t_{tabel\ 0.025(194)} = 1.97227$  dan  $p\text{-value} = 0.002 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak. Jadi, pada taraf sigifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kemudahan terhadap kepuasan.

#### 4.5.2.2 Uji F

Uji F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan yang diperoleh dengan menggunakan tingkat risiko atau taraf signifikan 5% atau dengan derajat kebebasan = k (n-k-1) dengan kriteria sebagai berikut:  $H_0$  ditolak jika  $F_{statistik} > F_{tabel}$  &  $H_0$  diterima jika  $F_{statistik} < F_{tabel}$ . Berdasar pada uji f diperoleh hasil yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	743,143	5	148,629	40,000	0,000 <sup>b</sup>
Residual	720,852	194	3,716		
Total	1463,995	199			

Sumber: Data Prmer Diolah (2023)

Pada tabel 4.12 diatas terlihat hasil dari pengaruh variabel independen religiusitas, transparasi, akuntabilitas, kepercayaan, dan kemudahan terhadap kepuasan secara simultan atau gabungan (F hitung). Untuk uji simultan, oleh karena  $F_{hitung} = 40.00 > F_{tabel 0.05(5,194)} = 2.26$  dan  $p\text{-value} = 0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak. Jadi, pada taraf sigifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh religiusitas, transparasi, akuntabilitas, kepercayaan, dan kemudahan terhadap kepuasan.

#### 4.5.2.3 Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Uji *Adjusted R Square* digunakan untuk mengukur seberapa jarak kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini koefisien determinasi menggunakan nilai adjusted R-squared. Interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $r > 0$ , artinya terjadi hubungan linear positif. Semakin besar nilai variabel X1,X2,X3,X4,X5, semakin besar pula nilai variabel Y1 dan sebaliknya.
- b. Jika nilai  $r < 0$ , artinya terjadi hubungan linear negatif. Semakin kecil nilai variabel X1,X2,X3,X4,X5, semakin besar nilai variabel Y1 dan sebaliknya.

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Berikut adalah hasil perhitungan uji heteroskedastisitas terhadap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimate
1	0,712 <sup>a</sup>	0,508	0,495	1,928

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan hasil pada tabel 4.13, besarnya angka R Square ( $R^2$ ) adalah 0.508 (58%) dimana angka tersebut mempunyai makna besarnya pengaruh variabel religiusitas, transparansi, akuntabilitas, kepercayaan, dan kemudahan terhadap kepuasan.

Angka 50.8% ini mempunyai makna sebagai variabel religiusitas, transparansi, akuntabilitas, kepercayaan, dan kemudahan terhadap kepuasan secara gabungan. Sedangkan sisanya 49.2% (100% - 50.8%) dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan kata lain, variabilitas kepuasan yang dapat dijelaskan dengan variabel religiusitas, transparansi, akuntabilitas, kepercayaan, dan kemudahan adalah sebesar 50.8%, sementara pengaruh sebesar 49.2% disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar model ini.

#### 4.5.3 Regresi Sederhana (Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas)

Regresi linier sederhana digunakan untuk menggambarkan dan menguji hubungan satu variabel independen (bebas) terhadap satu variabel dependen (tidak bebas). Pada penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah kepuasan, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah loyalitas. Berikut adalah hasil perhitungan uji regresi sederhana terhadap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Sederhana

Model	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,337	1,475		6,342	0,000
Kepuasan	0,526	0,068	0,482	7,741	0,000

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

$$Y = 9.337 + 0.526 X$$

$$\text{Loyalitas} = 9.337 + 0.526 \text{ Kepuasan}$$

Berikut adalah hasil perhitungan uji regresi sederhana terhadap variabel dalam penelitian ini. Kesimpulan dari persamaan regresi sederhana di atas adalah: Nilai konstanta ( $\alpha$ ) menunjukkan 9.337. Hal ini berarti jika kepuasan bernilai 0, maka loyalitas sebesar 9.337 satuan. Nilai koefisien regresi dari variabel X yaitu kepuasan bernilai 0.526. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan kepuasan sebesar satu satuan, maka akan berpengaruh menaikkan loyalitas sebesar 0.526.

#### 4.5.4 Uji Hipotesis

##### 4.5.4.1 Uji T

Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis t-test (Y2)

Model	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,337	1,475		6,342	0,000
Kepuasan	0,526	0,068	0,482	7,741	0,000

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Pada tabel diatas terlihat hasil dari pengaruh variabel kepuasan terhadap loyalitas secara parsial ( $t$  hitung). Dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} = 7.741 > t_{tabel\ 0.025(198)} = 1.97202$  dan  $p\text{-value} = 0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak. Jadi, pada taraf sigifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas.

##### 4.5.4.2 Uji F

Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis F-test (Y2)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	405,140	1	405,140	59,924	0,000 <sup>b</sup>
Residual	1338,655	198	6,761		
Total	1743,795	199			

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Pada tabel 4.16 diatas terlihat hasil dari pengaruh variabel kepuasan terhadap loyalitas secara simultan (F hitung). Untuk uji simultan, oleh karena  $F_{hitung} = 59.924 > F_{tabel 0.05(1,198)} = 3.89$  dan p-value = 0.000 < 0.05 maka  $H_0$  ditolak. Jadi, pada taraf sigifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas.

#### 4.5.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Deiterminasi (R Square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimate
1	0,482 <sup>a</sup>	0,232	0,228	2,600

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2023)

Besarnya angka R Square ( $R^2$ ) adalah 0.232 dimana angka tersebut mempunyai makna besarnya pengaruh variabel kepuasan terhadap loyalitas. Angka 23.2% ini mempunyai makna sebagai variabel kepuasan terhadap loyalitas secara gabungan. Sedangkan sisanya 76.8% (100% -

23.2%) dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan kata lain, variabilitas loyalitas yang dapat dijelaskan dengan variabel kepuasan adalah sebesar 23.2%, sementara pengaruh sebesar 76.8% disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar model ini.

#### **4.5 Pembahasan**

Berikut ialah penjelasan mengenai pengaruh dari religiulitas, transparansi, akuntabilitas, kepercayaan, kemudahan, kepuasan, serta loyalitas terhadap muzakki dalam membayarkan zakatnya melalui lembaga zakat dapat dilihat dibawah ini.

##### **4.5.1 Pengaruh religiusitas terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat**

Hasil dari penelitian hipotesis pertama menunjukkan penerimaan hipotesis bahwa religiusitas dalam membayar zakat melalui lembaga zakat berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat. Hal ini ditunjukkan hasil perhitungan regresi berganda, bahwa nilai Beta variabel religiusitas (X1) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat (Y1) sebesar 0,256, artinya setiap terjadi peningkatan nilai religiusitas (X1) sebesar 1 satuan maka akan

terjadi peningkatan kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat (Y1) sebesar 0,256.

Berdasarkan hasil uji parsial pada variabel religiusitas terhadap kepuasan, dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} = 4.568 > t_{tabel 0.025(194)} = 1.97227$  dan  $p\text{-value} = 0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak. Jadi, pada taraf sigifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa antara variabel religiusitas (X1) terhadap variabel kepuasan (Y1) tersebut berpengaruh signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rakhmania, 2018) menghasilkan hasil yang sama dengan nilai religiusitas dianggap signifikan positif dalam minat dari muzakki dalam membayarkan zakatnya melalui lembaga zakat, hal ini dapat diartikan jika muzakki mendapatkan kepuasan serta loyalitas dalam membayarkan zakat oleh muzakki melalui lembaga zakat.

#### **4.5.2 Pengaruh transparansi terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat**

Hasil dari penelitian hipotesis kedua menunjukkan penerimaan hipotesis bahwa transparansi dalam membayar zakat melalui lembaga zakat berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat. Hal ini ditunjukkan hasil perhitungan regresi berganda, bahwa nilai Beta variabel transparansi (X2) memiliki pengaruh positif terhadap



kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat (Y1) sebesar 0,022, artinya setiap terjadi peningkatan nilai transparansi (X2) sebesar 1 satuan maka akan terjadi peningkatan kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat (Y1) sebesar 0,022.

Berdasarkan hasil uji parsial pada variabel transparansi terhadap kepuasan, dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} = 0.388 < t_{tabel 0.025(194)} = 1.97227$  dan  $p\text{-value} = 0.699 > 0.05$  maka  $H_0$  diterima. Jadi, pada taraf signifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel transparansi (X2) terhadap variabel kepuasan (Y1). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pohan et al., 2018) mengemukakan bahwa transparansi memberikan pengaruh positif pada keputusan muzakki dalam membayar zakat. Hasil penelitian ini juga tidak mendukung pendapat bahwa transparansi dalam laporan keuangan kepada masyarakat merupakan bentuk pertanggungjawaban badan amil zakat terhadap masyarakat yang membayarkan zakatnya. Informasi yang disajikan oleh badan amil zakat secara lengkap, mudah diakses, dan transparan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap badan amil zakat tersebut.

#### **4.5.3 Pengaruh akuntabilitas terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat**

Hasil dari penelitian hipotesis ketiga menunjukkan penerimaan hipotesis bahwa akuntabilitas dalam membayar zakat melalui lembaga zakat berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat. Hal ini ditunjukkan hasil perhitungan regresi berganda, bahwa nilai Beta variabel akuntabilitas (X3) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat (Y1) sebesar 0,202, artinya setiap terjadi peningkatan nilai akuntabilitas (X3) sebesar 1 satuan maka akan terjadi peningkatan kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat (Y1) sebesar 0,202.

Hasil uji parsial pada variabel akuntabilitas terhadap kepuasan, dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} = 2.618 > t_{tabel 0.025(194)} = 1.97227$  dan p-value =  $0.010 > 0.05$  maka  $H_0$  diterima. Jadi, pada taraf signifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa tidak berpengaruh signifikan antara variabel akuntabilitas (X3) terhadap kepuasan (Y1). Hasil tersebut sejalan dengan penelitian (Inayah & Muanisah, 2018) oleh (Inayah & Muanisah, 2018) dimana hasil penelitian yang dilakukan menghasilkan nilai yang tidak signifikan antara variabel akuntabilitas dengan kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayarkan zakatnya melalui lembaga zakat.

