

**Analisa Determinan Minat Muzakki Membayar Zakat
Melalui Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru**



Disusun oleh :

IMAM ANDRIANTO

NIM : 21919043

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2024

**Analisa Determinan Minat Muzakki Membayar Zakat
Melalui Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru**

Tesis S-2
Program Magister Akuntansi



Disusun oleh :

IMAM ANDRIANTO

NIM : 21919043

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024**

BERITA ACARA IJIAN TESIS

BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari Senin tanggal 4 Maret 2024 Program Studi Akuntansi Program Magister, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia telah mengadakan ujian tesis yang disusun oleh :

IMAM ANDRIANTO

No. Mhs. : 21919043

Konsentrasi : Akuntansi Islami

Dengan Judul:

ANALISA DETERMINAN MINAT MUZAKKI MEMBAYAR ZAKAT MELALUI ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT KOTA PEKANBARU

Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji, maka tesis tersebut dinyatakan **LULUS**

Penguji I



Arief Rahman, S.E., S.I.P., M.Com., Ph.D.

Penguji II



Drs. Dekar Urumsah, S.Si., M.Com., Ph.D.

Mengetahui

Ketua Program Studi,



Arief Rahman, S.E., S.I.P., M.Com., Ph.D.

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN



Yogyakarta, _____

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Arief Rahman', is placed above the name.

Arief Rahman, S.E., S.I.P., M.Com., Ph.D.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Tesis ini adalah karya tulis asli saya dan tidak pernah diajukan sebelumnya untuk memperoleh gelar kesarjanaan di institusi pendidikan manapun. Saya juga menegaskan bahwa tidak ada karya atau pendapat yang pernah saya tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang saya kutip secara tertulis dalam naskah ini dan disertakan dalam daftar referensi. Saya bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku jika terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar."

Yogyakarta, 25 februari 2024



Imam Andrianto

HALAMAN MOTTO

**“Tidak ada kegagalan yang bisa mengalahkan tekad yang kuat.
Di setiap langkah perjuangan, keberanian kita adalah
pendorong utama menuju kemenangan.”**

(Imam Andrianto)

**"Biarlah setiap rintangan menjadi batu pijakan, setiap
kegagalan menjadi pelajaran, dan setiap perjuangan menjadi
cerita kemenangan yang tak terlupakan."**

(Imam Andrianto)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahrabbi'l'alamiin, segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas berkah dan karunia-Nya yang telah melimpahkan kemudahan serta kekuatan dalam menyelesaikan perjalanan panjang penulisan tesis ini. Tesis berjudul "Analisa Determinan Minat Muzakki Membayar Zakat Melalui Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru" menjadi titik akhir dari suatu perjalanan ilmiah yang memerlukan dedikasi, kesabaran, dan kerja keras. Penulis ingin menyampaikan penghargaan yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan dorongan selama proses penelitian dan penulisan ini. Ucapan terima kasih yang tulus disampaikan kepada:

1. Ibu Erna Suryati dan Bapak Sahlan selaku kedua orang tua saya yang telah mendukung, mendo'akan dan memotivasi saya dengan sepenuh hati. Hasil karya ini saya persembahkan untuk mereka berdua.
2. Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
3. Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si, Ph.D, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

5. Bapak Arief Rahman, SIP., SE., M.Com., Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia dan selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing saya selama penyusunan tesis ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan/i dilingkungan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
7. Segenap keluarga besar saya yang selalu mendukung, mendoakan dan memberi motivasi demi untuk menyelesaikan tesis ini terkhusus untuk kedua adik saya Nur Erdiansyah dan Ardan Kholid Ma'mun.
8. Teman-teman Magister Akuntansi angkatan 24 (Muhammad Mirfaq Muzannif Afridi. S.Ak, Muhammad Wildan Mushofa. S. Ak, Fatimah Aisyah Jasmine Salsabilla. S.Ak, Firlyana Mentari Datya Putri. S,Ak) .
9. Kepada orang baik Ns. Adetya Susan Pratiwi, S.Kep., Sp.KMB yang sudah banyak membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Kepada seluruh pihak yang telah membantu melancarkan demi terselesainya penelitian ini.