#### **4.5.4 Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat**

Hasil dari penelitian hipotesis ketiga menunjukkan penerimaan hipotesis bahwa kepercayaan dalam membayar zakat melalui lembaga zakat berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat. Hal ini ditunjukkan hasil perhitungan regresi berganda, bahwa nilai Beta variabel kepercayaan (X4) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat (Y1) sebesar 0,242, artinya setiap terjadi peningkatan nilai kepercayaan (X4) sebesar 1 satuan maka akan terjadi peningkatan kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat (Y1) sebesar 0,242.

Hasil uji parsial pada variabel kepercayaan terhadap kepuasan dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} = 3.565 > t_{tabel 0.025(194)} = 1.97227$  dan  $p\text{-value} = 0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak. Jadi, pada taraf signifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa berpengaruh signifikan antara variabel kepercayaan (X4) terhadap variabel kepuasan (Y1). Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh (Inayah & Muanisah, 2018) menyatakan hasil yang sama, yaitu signifikan positif atas variabel kepercayaan dengan kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayarkan zakatnya melalui badan amal. Kepercayaan terjadi ketika seseorang menerima tindakan orang lain dengan harapan bahwa orang tersebut akan melakukan tindakan sesuai apa yang mereka harapkan. Kepercayaan termasuk kedalam keyakinan seseorang kepada orang lain atau

pihak lain yang terkait untuk terciptanya hubungan panjang antara kedua belah pihak yaitu muzakki dan lembaga zakat terkait, dengan terciptanya hubungan jangka panjang ini, dapat dikatakan jika muzakki mendapatkan kepuasannya serta loyalitasnya kepada lembaga zakat terkait setelah kepercayaan ini terbentuk.

#### **4.5.5 Pengaruh kemudahan terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat**

Hasil dari penelitian hipotesis ketiga menunjukkan penerimaan hipotesis bahwa kemudahan dalam membayar zakat melalui lembaga zakat berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat. Hal ini ditunjukkan hasil perhitungan regresi berganda, bahwa nilai Beta variabel kemudahan (X5) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat (Y1) sebesar 0,168, artinya setiap terjadi peningkatan nilai kemudahan (X5) sebesar 1 satuan maka akan terjadi peningkatan kepuasan muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat (Y1) sebesar 0,168.

Hasil uji parsial pada variabel kemudahan terhadap kepuasan, dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} = 3.211 > t_{tabel 0.025(194)} = 1.97227$  dan  $p\text{-value} = 0.002 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak. Jadi, pada taraf sigifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa

berpengaruh signifikan antara variabel kemudahan (X5) terhadap variabel kepuasan (Y1).

#### **4.5.6 Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas muzakki dalam membayarkan zakatnya melalui lembaga zakat**

Hasil dari penelitian hipotesis ketiga menunjukkan penerimaan hipotesis bahwa kepuasan dalam membayar zakat melalui lembaga zakat berpengaruh positif terhadap loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat. Hal ini ditunjukkan hasil perhitungan regresi berganda, bahwa nilai Beta variabel kepuasan (Y1) memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat (Y2) sebesar 0,562, artinya setiap terjadi peningkatan nilai kepuasan (Y1) sebesar 1 satuan maka akan terjadi peningkatan loyalitas muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat (Y2) sebesar 0,562.

Hasil dari pengaruh variabel kepuasan terhadap loyalitas secara parsial ( $t$  hitung). Dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} = 7.741 > t_{tabel 0.025(198)} = 1.97202$  dan  $p\text{-value} = 0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak. Jadi, pada taraf signifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa berpengaruh signifikan antara variabel kepuasan (Y1) terhadap variabel loyalitas (Y2). Hasil penelitian ini

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Musqari dan Nurul Huda (2018) dengan hasil signifikan positif terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki dalam membayarkan zakatnya melalui lembaga zakat dengan artian penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan. Kepuasan terhadap muzakki dapat ditandai dengan adanya transaksi pembayaran zakat secara berulang kepada lembaga zakat terkait sehingga menarik muzakki untuk melakukan pembayaran zakat dengan lembaga zakat yang sama setiap tahunnya. Lembaga zakat mendapatkan keuntungan yang besar setelah muzakki terus membayarkan zakat kepadanya setiap tahunnya, begitu juga muzakki yang merasakan kepuasan dengan lembaga zakat tempatnya menyalurkan zakat. Jadi dari kedua belah pihak merasakan kepuasannya masing masing, faktor kepuasan ini dapat membantu keduanya untuk bisa lebih percaya antar satu sama lain serta dapat membuat muzakki meyakini keyakinannya secara penuh kepada lembaga zakat terkait karena ketika keyakinan dan keinginan dari muzakki terpenuhi, maka muzakki akan terus melakukan pembayaran zakat melalui lembaga zakat terkait secara berulang.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DA SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh transparansi, akuntabilitas, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pembayar zakat dapat diringkas sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independent religiusitas, kepercayaan, dan kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan muzakki dalam membayarkan zakatnya melalui lembaga zakat. Sedangkan variabel independen transparansi dan akuntabilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan muzakki dalam membayarkan zakatnya melalui lembaga zakat.
2. Hasil pengujian pada variabel dependen menunjukkan kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas muzakki dalam membayarkan zakatnya melalui lembaga zakat.

#### **5.2 Saran**

1. Dalam rangka meningkatkan loyalitas pembayar zakat, lembaga zakat di Yogyakarta perlu memperhatikan religiusitas, transparansi, akuntabilitas kepercayaan dan kemudahan. Cara ini dapat dilakukan dengan selalu memberikan informasi yang memadai tentang waktu pembayaran zakat dan cara perhitungannya, memberikan laporan yang teratur dan terkini terkait

dengan jumlah zakat yang masuk dan jumlah zakat yang dikeluarkan untuk membiayai massa.

2. Organisasi pengelola zakat di Yogyakarta harus mampu menjadi organisasi pengelola zakat yang amanah, memberikan pelayanan prima kepada seluruh pembayar zakat sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, serta terus berinovasi melalui pengembangan layanan zakat yang didukung dengan sumber daya manusia yang mumpuni dan teknologi yang terintegrasi.





## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, E. (2009). *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam* [PT. Rajagrafindo Persada]. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13801/5/BAB%202.pdf>
- Badan Pusat Statistik Yogyakarta. (2022). *Profil Kemiskinan D.I. YogyakartaMaret 2022*. <https://yogyakarta.bps.go.id/pressrelease/2022/07/15/1238/profil-kemiskinan-d-i--yogyakarta-maret-2022.html>
- Bahri, E. S., Suhaeti, A., & Nasution, N. (2021). Trust, Religiosity, Income, Quality of Accounting Information, and Muzaki Decision to Pay Zakat. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 9(1), 39–58. <https://doi.org/10.35836/jakis.v9i1.217>
- Dewi, M. C. (2022). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech : Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model ( TAM ) ( Studi Empiris Pada Muzaki Di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta )* [Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/38023>
- Franciska, J. H., Nurcholisah, K., & Nurhayati. (2015). Analisis Akuntabilitas dan Transparansi Laporan Keuangan terhadap Retensi Muzakki pada Lembaga Amil Zakat (Studi Kasus pada Rumah Yatim Cabang Antapani Bandung). *Prosiding Akuntansi*. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/2111>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 Edisi ke-9*. [http://slims.umn.ac.id//index.php?p=show\\_detail&id=19545](http://slims.umn.ac.id//index.php?p=show_detail&id=19545)
- Gunawan, K. (2017). Pelayanan Lembaga Zakat Untuk Meningkatkan Kepuasan Muzakki. *Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus*. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Ziswaf/article/view/3047>
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial (I)*. Trussmedia Grafika. <https://www.researchgate.net/publication/340663611>

- Ikhwandha, F. M. (2018). *Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan Afektif Dan Kognitif Terhadap Minat Bakat Zakat Melalui Lembaga Zakat*.  
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/7684>
- Inayah, N., & Muanisah, Z. (2018). Hubungan Kepercayaan, Transparansi, Dan Akuntabilitas Terhadap Loyalitas Muzakki Pada Badan Amil Zakat (Studi Kasus di Kecamatan Tegalsari Banyuwangi). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1, 17–33.  
<https://jurnal.stitnualhikmah.ac.id/index.php/activa/article/view/318>
- Jen, W., Tu, R., & Lu, T. (2011). Managing passenger behavioral intention: An integrated framework for service quality, satisfaction, perceived value, and switching barriers. *Transportation*, 38(2), 321–342. <https://doi.org/10.1007/s11116-010-9306-9>
- Kabiri, F., Sanaze, S., Mousavi, S., Jalali, H., & Node, F. G. (2013). Effective Factors On Consumer Loyalty And Satisfaction. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 2(10). <https://platform.almanhal.com/Files/Articles/38388>
- Komarudin, P., Hidayat, & Rifqi, M. (2018). Perusahaan Sebagai Subjek Zakat Dalam Perspektif Fikih Dan Peraturan Perundangan. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/IQT/article/view/1598>
- Mardini, A. I., Pramuka, A. B., & Putri, K. N. (2020). The Effect Of Accountability, Transparency, And Service Quality Toward Loyalty Of Zakat Payers. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2). <http://e-journal.iainfmpapua.ac.id/index.php/oikonomika/article/view/71/46>
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.  
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Oktaviani, G. (2019). *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pt. Gita Rifa Express (Studi Kasus Pengiriman Barang Daerah Batusangkar)*.  
<https://repository.uir.ac.id/1952/1/155210663.pdf>
- Pangestu, I. (2016). *Analisis Dalam Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Muzakki Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat Kota Semarang*.  
<http://lib.unnes.ac.id/26078/1/7211412177.pdf>
- Permatasari, C. H. N. (2022). *As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal Analisis Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat terhadap Loyalitas Muzaki*.  
<https://doi.org/10.XXXXX/assyirkah.v1i1.8>

- Pohan, H., Riza, Z., & Mutia, E. (2018). Pengaruh Transparansi Keuangan Pengelolaan Zakat, Dan Sikap Badan Amil Zakat Terhadap Tingkat Kepuasan Muzaki Dalam Membayar Zakat Di Baitul Maal Provinsi Aceh (Studi Kasus : Baitul Mal Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 3(1), 135–141. <https://jim.usk.ac.id/EKA/article/view/6013>
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Prudential Syariah. (n.d.). Jenis-Jenis Zakat dan Ketentuannya. *PT Prudential Sharia Life Assurance Berizin Dan Diawasi Oleh Otoritas Jasa Keuangan*. Retrieved June 13, 2023, from <https://www.prudentialsyariah.co.id/id/pulse/article/ketahui-macam-macam-zakat-ketentuannya-yang-ada-di-indonesia/>
- Puskas BAZNAS. (2019). *Indeks Transparansi OPZ*. Pusat Kajian Strategis - Badan Amil Zakat Nasional (PUSKAS BAZNAS). <https://puskasbaznas.com/publications/books/1111-indeks-transparansi-organisasi-pengelola-zakat-opz>
- Rahmawati, H. K. (2016). *Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal Di Argopuro*. 1(2). <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/comdev/article/view/2584>
- Rakhmania, A. N. (2018). *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Muzakki Mengeluarkan Zakat Melalui Lembaga Amil Zakat Di Kota Malang*.
- Rostiana, A. S. (2021). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Muslim Milenial Dalam Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/32115>
- Said, S., Badina, T., & Syahidah, S. (2020). Syi'ar Iqtishadi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Melalui Kepuasan Muzakki Sebagai Variabel Intervening Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Serang. *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 4(1). <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JIEc/article/view/8177>
- Salman, K. R. (2022). The Effect of Transparency, Accountability, and Subjective Norms on Loyalty and Decisions of Muzakki. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 25(1), 93. <https://doi.org/10.14414/jebav.v25i1.3010>

- Salsabila, R. Z. (2022). *Pengaruh Religiusitas, Akuntabilitas, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Masyarakat Membayar Zakat, Infak, Dan Sedekah (Zis) Melalui Digital Platform*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/37838>
- Savitri, A. (2019). Strategi Digital Fundraising Zakat, Infak, Dan Sedekah Di Indonesia. *Revolusi Industri*, 4. <https://www.imf.org/external/lang/indonesian/np/blog/2018/022618i.pdf>
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*.
- Terkini Jogja. (2022). Potensi Zakat di DIY Mencapai Rp 2 Triliun, Tetapi Realisasinya Hanya Sebegini. *JPNN.Com Jogja*.
- Wantara, P. (2015). International Journal of Economics and Financial Issues The Relationships among Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty in Library Services. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5, 10–11. <http://www.econjournals.com>
- Wiharjo, B., Hendratmi, & Achsanika. (2019). Persepsi Pengguna Zakat Online Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2). <https://repository.unair.ac.id/119296/>



**LAMPIRAN**  
**Lampiran 1**  
**Kuesioner Penelitian**

Assalamualaikum Wr. Wb

Perkenalkan saya Shidky Aygarini, Mahasiswi Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Alhamdulillah pada saat ini sedang menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Lembaga Zakat”

Mohon untuk mengisi setiap poin pertanyaan sesuai kondisi yang sebenarnya karena tidak ada jawaban salah dan benar dalam kuesioner ini. Kuesioner ini dibuat untuk kepentingan penyelesaian Tugas Akhir. Seluruh data dan informasi responden akan dijamin kerahasiannya.

Adapun kriteria responden:

1. Responden yang beragama islam
2. Responden ada berada di wilayah Yogyakarta
3. Responden yang membayar zakat melalui lembaga zakat

Berikut merupakan link kuesionernya:

<https://forms.gle/DHfE5yqyFo4FPsfE9>

Bagi 4 responden yang beruntung akan mendapatkan saldo ShopeePay/ Dana/ Ovo/ Gopay senilai @Rp 50.000.

Jika terdapat pertanyaan mengenai kuesioner tersebut, bisa hubungi saya melalui email [19312038@students.uii.ac.id](mailto:19312038@students.uii.ac.id)

Terimakasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.

I. Profil Responden

1. Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

2. Usia

- $\leq 20$  tahun
- 31-40 tahun
- 21-30 tahun
- $\geq 41$  tahun

3. Pendidikan Terakhir

- SMA/ SMK
- Diploma (D3)
- Sarjana (S1)
- Magister (S2)
- Doktor (S3)

4. Pekerjaan

- Pelajar Mahasiswa
- Pengusaha
- Pegawai Negeri Sipil (PNS)
- TNI
- Polri
- Pegawai Swasta
- Dokter
- Perawat / Bidang Kesehatan

5. Tingkat Pendapatan



- < Rp 1.000.000,-
- Rp5.000.001 – Rp10.000.000,-
- Rp10.0000.001 – Rp20.000.000,-
- > Rp20.000.000,-

II. Item Pertanyaan

Instruksi:

Bapak/Ibu/Saudara/Saudari cukup memilih salah satu jawaban pada kolom yang tersedia di bawah yang saudara anggap paling sesuai dengan preferensi Bapak/Ibu/Saudara/Saudari terhadap kepuasan dan loyalitas dalam membayar zakat melalui lembaga zakat.

Keterangannya:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju



1. Religiusitas

No	Reliusitas	1	2	3	4	5
1.	Saya percaya bahwa membayar zakat merupakan pembersihan harta kotor seseorang.					
2.	Saya membayar zakat karena perintah agama.					
3.	Saya merasa senang ketika membayar zakat karena dapat meringankan beban					

	saudara sesama yang membutuhkan.					
4.	Saya membayar zakat atas keinginan sendiri dan untuk mencari ridho serta pahala dari Allah.					
5.	Saya membayar zakat sesuai dengan kategori kemampuan saya.					

## 2. Transparansi

No	Transparansi	1	2	3	4	5
1.	Saya dapat melihat publikasi laporan keuangan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang saya gunakan melalui website/ media masa lainnya.					
2.	Saya mendapatkan bukti transaksi pembayaran zakat secara real time.					
3.	Saya dapat memberikan kritik serta saran terkait lembaga zakat pada media masa yang saya gunakan.					
4.	Saya dapat dengan mudah mendapatkan bukti transaksi pembayaran zakat.					
5.	Saya dapat mengetahui melalui lembaga mana zakat saya disalurkan.					



### 3. Akuntabilitas

No	Akuntabilitas	1	2	3	4	5
1.	Bagi saya pelaporan transaksi yang disediakan oleh Lembaga Zakat yang saya gunakan memiliki biaya yang murah.					
2.	Saya dapat mengakses layanan bantuan ketika saya dalam kesulitan.					
3.	Saya dapat dengan mudah mengetahui prosedur pembayaran zakat secara online pada platform yang saya gunakan.					
4.	Saya mendapatkan pelayanan yang responsi atas pertanyaan yang saya ajukan kepada lembaga zakat yang saya gunakan.					

### 4. Kepercayaan

No	Kepercayaan	1	2	3	4	5
1.	Saya percaya layanan zakat yang saya pilih akan menyalurkan zakat saya secara tepat.					
2.	Saya berzakat melalui lembaga zakat karena saya percaya dengan layanan zakat yang saya gunakan.					
3.	Layanan zakat yang saya gunakan memiliki fitur pembayaran zakat yang mudah dan lengkap.					
4.	Layanan zakat yang saya gunakan memiliki jaminan transaksi yang baik.					

5.	Platform layanan zakat yang saya gunakan selalu beroperasi dengan baik.					
----	---	--	--	--	--	--

### 5. Kemudahan

No	Kemudahan	1	2	3	4	5
1.	Saya dapat menginstal dan menjelajahi fitur pada aplikasi zakat <i>online</i> dengan mudah dan cepat.					
2.	Saya dapat mengoperasikan fitur yang terdapat pada layanan atau aplikasi zakat <i>online</i> dengan mudah.					
3.	Saya melakukan proses pembayaran zakat <i>online</i> dengan cepat dan juga praktis.					
4.	Adanya layanan zakat <i>online</i> memudahkan saya dalam membayar zakat.					
5.	Pada layanan zakat <i>online</i> tersedia kalkulator sehingga dapat memudahkan saya dalam menghitung zakat yang akan dikeluarkan					
6.	Fitur yang ada dalam aplikasi zakat <i>online</i> mudah dipahami.					

### 6. Kepuasan

No	Kepuasan	1	2	3	4	5
1.	Saya merasa puas setelah membayar zakat melalui lembaga zakat yang saya gunakan.					

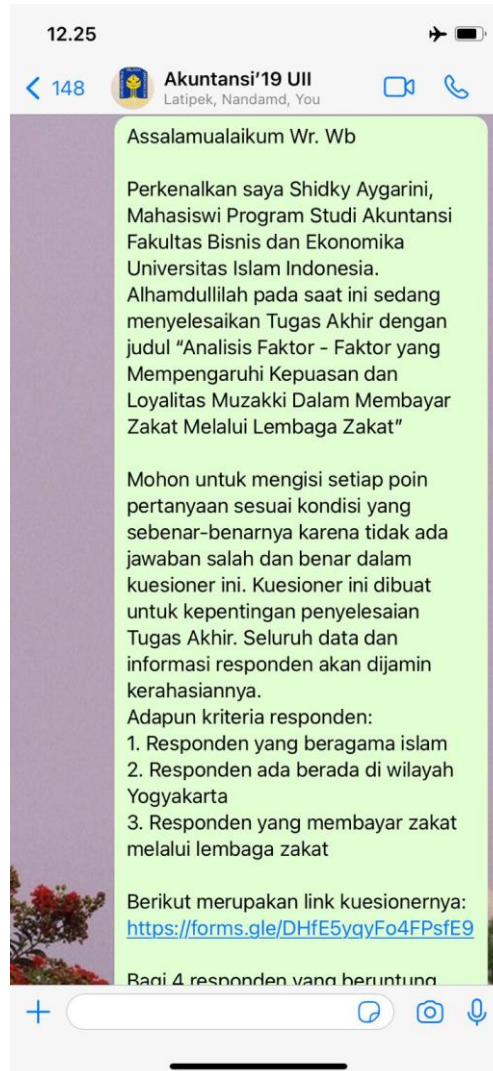
2.	Semakin baik pelayanan yang diberikan membuat saya semakin merasa puas.					
3.	Kepuasan pada diri saya akan berdampak positif bagi lembaga zakat.					
4.	Apabila harapan muzakki terpenuhi maka saya akan merasa puas.					
5.	Jika saya merasa puas saya akan melakukan pembayaran zakat berulang secara teratur.					

### 7. Loyalitas

No.	Loyalitas	1	2	3	4	5
1.	Saya tetap ingin berzakat melalui lembaga zakat yang biasanya saya gunakan.					
2.	Saya tidak akan pindah keselain lembaga zakat yang sekarang saya gunakan.					
3.	Saya akan menceritakan dan merekomendasi lembaga zakat yang saya gunakan kepada orang lain.					
4.	Semakin lembaga zakat menunjukkan perhatiannya, maka saya akan semakin loyalitas.					
5.	Saya akan datang dan membayar zakat secara terus menerus makin lama makin banyak.					