Tesis ini adalah hasil terbaik yang telah diberikan oleh penulis. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih banyak terdapat kekurangan. Semoga penelitian ini dapat berguna serta memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membacanya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
BERITA ACARA IJIAN TESIS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori.....	13
2.1.1. Teori Agensi (agency theory)	13
2.1.2. Theory of Planned Behaviour (TPB).....	15
2.1.3. Teori Atribusi.....	17
2.2. Akuntabilitas dan Transparansi.....	21
2.3. Kualitas Pelayanan	24
2.4. Kepercayaan.....	25
2.5. Minat	26
2.6. Zakat.....	27
2.7. Penelitian Terdahulu.....	29

2.8.	Pengembangan Hipotesis	1
2.9.	Kerangka Penelitian	11
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		13
3.1.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	13
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian	14
3.3.	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	14
3.4.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	15
3.5.	Teknik Analisis Data	20
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		26
4.1.	Hasil Pengumpulan Data	26
4.2.	Deskripsi Data Responden	27
4.2.1.	Deskripsi Responden berdasarkan jenis kelamin	27
4.2.2.	Deskripsi Responden berdasarkan kelompok usia	28
4.2.3.	Deskripsi Responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	28
4.2.4.	Deskripsi Responden berdasarkan tempat tinggal	29
4.2.5.	Deskripsi Responden berdasarkan pekerjaan	30
4.2.6.	Deskripsi Responden berdasarkan penghasilan perbulan	31
4.3.	Merancang Model Struktural Variabel Konstruk	32
4.4.	Analisa Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	32
4.4.1.	Uji Validitas	33
4.5.	Analisa Model Struktural (<i>Iner Model</i>).....	42
4.5.1.	Coefficient of Determinant (R^2)	42
4.5.2.	Evaluasi Goodness of Fit (GoF)	43
4.5.3.	Nilai Path Coefficients (Koefisien jalur)	44
4.5.4.	Hasil Pengujian Hipotesis	47
4.5.5.	Pembahasan	51
BAB V PENUTUP		67
5.1.	Kesimpulan.....	67
5.2.	Kontribusi Penelitian.....	69
5.3.	Implikasi Penelitian.....	70
5.4.	Keterbatasan Penelitian.....	72

5.5. Saran Penelitian.....	73
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN I : Kuisisioner Penelitian	82
LAMPIRAN II : Rekap Jawaban Responden	86
LAMPIRAN III : Hasil Olah Data.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengentasan Kemiskinan	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	1
Tabel 3. 1 Indikator variabel akuntabilitas	16
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Transparansi	17
Tabel 3. 3 Indikator Variabel Pelayanan	18
Tabel 3. 4 Indikator Variabel Minat Muzakki	19
Tabel 3. 5 Indikator Variabel Kepercayaan Muzakki	19
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuisisioner	26
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	27
Tabel 4. 3 Kelompok Usia Responden	28
Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir Responden	29
Tabel 4. 5 Tempat Tinggal Responden	30
Tabel 4. 6 Pekerjaan/Jabatan Responden	30
Tabel 4. 7 Penghasilan Perbulan Responden	31
Tabel 4. 8 Item Loading dan AVE pada Model Awal	34
Tabel 4. 9 Item Loading dan AVE pada Model Akhir	36
Tabel 4. 10 Cross Loading pada Model Akhir	38
Tabel 4. 11 Nilai Fornell Larcker Criterion	40
Tabel 4. 12 Internal Consistency Reliability	41
Tabel 4. 13 Nilai R Square	42
Tabel 4. 14 Hasil Internal Consistency Reliability	44
Tabel 4. 15 Hasil Path Coefficients Direct Effect	45
Tabel 4. 16 Hasil Path Coefficients Indirect Effect	45
Tabel 4. 17 Hasil Hipotesis Direct Effect	48
Tabel 4. 18 Hasil Hipotesis Indirect Effect	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	44
-------------------------------------	----