### Lampiran 2

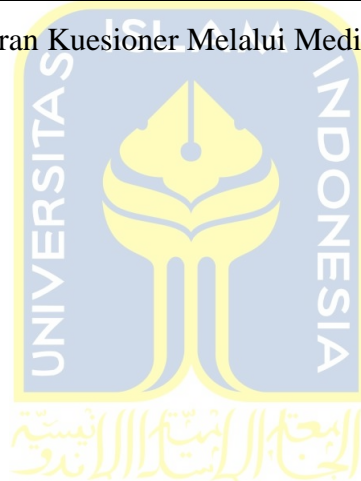
## Bukti Penyebaran Kuesioner



Penyebaran Kuesioner Melalui Media Sosial WhatsApp



Penyebaran Kuesioner Melalui Media Sosial Twitter





Form Kuesioner: <https://forms.gle/DHfE5yqyFo4FPsfE9>

### Lampiran 3

#### Hasil Tabulasi Data

Religiusitas (X1)					
R1	R2	R3	R4	R5	Total
5	4	5	5	5	24
3	5	5	5	3	21
4	2	4	4	5	19
5	5	5	4	4	23
3	5	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24

3	4	4	4	4	19
4	4	5	4	4	21
4	5	5	5	4	23
4	5	4	5	5	23
5	5	5	5	3	23
5	4	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
5	4	4	4	5	22
3	3	3	4	3	16
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	5	5	3	3	21
3	4	5	4	4	20
4	3	5	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
5	4	5	5	5	24
5	4	4	5	5	23
4	4	5	4	4	21
2	2	1	2	4	11
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
3	2	4	3	3	15
3	1	4	5	3	16
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
3	3	3	4	4	17
4	5	3	4	4	20
5	4	5	5	5	24
5	4	5	5	4	23
5	3	4	4	4	20
4	5	5	4	4	22



4	5	4	5	4	22
4	2	5	2	5	18
4	5	4	5	4	22
4	5	3	3	4	19
5	5	5	5	4	24
4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22
4	4	5	5	3	21
5	2	4	5	5	21
5	4	4	5	4	22
5	4	5	4	5	23
4	5	4	5	3	21
2	3	5	4	4	18
5	4	4	5	5	23
4	4	5	5	4	22
4	4	5	3	3	19
5	4	3	2	5	19
4	5	2	2	4	17
4	3	5	4	3	19
5	4	5	3	4	21
4	3	5	5	4	21
5	4	4	5	5	23
4	5	3	4	5	21
4	5	3	4	5	21
2	5	5	4	4	20
3	4	4	4	5	20
5	4	3	5	5	22
4	3	4	5	5	21
4	3	4	5	5	21
5	4	5	5	5	24
3	5	4	5	4	21
5	5	5	5	4	24
3	3	4	5	5	20
5	4	3	4	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25





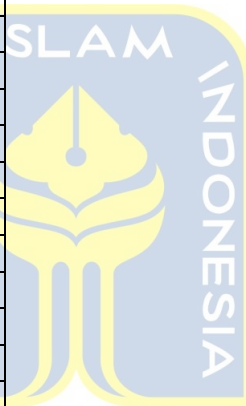
5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	3	4	3	20
5	5	3	4	4	21
4	3	4	5	5	21
4	5	5	5	5	24
4	4	3	4	4	19
4	5	4	4	5	22
5	4	4	5	5	23
3	4	5	5	4	21
3	4	5	3	4	19
3	4	5	4	3	19
4	5	3	4	5	21
4	5	4	5	5	23
3	5	4	5	5	22
4	4	4	5	5	22
4	5	5	4	5	23
3	2	5	5	5	20
5	4	5	5	4	23
3	3	4	5	4	19
5	4	5	5	4	23
2	4	4	5	3	18
4	5	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	5	3	4	5	21
4	5	4	3	4	20
5	4	4	5	3	21
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
4	5	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	3	4	4	20
3	3	5	4	4	19
5	4	4	5	5	23
4	5	4	5	4	22
5	5	5	5	4	24



5	5	5	4	4	23
4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	5	23
5	4	5	4	5	23
4	4	5	3	5	21
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
5	4	3	4	4	20
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	4	23
4	5	4	4	5	22
4	4	4	5	5	22
5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	4	24
5	4	5	5	4	23
5	5	4	4	4	22
4	5	4	5	5	23
5	4	4	3	4	20
4	4	5	3	5	21
4	5	4	4	5	22
4	5	4	4	5	22
5	4	5	4	4	22
4	5	3	5	3	20
5	5	4	5	4	23
4	5	3	5	4	21
5	3	5	4	4	21
3	2	4	5	4	18
5	4	5	5	3	22
4	5	3	4	5	21
4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	5	22
5	5	4	5	4	23
4	4	3	4	4	19
4	4	5	5	3	21
4	5	2	3	5	19
5	4	5	4	5	23
5	3	3	4	4	19
4	5	5	3	3	20
5	4	5	4	5	23
5	5	4	4	4	22

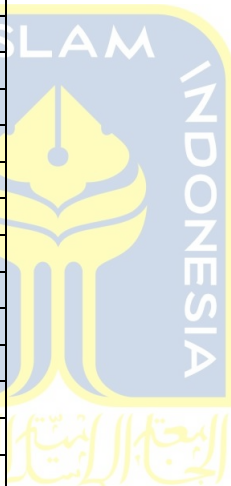


3	3	4	4	4	18
3	3	3	3	3	15
4	5	4	5	4	22
4	4	5	5	5	23
3	4	4	4	4	19
5	4	4	5	3	21
4	4	3	5	4	20
2	4	4	3	4	17
3	4	2	3	4	16
5	4	2	5	4	20
5	4	5	4	4	22
4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	4	21
4	5	4	3	5	21
4	4	5	5	4	22
4	5	4	4	3	20
4	5	2	4	5	20
5	4	5	3	4	21
2	4	4	4	5	19
5	4	4	4	4	21
3	5	5	3	5	21
4	5	3	4	5	21
4	3	5	5	3	20
1	4	3	4	5	17
4	4	3	3	4	18
4	4	3	3	4	18
2	4	4	5	4	19

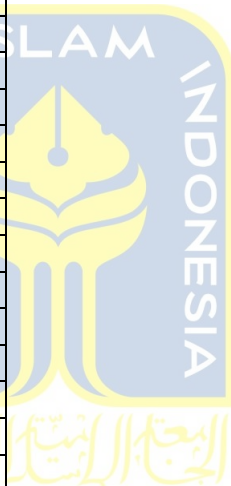


Transparansi (X2)					
T1	T2	T3	T4	T5	Total
2	5	5	5	3	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
4	4	4	5	4	21
1	3	1	1	1	7
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21
4	4	4	5	5	22
3	3	3	4	4	17
4	4	5	5	5	23
5	5	4	5	4	23

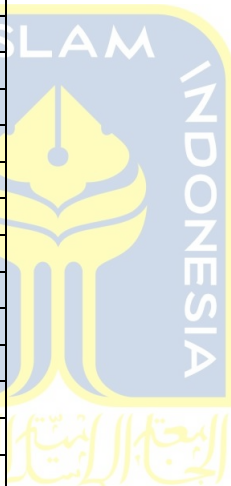
4	5	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	4	22
4	4	3	3	3	17
3	2	3	3	3	14
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	3	4	4	5	19
5	5	3	5	4	22
3	4	2	4	3	16
2	4	4	4	5	19
2	2	2	3	3	12
3	3	3	3	3	15
2	4	4	2	3	15
3	3	3	3	4	16
3	3	3	3	3	15
5	5	5	4	5	24
4	5	4	4	5	22
5	5	4	5	5	24
1	2	3	2	2	10
4	4	4	4	5	21
4	5	4	5	4	22
3	3	3	3	3	15
3	2	1	1	1	8
4	3	4	5	4	20
3	4	4	4	5	20
5	5	5	5	5	25
3	2	3	2	2	12
3	4	4	4	4	19
4	4	4	5	5	22
5	3	3	4	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
5	3	4	3	3	18
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
5	4	4	5	4	22
2	5	4	5	4	20
3	4	4	4	5	20



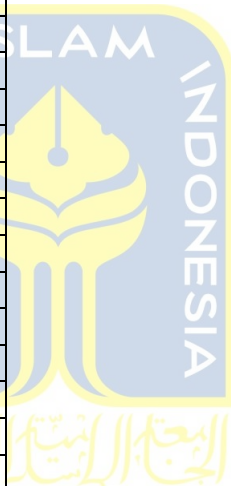
5	3	5	2	4	19
3	3	3	4	3	16
5	4	5	4	5	23
3	5	4	4	3	19
4	4	5	5	4	22
4	4	5	5	5	23
5	4	5	3	3	20
3	3	3	4	2	15
4	4	5	4	5	22
4	5	5	4	5	23
4	5	3	4	5	21
5	4	5	4	3	21
5	4	4	4	2	19
4	3	4	4	3	18
5	4	3	5	5	22
5	4	4	5	5	23
4	4	3	5	5	21
3	4	5	4	3	19
4	4	5	5	5	23
5	4	3	5	4	21
4	5	3	5	5	22
5	3	5	5	5	23
4	4	4	5	3	20
4	4	4	5	4	21
3	4	4	5	4	20
4	5	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23
4	4	5	5	3	21
4	2	5	3	4	18
5	4	3	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	4	5	5	5	22
1	5	2	5	2	15
5	4	4	5	4	22
5	4	4	4	4	21
1	5	4	5	3	18
5	5	5	5	5	25
2	4	2	4	4	16
4	3	4	4	4	19



4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	4	23
4	4	3	3	4	18
5	4	3	4	5	21
4	4	4	5	4	21
3	3	3	5	5	19
3	4	4	4	3	18
3	4	5	5	5	22
4	4	5	3	5	21
3	3	3	3	5	17
4	5	4	5	4	22
5	4	5	4	5	23
4	5	4	3	4	20
4	3	4	5	5	21
4	5	4	5	4	22
4	5	5	3	5	22
5	5	4	4	4	22
4	5	3	4	5	21
5	4	4	5	4	22
5	5	4	5	5	24
4	5	3	5	2	19
4	5	5	4	3	21
4	4	5	5	4	22
5	4	5	5	5	24
4	5	5	5	3	22
5	4	5	4	5	23
5	4	4	5	5	23
5	4	5	3	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
4	4	5	3	4	20
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	3	4	5	22
5	4	4	4	4	21
3	4	5	4	5	21
4	5	4	4	3	20
1	3	2	3	4	13
4	5	5	4	4	22
2	4	3	4	4	17
5	4	5	5	4	23



5	4	4	5	5	23
4	4	5	4	3	20
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
4	4	4	3	3	18
4	4	5	5	5	23
5	4	4	5	5	23
4	4	5	5	5	23
5	5	4	5	5	24
5	4	4	4	5	22
4	4	4	5	4	21
5	4	4	5	4	22
4	4	5	4	5	22
4	5	5	4	4	22
5	4	5	5	5	24
4	5	5	4	4	22
5	4	4	5	5	23
5	4	4	4	5	22
5	5	4	5	4	23
4	5	4	5	3	21
5	4	3	4	4	20
5	4	5	3	3	20
4	4	5	3	5	21
4	5	4	4	4	21
2	4	4	4	4	18
5	4	3	4	5	21
5	5	4	5	5	24
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
5	5	5	4	4	23
4	5	3	5	4	21
5	5	3	4	5	22
5	5	5	4	5	24
4	5	4	4	5	22
5	4	5	4	4	22
4	4	5	4	5	22
5	4	4	4	5	22
3	3	4	4	3	17
3	3	3	3	3	15
4	4	5	5	4	22



4	5	5	5	5	24
3	5	4	4	4	20
5	4	4	5	4	22
3	5	4	4	4	20
3	4	4	3	4	18
4	4	3	3	4	18
5	5	4	4	5	23
3	4	3	4	4	18
5	4	5	5	4	23
5	5	3	5	4	22
3	4	3	5	4	19
5	5	5	3	4	22
5	4	4	5	4	22
3	4	5	3	4	19
4	3	5	5	4	21
3	4	4	4	4	19
4	4	4	5	4	21
3	5	5	5	4	22
5	2	5	4	4	20
5	4	3	3	3	18
4	4	4	2	3	17
4	3	4	5	5	21
1	3	3	3	4	14
5	4	3	4	3	19

Transparansi (X3)				
Ak1	Ak2	Ak3	Ak4	Total
5	4	5	4	18
3	5	5	5	18
5	4	5	4	18
4	4	4	5	17
3	5	5	3	16
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
5	3	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16



5	4	5	5	19
4	3	4	3	14
3	3	4	3	13
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	3	4	3	15
2	4	3	2	11
3	3	3	5	14
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
3	4	2	2	11
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
1	1	2	2	6
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
3	3	3	3	12
2	3	3	3	11
4	4	3	3	14
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
3	2	4	4	13
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
5	3	4	4	16
4	5	4	3	16
5	4	4	5	18
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
4	4	5	4	17
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	4	3	3	14
4	5	4	5	18



5	3	4	5	17
4	5	4	3	16
5	5	4	3	17
5	5	4	4	18
5	3	3	4	15
4	4	5	4	17
4	5	5	5	19
3	5	5	4	17
5	4	3	4	16
5	3	4	5	17
5	4	4	4	17
4	5	3	5	17
4	5	5	5	19
4	3	5	5	17
5	5	3	4	17
4	5	5	5	19
3	4	4	5	16
4	5	3	4	16
4	5	5	4	18
5	4	3	5	17
3	5	3	4	15
5	4	4	4	17
5	3	3	4	15
4	4	5	5	18
5	4	4	4	17
5	3	5	5	18
5	4	4	4	17
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
3	3	4	4	14
4	4	5	5	18
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
5	2	4	4	15
3	3	4	5	15
4	4	4	4	16
3	4	5	5	17
3	3	4	4	14



4	3	5	3	15
5	5	4	3	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	3	5	5	17
4	5	3	4	16
4	3	5	5	17
4	5	3	5	17
5	3	4	5	17
4	5	4	5	18
5	2	4	3	14
5	5	4	4	18
5	5	3	4	17
5	4	5	5	19
5	4	4	3	16
5	4	4	5	18
5	5	4	4	18
4	4	3	4	15
4	5	3	2	14
5	3	4	4	16
5	5	4	4	18
5	4	3	3	15
5	4	3	4	16
5	4	5	4	18
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	4	4	5	17
4	5	4	3	16
4	4	5	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
5	5	4	5	19
5	4	3	5	17
4	4	5	4	17
3	4	5	4	16
4	4	3	3	14
5	5	5	4	19



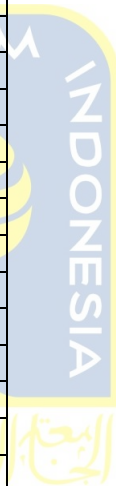
5	5	5	4	19
3	4	4	3	14
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
4	3	4	5	16
5	3	4	5	17
5	4	5	4	18
5	4	3	4	16
5	5	5	4	19
5	5	5	4	19
4	4	4	5	17
5	5	4	5	19
4	5	3	3	15
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
5	3	4	5	17
5	5	5	4	19
5	5	4	5	19
4	4	3	3	14
5	4	5	4	18
5	4	5	5	19
4	5	4	4	17
5	5	4	4	18
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	5	4	19
5	3	3	5	16
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	4	5	4	17
4	5	5	4	18
5	4	5	4	18
3	4	4	3	14
3	3	3	3	12
4	4	4	5	17
5	5	4	5	19
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17



3	4	3	5	15
3	4	5	5	17
4	4	3	4	15
5	4	4	5	18
4	5	5	3	17
4	3	3	5	15
5	4	5	5	19
5	4	5	2	16
3	5	4	4	16
2	5	4	3	14
3	4	3	2	12
4	5	5	4	18
4	4	5	3	16
4	4	5	5	18
4	4	3	4	15
4	4	5	3	16
3	5	3	3	14
4	4	4	4	16
4	3	5	4	16
5	4	5	3	17
3	3	4	5	15

Kepercayaan (X4)					
Kep1	Kep2	Kep3	Kep4	Kep5	Total
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	3	21
5	4	4	4	4	21
5	5	3	3	3	19
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21
5	5	5	4	5	24
4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	5	21
4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	3	3	4	4	18

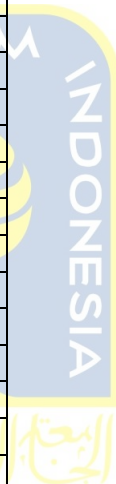
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	3	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	3	4	3	3	17
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	3	22
4	3	4	4	4	19
2	1	2	2	1	8
4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
3	3	1	2	2	11
5	4	4	4	4	21
3	4	3	4	4	18
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23
5	3	5	4	4	21
4	4	5	5	5	23
2	5	4	4	5	20
5	3	5	4	4	21
5	5	4	4	4	22
5	4	4	5	2	20
4	4	5	5	5	23
5	4	5	5	4	23
4	4	5	5	5	23
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
3	3	3	4	4	17
3	4	5	3	3	18
2	3	4	4	4	17
4	5	3	5	3	20



5	4	4	5	4	22
5	4	3	4	5	21
4	5	4	5	4	22
4	2	4	5	3	18
4	5	4	5	4	22
5	2	3	4	5	19
5	4	4	5	4	22
3	4	4	5	5	21
5	4	4	3	4	20
5	3	4	4	5	21
4	5	5	3	4	21
4	5	5	4	5	23
3	5	4	5	5	22
5	2	3	4	5	19
4	5	4	4	5	22
4	5	5	4	4	22
3	3	4	5	5	20
4	4	4	5	4	21
4	4	3	5	4	20
5	5	4	3	4	21
4	5	5	5	5	24
4	5	4	5	4	22
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
4	3	4	5	4	20
4	4	3	5	3	19
5	2	3	5	4	19
4	4	5	5	3	21
5	5	5	5	5	25



3	3	4	4	4	18
4	5	4	4	3	20
3	3	5	4	5	20
5	4	3	3	4	19
3	4	5	3	4	19
4	4	3	4	5	20
4	5	5	4	5	23
4	5	5	5	4	23
4	5	3	4	4	20
2	4	5	5	5	21
5	3	4	5	4	21
4	5	5	5	5	24
4	5	5	4	4	22
5	4	5	3	4	21
5	2	4	4	5	20
5	5	4	4	5	23
5	4	3	4	5	21
5	5	5	5	5	25
4	2	5	4	4	19
5	5	5	5	4	24
5	3	4	4	5	21
3	5	3	4	3	18
5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
5	4	5	4	4	22
4	4	5	5	5	23
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	2	4	4	5	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	23
4	3	4	4	4	19
5	5	4	5	4	23
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	21
5	4	5	4	5	23
4	4	5	3	3	19
4	5	4	4	4	21





4	4	5	4	5	22
5	5	2	4	3	19
5	4	4	5	4	22
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	4	23
4	4	5	5	5	23
4	5	5	4	4	22
5	5	4	4	5	23
5	5	4	4	4	22
5	3	3	5	3	19
4	4	5	4	4	21
4	3	3	4	5	19
5	4	5	4	5	23
4	5	4	5	4	22
5	4	4	3	5	21
4	5	3	4	5	21
5	4	5	3	4	21
2	4	4	3	4	17
5	5	4	5	4	23
4	5	4	4	4	21
4	5	5	5	4	23
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
5	5	4	5	5	24
3	5	2	3	3	16
4	5	5	4	5	23
5	5	5	4	4	23
3	4	4	5	5	21
4	5	4	5	4	22
5	5	5	4	4	23
5	4	5	4	5	23
3	3	4	4	3	17
3	3	3	3	3	15
4	5	4	4	4	21
4	4	5	5	5	23
5	4	2	2	2	15
4	5	4	5	4	22
4	5	5	3	4	21
4	4	3	4	4	19
4	4	4	2	3	17



5	5	4	5	5	24
5	4	4	5	4	22
5	4	4	5	5	23
3	4	4	3	5	19
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	4	3	4	4	20
5	1	3	4	3	16
4	4	4	3	3	18
5	5	3	5	5	23
4	3	5	5	4	21
3	4	4	3	5	19
5	4	5	4	5	23
4	5	3	4	4	20
5	4	3	3	4	19
3	4	4	4	3	18
4	2	3	3	4	16
3	4	5	4	5	21