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) di Kota Pekanbaru. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 201 muzakki di Kota Pekanbaru, yang dipilih dengan menggunakan metode accidental sampling. Analisis data dilakukan menggunakan pengujian statistik melalui Structural Equation Modelling (SEM) dengan metode Partial Least Squares (PLS) dan menggunakan perangkat lunak smartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor akuntabilitas dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat muzakki, sementara transparansi dan kepercayaan muzakki memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki. Penelitian ini juga membuktikan bahwa akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan muzakki. Selain itu kepercayaan muzakki terhadap OPZ juga berperan sebagai mediator positif signifikan antara akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan dengan minat muzakki dalam membayar zakat.

Kata Kunci : Akuntabilitas, Transparansi, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Muzakki, Minat Muzakki, Organisasi Pengelola Zakat, dan Zakat.

ABSTRACT

This research aims to determine the factors influencing the interest of muzakki (individuals obligated to pay zakat) to pay zakat through Zakat Management Organizations (OPZ) in Pekanbaru City. The method used is a quantitative approach with data obtained through online questionnaire distribution. The sample in this study consisted of 201 muzakki in Pekanbaru City, selected using accidental sampling method. Data analysis was conducted using statistical testing through Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Squares (PLS) method and using smartPLS 4.0 software. The results of the study indicate that accountability and service quality factors have a positive and nonsignificant effect on muzakki's interest, while transparency and muzakki's trust have a significant positive effect on muzakki's interest. This study also proves that accountability, transparency, and service quality have a significant positive effect on muzakki's trust. Additionally, muzakki's trust in OPZ also plays a significant positive mediator role between accountability, transparency, and service quality with muzakki's interest in paying zakat.

Keywords: Accountability, Transparency, Service Quality, Muzakki Trust, Muzakki Interest, Zakat Management Organization, and Zakat

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemiskinan masih menjadi permasalahan yang serius di berbagai negara-negara berkembang (Ikhwandha & Hidayati, 2019). Permasalahan kemiskinan menjadi fokus utama yang dihadapi oleh masyarakat global, bahkan lebih mendesak dibandingkan dengan masalah-masalah lainnya. Begitu juga di Indonesia yang sampai saat ini kemiskinan menjadi permasalahan yang tidak kunjung selesai (Hakim & Syaputra, 2020). Menurut Badan Pusat Statistik (2021) jumlah penduduk miskin pada September 2021 sebesar 26,50 juta orang atau 9,71 persen dari keseluruhan masyarakat di Indonesia. Hal ini tentu menjadi masalah yang serius bagi bangsa ini.

Salah satu cara untuk menuntaskan kemiskinan adalah dengan memberikan kontribusi melalui zakat, yang memiliki peran penting dalam membantu masyarakat yang membutuhkan (Aziz et al., 2020). Data menunjukkan bahwa sebagian besar dana zakat, sebesar 63,3% pada tahun 2018 dan meningkat menjadi 66,3% pada tahun 2019, dialokasikan kepada kelompok fakir miskin. Total penyaluran mencapai Rp2.459.628.416.537 pada tahun 2018 dan meningkat menjadi Rp4.548.830.039.349 pada tahun 2019 (BAZNAS, 2019). Tingginya proporsi penyaluran pada asnaf fakir miskin dapat dijelaskan oleh masih adanya jumlah penduduk Indonesia yang berada di bawah atau rentan terhadap had kifayah dan garis kemiskinan.