Kemudahan (X5)						
Kem1	Kem2	Kem3	Kem4	Kem5	Kem6	Total
4	4	5	5	1	4	23
3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	5	4	5	25
4	4	5	4	4	5	26
3	3	2	3	3	4	18
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	4	5	29
4	4	4	5	4	4	25
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
4	4	5	5	4	4	26
2	4	4	5	5	5	25
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	3	4	4	4	4	23
2	2	2	2	2	2	12
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30

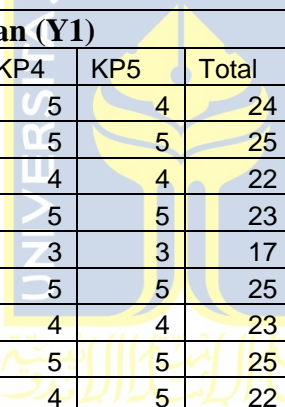
4	4	3	5	5	5	26
4	4	5	5	4	3	25
4	5	3	5	5	4	26
3	3	5	5	5	5	26
4	3	3	4	3	3	20
3	4	4	4	4	4	23
2	2	2	2	2	2	12
3	4	4	4	3	4	22
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	4	3	5	25
4	4	4	4	4	4	24
2	1	3	1	1	3	11
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
5	4	4	4	4	4	25
5	4	3	4	3	4	23
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	5	26
5	5	5	5	5	5	30
4	3	3	4	5	4	23
3	3	5	4	4	5	24
5	4	4	5	5	5	28
5	3	3	2	3	3	19
5	4	4	5	4	4	26
5	5	4	4	4	4	26
5	3	4	5	5	4	26
5	3	5	4	4	4	25
4	5	4	5	5	4	27
5	4	4	5	5	4	27
4	5	4	5	4	5	27
5	4	5	5	5	5	29
5	4	5	5	5	4	28
5	5	4	4	4	5	27
4	5	3	4	5	5	26
4	3	4	5	5	5	26
5	3	4	4	5	5	26
5	4	5	5	4	3	26
5	4	5	5	4	5	28

5	4	4	5	5	5	28
4	3	5	4	3	4	23
5	4	5	5	4	5	28
3	4	5	3	5	4	24
5	4	4	4	5	5	27
5	4	3	5	4	5	26
4	5	5	5	4	4	27
4	5	4	4	5	4	26
4	4	3	4	5	5	25
5	4	3	5	3	4	24
5	3	5	4	3	4	24
5	4	4	5	4	5	27
4	5	4	4	5	5	27
4	2	5	4	4	5	24
4	5	4	4	5	4	26
4	4	5	5	4	5	27
4	5	4	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	5	3	25
4	5	5	5	4	5	28
5	5	4	4	3	5	26
3	4	5	5	3	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	1	4	25
5	4	5	4	4	4	26
4	5	4	5	4	4	26
5	5	5	5	1	5	26
5	5	5	5	1	5	26
3	3	3	5	5	2	21
4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	3	4	4	24
5	4	4	3	3	4	23
5	3	3	4	5	4	24
5	4	4	5	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	3	3	4	21
4	3	4	5	5	4	25
4	5	4	3	4	5	25

4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	5	4	3	25
5	4	5	4	4	5	27
4	5	5	4	4	4	26
5	4	4	5	3	5	26
5	4	5	5	5	5	29
3	5	5	5	5	4	27
4	5	4	5	3	5	26
3	5	4	5	5	5	27
5	4	5	4	5	3	26
5	5	3	4	5	5	27
3	2	5	5	4	5	24
5	4	4	3	4	5	25
4	3	4	4	4	5	24
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	3	5	25
4	4	3	5	3	4	23
4	3	4	4	2	4	21
5	3	4	4	4	3	23
5	5	4	4	5	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	3	2	23
4	5	4	5	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	3	4	25
4	5	5	5	5	5	29
5	4	5	4	5	5	28
5	5	4	4	3	3	24
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	5	5	28
4	5	5	4	4	5	27
5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	5	5	4	26
4	3	4	5	4	4	24
5	4	4	5	5	5	28
4	5	5	5	5	5	29
4	5	3	5	4	5	26
5	5	4	4	3	4	25
4	4	5	5	5	4	27
4	3	3	4	3	5	22
4	5	4	5	5	4	27

5	4	4	5	5	4	27
4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	4	4	27
4	5	4	5	5	5	28
4	4	5	5	5	5	28
4	5	4	3	4	5	25
4	1	5	4	3	4	21
4	5	3	3	4	5	24
5	4	4	5	4	5	27
5	3	4	4	5	4	25
5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	5	3	4	24
4	5	3	3	4	4	23
5	5	2	4	4	5	25
5	5	4	5	5	4	28
5	4	4	5	5	5	28
5	4	4	5	4	5	27
4	4	4	5	4	5	26
4	4	4	5	4	4	25
5	4	5	4	4	5	27
5	5	5	4	5	5	29
5	2	4	2	4	4	21
5	5	5	4	5	4	28
4	3	4	4	4	5	24
5	4	5	4	5	5	28
4	5	4	3	4	5	25
4	5	4	5	5	5	28
4	5	4	4	5	5	27
4	4	4	4	4	3	23
3	3	3	3	3	3	18
4	5	4	4	4	5	26
5	5	4	4	4	4	26
3	3	4	4	4	4	22
2	2	4	4	3	3	18
5	4	3	3	4	4	23
4	4	5	2	4	4	23
2	3	3	4	5	4	21
5	5	4	4	4	4	26
4	4	5	4	3	4	24
4	4	3	5	5	5	26

4	5	5	4	4	4	26
3	2	3	3	3	4	18
4	3	3	4	4	5	23
4	3	4	4	3	5	23
5	5	4	5	4	4	27
4	5	5	5	4	5	28
4	5	3	4	4	5	25
3	3	4	4	4	2	20
4	5	3	3	3	4	22
2	2	4	5	4	3	20
4	3	4	4	3	4	22
4	5	4	5	5	4	27
5	4	5	4	4	5	27
2	4	5	4	3	3	21
5	4	5	4	3	4	25



**Kepuasan (Y1)**

KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Total
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
4	5	4	5	5	23
4	4	3	3	3	17
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25

5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	23
5	5	4	4	4	22
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	5	4	3	5	21
5	4	4	4	4	21
1	1	2	2	1	7
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
2	2	3	4	4	15
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	4	3	3	20
5	4	5	4	4	22
5	3	3	5	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	3	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	5	23
4	5	4	5	5	23
4	5	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	3	5	4	5	22
3	3	4	3	3	16
4	5	4	5	3	21
4	5	5	5	4	23
3	5	5	5	4	22
5	2	2	3	4	16
3	4	3	5	5	20
2	3	4	4	5	18



5	5	4	3	4	21
5	4	3	5	3	20
5	4	4	5	4	22
5	4	4	5	5	23
5	4	3	5	3	20
4	5	5	5	5	24
5	4	5	5	4	23
5	3	5	5	5	23
2	3	5	4	4	18
5	3	4	4	5	21
4	4	5	4	5	22
3	2	3	4	4	16
5	3	2	5	3	18
4	5	4	3	4	20
4	5	3	4	4	20
4	3	4	5	4	20
5	5	5	5	5	25
5	3	3	4	5	20
5	2	3	4	5	19
4	3	4	5	4	20
5	3	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	5	3	3	19
5	5	4	4	3	21
5	3	4	5	3	20
5	4	3	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	3	18
5	3	4	5	5	22
5	4	5	5	4	23
3	4	5	5	5	22



5	4	3	4	4	20
4	4	5	3	4	20
5	5	5	4	4	23
4	5	4	4	3	20
3	5	4	5	5	22
5	5	5	3	4	22
5	4	5	5	4	23
5	4	4	5	5	23
4	3	5	4	4	20
5	4	3	3	5	20
4	5	5	4	5	23
2	5	4	4	4	19
3	4	4	4	5	20
5	5	5	5	5	25
5	3	4	5	4	21
3	5	4	5	5	22
3	5	4	3	3	18
5	4	4	3	5	21
4	5	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
4	4	4	5	4	21
4	5	5	5	5	24
4	5	3	4	5	21
5	5	4	5	5	24
5	4	5	5	4	23
5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
4	5	4	5	4	22
5	4	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
5	5	4	3	4	21
5	5	5	5	4	24
5	4	5	4	5	23
5	3	5	4	4	21
4	3	5	4	5	21
5	5	4	5	5	24
5	3	4	5	4	21
4	5	5	5	3	22
4	5	4	4	5	22

4	5	5	4	3	21
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	4	24
4	5	4	3	4	20
5	4	4	5	4	22
4	2	4	4	4	18
5	4	4	5	3	21
4	5	4	4	4	21
5	4	5	3	4	21
5	5	3	4	5	22
5	5	4	5	4	23
5	3	4	5	4	21
5	2	3	5	4	19
4	5	5	4	4	22
5	3	4	4	5	21
5	5	5	4	4	23
5	4	4	5	5	23
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	4	24
5	5	5	4	4	23
5	4	5	5	5	24
5	3	4	5	3	20
4	5	3	4	5	21
5	5	3	5	5	23
5	4	3	4	4	20
5	4	4	4	5	22
4	4	5	5	4	22
4	5	4	5	4	22
5	5	5	4	5	24
3	3	3	3	3	15
4	5	4	5	5	23
5	5	4	4	5	23
3	4	5	5	5	22
4	4	4	5	3	20
5	3	4	4	4	20
4	4	3	5	4	20
3	4	5	5	5	22
4	4	4	5	4	21
4	5	5	4	3	21
5	5	4	4	4	22
4	4	5	5	4	22

4	4	5	2	4	19
3	4	5	4	5	21
2	5	4	2	3	16
3	4	5	4	1	17
5	4	4	5	5	23
2	5	4	4	5	20
5	4	5	4	3	21
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
2	3	3	3	4	15
3	3	3	4	4	17
3	4	5	3	4	19
5	4	5	4	4	22
4	4	5	4	5	22

Loyalitas (Y2)					
L1	L2	L3	L4	L5	Total
4	3	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
5	4	3	3	4	19
4	4	3	4	5	20
3	3	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
4	3	4	4	3	18
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	4	24
5	5	4	4	5	23
4	3	4	5	4	20
3	3	4	4	4	18
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
5	3	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	2	5	5	5	21
5	4	5	4	3	21
5	3	4	5	4	21
5	5	4	5	4	23