Tabel 1. 1 Jumlah Pengentasan Kemiskinan

Organisasi Pengelola Zakat (OPZ)	Garis Kemiskinan (GK)	Had Kifayah (HK)	Nisab Zakat (NZ)
BAZNAS	13.202	6.029	1.574
BAZNAS Daerah dan LAZ Daerah	113.501	37.242	7.448
Nasional	126.703	43.271	9.022

Sumber : Baznas (2020)

Kelompok mustahik fakir miskin dikelompokkan menjadi tiga prioritas. Prioritas pertama adalah kelompok kemiskinan ekstrem, yang terdiri dari mereka yang memiliki penghasilan per keluarganya di bawah Garis Kemiskinan (GK) standar BPS (Rp1.900.000/KK/bulan). Prioritas kedua adalah kategori kemiskinan Had Kifayah, yang memiliki penghasilan di atas GK BPS namun masih di bawah standar batas kecukupan minimum atau Had Kifayah (Rp3.100.000/KK/bulan). Sementara itu, prioritas ketiga adalah kategori rentan miskin, yang memiliki penghasilan di atas Had Kifayah tetapi masih di bawah batas nisab zakat (Rp4.600.000/KK/bulan). Dengan membagi mustahik menjadi tiga prioritas ini, diharapkan penyaluran zakat dapat lebih tepat sasaran dan efektif dalam mengatasi berbagai tingkatan kemiskinan.

Hasil survei Puskas BAZNAS tahun 2019 menunjukkan pencapaian signifikan dalam penanggulangan kemiskinan. BAZNAS berhasil mengentaskan kemiskinan pada mustahik prioritas pertama sebanyak 13.202 jiwa, pada mustahik prioritas kedua sebanyak 6.029 jiwa, dan pada mustahik prioritas ketiga, berhasil mengalihkan mereka menjadi muzaki sebanyak 1.576

jiwa. Melalui pengukuran di 34 Provinsi, baik BAZNAS daerah maupun Lembaga Amil Zakat (LAZ) berhasil mengentaskan kemiskinan pada mustahik prioritas pertama sebanyak 113.501 jiwa, pada mustahik prioritas kedua sebanyak 37.242 jiwa, dan pada mustahik prioritas ketiga, berhasil mentransformasikan mereka menjadi muzaki sebanyak 7.448 jiwa.

Dari sekitar 600 Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang beroperasi secara nasional, hasil pengentasan kemiskinan pada prioritas pertama mencapai 126.703 jiwa, pada prioritas kedua sebanyak 43.271 jiwa, dan pada prioritas ketiga sebanyak 9.022 jiwa. Selama periode September 2018 hingga September 2019, terjadi penurunan jumlah kemiskinan sebanyak 880.000 jiwa. Dengan demikian kontribusi sektor Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) terhadap penurunan kemiskinan mencapai 16%. Jika dibandingkan dengan jumlah kemiskinan nasional pada tahun 2019 yang mencapai 24,7 juta jiwa, maka kontribusi penurunan kemiskinan dari penyaluran dana ZIS mencapai 0,5%.

Zakat merupakan suatu kewajiban bagi umat muslim yang sudah tercantum dalam rukun Islam yang ketiga. Zakat apabila dikembangkan dengan baik tentu dapat memberikan kontribusi untuk negara dalam mengatasi kesenjangan ekonomi dan ketidaksetaraan sosial di masyarakat (Hudaefi et al., 2022). Islam mengajarkan bahwa zakat dapat mengurangi kesenjangan sosial dari ketidakadilan ekonomi yang tercipta di masyarakat (Achmad, 2022).

Konsep zakat dalam Islam menegaskan bahwa harta yang dimiliki oleh manusia adalah amanah atau titipan dari Allah SWT. Dalam rangka memenuhi hak-hak sesama, terutama hak orang miskin, Islam mewajibkan umatnya untuk

menyalurkan sebagian dari harta tersebut melalui zakat, infaq, dan sedekah. Ini merupakan bentuk tanggung jawab sosial dan kepedulian terhadap kesejahteraan bersama yang akan meningkatkan berkah dari harta yang dimiliki.