3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	4	5	3	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	5	20
5	3	4	4	4	20
3	3	2	1	2	11
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
3	3	3	3	3	15
3	3	1	3	4	14
4	4	5	3	3	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
5	4	3	5	4	21
5	4	5	5	4	23
5	4	5	3	3	20
5	5	4	5	4	23
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	3	21
5	4	5	4	4	22
4	5	5	4	5	23
5	4	5	5	4	23
4	4	5	4	4	21
5	3	3	3	1	15
5	4	4	5	4	22
5	3	3	3	3	17
4	3	5	3	4	19
4	4	2	4	5	19
5	4	4	5	3	21
4	4	5	4	4	21
4	5	4	5	4	22
4	3	4	5	5	21
3	4	3	4	5	19
5	4	4	5	4	22
4	3	3	4	5	19

3	4	4	5	5	21
3	3	4	2	4	16
5	3	3	3	4	18
2	5	3	3	5	18
5	5	5	4	5	24
4	5	4	5	4	22
4	2	4	4	5	19
5	5	3	4	4	21
5	3	4	4	5	21
4	1	3	4	5	17
5	4	4	4	4	21
4	4	2	3	5	18
4	4	3	5	5	21
5	5	5	5	5	25
4	1	4	5	3	17
3	5	4	5	4	21
5	5	4	5	5	24
2	4	5	4	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
4	5	4	5	4	22
5	3	3	5	5	21
5	5	5	4	4	23
4	4	1	2	3	14
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	3	5	5	4	22
4	3	5	3	3	18
5	5	4	4	3	21
5	3	4	3	5	20
5	5	5	5	5	25
4	4	3	3	3	17
4	5	5	5	5	24
5	4	5	5	4	23
4	5	4	5	3	21
3	4	4	4	5	20
5	5	4	4	5	23
2	5	5	3	4	19



5	5	4	4	5	23
4	3	4	4	5	20
5	2	2	4	5	18
5	5	4	4	4	22
4	5	5	4	5	23
2	5	4	4	4	19
5	4	4	4	5	22
4	4	4	5	3	20
3	3	4	4	4	18
5	4	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	3	21
2	4	5	5	4	20
5	5	3	4	4	21
5	3	4	4	3	19
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	5	23
5	4	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	5	22
5	3	3	5	5	21
5	4	4	5	5	23
4	3	4	5	4	20
5	4	5	5	5	24
5	5	5	4	5	24
3	4	4	4	3	18
4	5	5	5	5	24
5	4	4	3	4	20
4	5	4	4	2	19
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	5	22
5	5	3	3	4	20
5	5	4	4	3	21
4	2	4	3	4	17
4	1	3	5	3	16
4	4	5	4	5	22
3	4	4	4	5	20
4	5	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
5	5	5	4	4	23

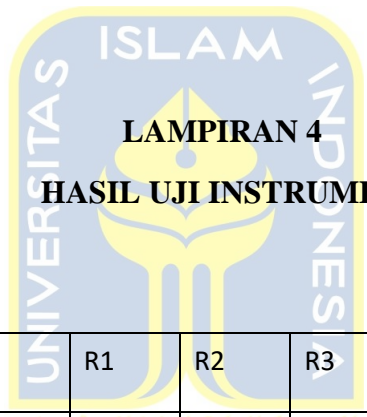


3	3	3	4	5	18
5	5	5	5	5	25
4	5	3	5	5	22
4	4	4	5	4	21
5	3	4	4	4	20
5	5	3	4	5	22
5	3	5	4	5	22
5	4	5	4	5	23
5	4	4	5	4	22
3	3	3	5	4	18
5	4	4	2	5	20
4	4	2	4	5	19
5	5	3	3	5	21
5	5	5	4	3	22
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	4	23
4	5	4	5	4	22
4	4	5	4	4	21
5	4	5	3	5	22
5	4	5	4	5	23
5	5	4	4	4	22
4	5	4	5	5	23
4	4	5	5	4	22
5	4	5	4	5	23
5	3	3	1	4	16
4	4	5	5	5	23
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	3	20
5	5	4	5	4	23
5	5	4	4	4	22
3	4	4	5	3	19
3	5	4	5	5	22
5	5	3	3	5	21
4	4	4	4	4	20
5	5	4	3	4	21
4	5	4	4	4	21
5	4	4	3	5	21
4	4	4	2	5	19





5	5	4	5	3	22
4	4	5	2	3	18
5	4	4	4	3	20
4	4	5	3	3	19
5	3	3	3	4	18
4	5	4	3	2	18
2	4	5	5	3	19
3	4	4	5	3	19
2	4	4	4	5	19
4	1	2	4	4	15
5	4	3	4	4	20



**LAMPIRAN 4**  
**HASIL UJI INSTRUMEN**

**1. Uji Validitas**  
**a. Religiusitas**

		R1	R2	R3	R4	R5	TotalR
R1	Pearson Corelation	1	.369**	.320**	.299*	.390*	.706*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
R2	Pearson Corelation	.369**	1	.180*	.270**	.353**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000		.011	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
R3	Pearson Corelation	.320**	.180*	1	.438**	.311**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200

R4	Pearson Corelation	.299**	.270**	.438**	1	.313**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
R5	Pearson Corelation	.390**	.353**	.311**	.313**	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200
TotalR	Pearson Corelation	.706	.662**	.666**	.672**	.680	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas

Instrumen	Skor	$r_{tabel}$ 5% (198)	Keterangan
R1	0.706	0.1388	Valid
R2	0.662	0.1388	Valid
R3	0.666	0.1388	Valid
R4	0.672	0.1388	Valid
R5	0.680	0.1388	Valid

**b. Transparansi**

	T1	T2	T3	T4	T5	TotalT	
T1	Pearson Corelation	1	.325**	.409**	.339**	.412*	.728**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
T2	Pearson Corelation	.325**	1	.327**	.443**	.329**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
T3	Pearson Corelation	.409**	.327*	1	.326**	.406**	.696**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
T4	Pearson Corelation	.339**	.443**	.326**	1	.463**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
T5	Pearson Corelation	.412**	.329**	.406**	.463**	1	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200
TotalT	Pearson Corelation	.728**	.661**	.696**	.718**	.738**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Transparasi

Instrumen	Skor	$r_{tabel}$ 5% (198)	Keterangan
T1	0.728	0.1388	Valid
T2	0.661	0.1388	Valid
T3	0.696	0.1388	Valid
T4	0.718	0.1388	Valid
T5	0.738	0.1388	Valid

### c. Akuntabilitas

		Ak1	Ak2	Ak3	Ak4	TotalAk
Ak1	Pearson Corelation	1	.426**	.355**	.399**	.747**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
Ak2	Pearson Corelation	.426**	1	.357**	.411**	.751**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
Ak3	Pearson Corelation	.355**	.357*	1	.391**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200
Ak4	Pearson Corelation	.399**	.411**	.391**	1	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200
TotalAk	Pearson Corelation	.747**	.751**	.702**	.746**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Akuntabilitas

Instrumen	Skor	$r_{tabel}$ 5% (198)	Keterangan
Ak1	0.747	0.1388	Valid
Ak2	0.751	0.1388	Valid
Ak3	0.702	0.1388	Valid
Ak4	0.746	0.1388	Vallid

#### d. Kepercayaan

		Kep1	Kep2	Kep3	Kep4	Kep5	TotalKep
Kep1	Pearson Corelation	1	.228**	.229**	.301**	.271**	.583**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
Kep2	Pearson Corelation	.228**	1	.360**	.332**	.314**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000	.000

	N	200	200	200	200	200	200
Kep3	Pearson Corelation	.229**	.360**	1	.402**	.480**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
Kep4	Pearson Corelation	.301**	.332**	.402**	1	.440**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
Kep5	Pearson Corelation	.271**	.314**	.480**	.440**	1	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200
TotalKep	Pearson Corelation	.583**	.676**	.723**	.713**	.727**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Instrumen	Skor	$r_{tabel}$ 5% (198)	Keterangan
Kep1	0.583	0.1388	Valid
Kep2	0.676	0.1388	Valid
Kep3	0.723	0.1388	Valid
Kep4	0.713	0.1388	Vallid
Kep5	0.727	0.1388	Valid

**e. Kemudahan**

		Kem1	Kem2	Kem3	Kem4	Kem5	Kem6	TotalKem
Kem1	Pearson Corelation	1	.422**	.325**	.285**	.266**	.366**	.656*
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.000

	N	200	200	.002	200	200	200	200
Kem2	Pearson Correlation	.422**	1	.286**	.395**	.323**	.411**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	.005	200	200	200	200
Kem3	Pearson Correlation	.325**	.286**	1	.425*	.229**	.319**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200
Kem4	Pearson Correlation	.285**	.395**	.425**	1	.382**	.354**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200
Kem5	Pearson Correlation	.266**	.323**	.229**	.382**	1	.362**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200
Kem6	Pearson Correlation	.366**	.411**	.319**	.354**	.362**	1	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200	200
TotalKem	Pearson Correlation	.656**	.716**	.624**	.698**	.655**	.685**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200	200

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan

Instrumen	Skor	$r_{tabel}$ 5% (198)	Keterangan
Kem1	0.656	0.1388	Valid
Kem2	0.716	0.1388	Valid
Kem3	0.624	0.1388	Valid
Kem4	0.698	0.1388	Vallid
Kem5	0.655	0.1388	Valid
Kem6	0.685	0.1388	Valid

f. Kepuasan

		Kp1	Kp2	Kp3	Kp4	Kp5	TotalKp
Kp1	Pearson Corelation	1	.267**	.237**	.349**	.309**	.654**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	200	200	.002	200	200	200
Kp2	Pearson Corelation	.267**	1	.454**	.264**	.313**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	.005	200	200	200
Kp3	Pearson Corelation	.237**	.454**	1	.313**	.319**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
Kp4	Pearson Corelation	.349**	.264**	.313**	1	.412**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
Kp5	Pearson Corelation	.309**	.313**	.319**	.412**	1	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200
TotalKp	Pearson Corelation	.654**	.691**	.677**	.678**	.685**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan

Instrumen	Skor	$r_{tabel}$ 5% (198)	Keterangan
KP1	0.654	0.1388	Valid
KP2	0.691	0.1388	Valid
KP3	0.677	0.1388	Valid
KP4	0.678	0.1388	Vallid
KP5	0.685	0.1388	Valid

**g. Loyalitas**

		L1	L2	L3	L4	L5	TotalL
L1	Pearson Corelation	1	.356**	.346**	.276**	.379**	.689**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	200	200	.002	200	200	200
L2	Pearson Corelation	.356**	1	.366**	.243**	.278**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	.005	200	200	200
L3	Pearson Corelation	.346**	.366**	1	.386**	.251**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
L4	Pearson Corelation	.276**	.243**	.386**	1	.371**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
L5	Pearson Corelation	.379**	.278**	.251**	.371**	1	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200
TotalL	Pearson Corelation	.698**	.670**	.693**	.664**	.666**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	



N	200	200	200	200	200	200
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas

Instrumen	Skor	$r_{tabel}$ 5% (198)	Keterangan
L1	0.698	0.1388	Valid
L2	0.670	0.1388	Valid
L3	0.693	0.1388	Valid
L4	0.664	0.1388	Vallid
L5	0.666	0.1388	Valid

## 2. Uji Reliabilitas

### a. Religiusitas

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.701	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

R1	17.13	5.259	.497	.636
R2	17.19	5.327	.408	.677
R3	17.11	5.415	.433	.663
R4	16.98	5.472	.472	.648
R5	17.08	5.602	.492	.641

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
0.701	Reliabel

**b. Transparansi**

Transparansi Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
T1	16.56	6.037	.508	.712

T2	16.45	6.962	.481	.719
T3	16.53	6.572	.503	.710
T4	16.39	6.470	.535	.699
T5	17.46	6.320	.560	.690

Hasil Uji Reliabilitas Variabel transparansi

<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
0.750	Reliabel

### c. Akuntabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ak1	12.39	3.435	.513	.654
Ak2	12.53	3.427	.521	.649
Ak3	12.49	3.739	.471	.678
Ak4	12.49	3.497	.523	.648

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Akuntabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
0.719	Reliabel

**d. Kepercayaan**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kep1	16.90	5.723	.349	.713
Kep2	16.96	5.084	.430	.687
Kep3	17.00	5.045	.528	.644
Kep4	16.89	5.194	.528	.645
Kep5	16.94	5.076	.540	.640

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan

<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
0.714	Reliabel

**e. Kemudahan**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kem1	21.07	8.196	.481	.724
Kem2	21.22	7.590	.537	.709
Kem3	21.17	8.470	.450	.732
Kem4	21.02	0.030	.541	.709
Kem5	21.25	7.894	.447	.736
Kem6	21.01	8.206	.533	.712

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan

<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
0.756	Reliabel

### f. Kepuasan

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.702	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	17.14	5.042	.405	.678
KP2	17.25	4.872	.460	.653
KP3	17.23	5.143	.475	.647
KP4	17.15	5.153	.477	.646
KP5	17.22	5.084	.483	.644

#### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan

<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
0.702	Reliabel

**g. Loyalitas**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.706	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
L1	16.45	5.886	.487	.648
L2	16.57	5.985	.440	.668
L3	16.55	5.947	.484	.649
L4	16.53	6.150	.450	.663
L5	16.49	6.131	.453	.662

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
0.706	Reliabel

### 3. Uji Deskriptif

#### Descriptive Statistics

		Religiusitas	Transparasi	Akuntabilitas	Kepercayaan	Kemudahan	Kepuasan	Loyalitas
N	Valid	200	200	200	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.33	4.09	4.36	4.25	4.29	4.27	4.18
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	5	4	4	4	4

#### Religiusitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.5	.5	.5
	Netral	19	9.5	9.5	10.0
	Setuju	94	47.0	47.0	57.0
	Sangat Setuju	86	43.0	43.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

#### Transparasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.5	.5	.5
	Tidak Setuju	4	2.0	2.0	2.5
	Netral	21	10.5	10.5	13.0
	Setuju	125	62.5	62.5	75.5



	Sangat Setuju	49	24.5	24.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

### Akuntabilitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.5	.5	.5
	Netral	19	9.5	9.5	10.0
	Setuju	88	44.0	44.0	54.0
	Sangat Setuju	92	46.0	46.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

### Kepercayaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.0	1.0	1.0
	Netral	16	8.0	8.0	9.0
	Setuju	113	56.5	56.5	65.5
	Sangat Setuju	69	34.5	34.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

### Kemudahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	1.5	1.5	1.5

Netral	12	6.0	6.0	7.5
Setuju	109	54.5	54.5	62.0
Sangat Setuju	76	38.0	38.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

### Kepuasan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.5	.5	.5
	Netral	15	7.5	7.5	8.0
	Setuju	112	56.0	56.0	64.0
	Sangat Setuju	72	36.0	36.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

### Loyalitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.0	1.0	1.0
	Netral	23	11.5	11.5	12.5
	Setuju	113	56.5	56.5	69.0
	Sangat Setuju	62	31.0	31.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

## 4. Uji Asumsi Klasik

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kemudahan, Religiusitas, Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan <sup>b</sup>	.	Enter

Dependent Variable: Kepuasan  
All requested variables entered.

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,756	1,356		2,036	0,043
Religiusitas	0,256	0,057	0,268	4,568	0,000
Transparansi	0,022	0,056	0,025	0,388	0,699
Akuntabilitas	0,202	0,077	0,178	2,618	0,010
Kepercayaan	0,242	0,068	0,247	3,565	0,000
Kemudahan	0,168	0,052	0,206	0,206	0,002

Dependent Variable: Kepuasan

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimate
1	0,712 <sup>a</sup>	0,508	0,495	1,928

Predictors: (Constant), Kemudahan, Religiusitas, Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan

Dependent Variable: Kepuasan

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

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	743,143	5	148,629	40,000	0,000 <sup>b</sup>
Residual	720,852	194	3,716		
Total	1463,995	199			

Dependent Variable: Kepuasan

Predictors: (Constant), Kemudahan, Religiusitas, Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	10.83	24.92	21.50	1.932	200
Std. Predicted Value	-5.521	1.773	.000	1.000	200
Standard Error of Predicted Value	.164	.773	.314	.114	200
Adjusted Predicted Value	11.56	24.92	21.49	1.909	200
Residual	-5.947	5.855	.000	1.903	200
Std. Residual	-3.085	3.037	.000	.987	200
Stud. Residual	-3.103	3.076	-.001	1.007	200
Deleted Residual	-6.017	6.006	-.002	1.980	200

Stud. Deleted Residual	-3.175	3.146	-.000	1.014	200
Mahal. Distance	.449	31.026	4.975	5.117	200
Cook's Distance	.000	.150	.007	.016	200
Centered Leverage	.002	.156	.025	.026	200
Value					

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

Model	Variables	Variables	Method
	Entered	Removed	
1	Kepuasan <sup>b</sup>	.	Enter

Dependent Variable: Loyalitas

All requested variables entered

#### Coefisien<sup>a</sup>

Model	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,337	1,475		6,342	0,000
Kepuasan	0,526	0,068	0,482	7,741	0,000

Dependent Variable: Loyalitas

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimate
1	0,712 <sup>a</sup>	0,508	0,495	1,928

Predictors (Constant), Kepuasan

Dependent Variable: Loyalitas

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

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	405,140	1	405,140	59,924	0,000 <sup>b</sup>
Residual	1338,655	198	6,761		
Total	1743,795	199			

Predictors (Constant), Kepuasan

Dependent Variable: Loyalitas

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

Model	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,337	1,475		6,342	0,000
Kepuasan	0,526	0,068	0,482	7,741	0,000

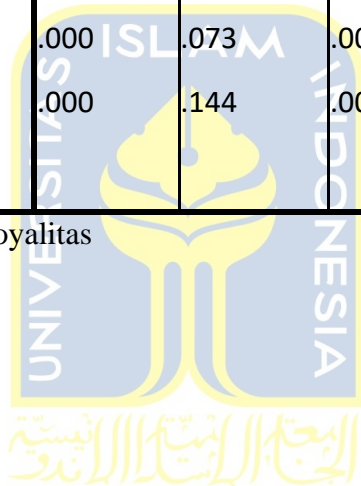
Dependent Variable: Loyalitas

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

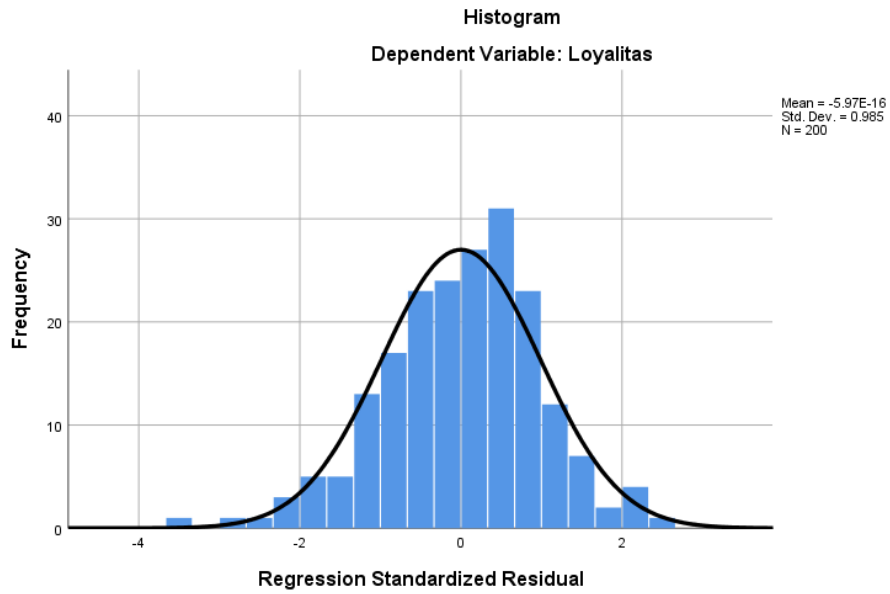
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	13.02	22.49	20.64	1.427	200
Std. Predicted Value	-5.344	1.292	.000	1.000	200

Standard Error of Predicted Value	.187	1.002	.244	.089	200
Adjusted Predicted Value	13.37	32.60	20.65	1.416	200
Residual	-8.911	5.720	.000	2.594	200
Std. Residual	-3.427	2.200	.000	.997	200
Stud. Residual	-3.436	2.221	.000	1.003	200
Deleted Residual	-8.957	5.829	-.002	2.622	200
Stud. Deleted Residual	-3.534	2.243	-.002	1.009	200
Mahal. Distance	.033	28.559	.995	2.346	200
Cook's Distance	.000	.073	.006	.011	200
Centered Leverage Value	.000	.144	.005	.012	200

Dependent Variable: Loyalitas



## Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