Zakat tidak hanya berperan dalam upaya mengatasi kemiskinan, tetapi juga dapat menjadi strategi efektif untuk mengurangi sifat tamak dan serakah (Triyawan & Aisyah, 2016). Dalam bidang sosial, zakat bisa membangkitkan kesadaran sosial bagi orang yang memiliki harta berlimpah, sedangkan dalam bidang ekonomi, zakat bisa mencegah penumpukan kekayaan dalam satu tangan dan menciptakan keseimbangan ekonomi (Ikhwandha & Hidayati, 2019). Ketika zakat telah mencapai nisbah, zakat diambil secara vertikal dan barang yang wajib dikeluarkan zakat diukur sesuai dengan ketentuan para ahli fiqih. Sedangkan pembagian zakat dilakukan secara horizontal atau merata kepada kelompok yang berhak menerima zakat (Putra & Lestari, 2022).

Pengelolaan zakat melalui OPZ menjadi penting untuk dilakukan guna memastikan pembayaran zakat yang disiplin dan terjamin. Selain menjaga perasaan rendah diri para muzakki, pengelolaan zakat melalui OPZ juga bertujuan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas yang tepat dalam penggunaan harta menurut skala prioritas. Melalui pengelolaan zakat secara terorganisir, dapat memperlihatkan semangat penyelenggaraan Negara dan pemerintahan yang islami serta syiar Islam yang kuat. Namun, jika zakat diberikan secara individu, penyalurannya akan menjadi tidak efektif dan kurang tepat sasaran, mengakibatkan sulitnya mewujudkan keadilan sosial.

Sebagaimana diatur dalam Undang-undang RI No. 23 Tahun 2011/Pasal 26, penyaluran zakat dilakukan berdasarkan skala prioritas dengan memperlihatkan prinsip pemerataan, keadilan, dan kewilayahan. Untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip tersebut, organisasi pengelola zakat memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa bantuan zakat disalurkan dengan tepat sasaran kepada mereka yang membutuhkan. Mengenai hal ini penyaluran zakat harus memperhatikan kondisi ekonomi setiap wilayah, sehingga manfaatnya dapat dirasakan secara merata.

Di Indonesia, Organisasi Pengelolaan Zakat (OPZ) dibagi menjadi dua institusi yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) (BAZNAS, 2019). Tugas utama dari lembaga tersebut adalah mengumpulkan, mendistribusikan, dan menyalurkan zakat sesuai dengan ketentuan agama. Harapannya, dengan adanya OPZ, penghimpunan dan penyaluran dana zakat dapat dilakukan secara optimal.

Potensi zakat di Indonesia sejatinya sangatlah besar yakni mencapai Rp327 Trilyun per tahun (BAZNAS, 2021). Potensi tersebut terdiri dari proyeksi zakat di lingkungan perusahaan sebesar Rp144 triliun dan zakat penghasilan sebesar Rp139 triliun, sedangkan sisanya berasal dari potensi zakat tabungan dan deposito sebesar Rp58 triliun, zakat pertanian sebesar Rp19,8 triliun, dan zakat peternakan sebesar Rp9,5 triliun. Namun, realisasi dana zakat yang berhasil dikumpulkan seperti yang dilaporkan oleh BAZNAS (2021) yakni sebesar Rp14, 1 Triliyun dalam hal ini masih sangat jauh jika dibandingkan dengan potensi yang seharusnya.

Dua faktor yang menyebabkan rendahnya penghimpunan dana zakat adalah kurangnya minat dan kepercayaan masyarakat terhadap OPZ di Indonesia, sehingga banyak masyarakat memilih menyalurkan zakat mereka sendiri (Mukhibad et al., 2019). Penyebab kurangnya minat dan kepercayaan muzaki pada organisasi pengelolaan zakat baik itu Badan Amil Zakat maupun Lembaga Amil Zakat disebabkan karena kurangnya transparansi dan akuntabilitas pada laporan keuangan yang disajikan, menurut Kabib et al. (2021), Ikhwandha & Hidayati (2019) dan Roziq et al. (2021) serta kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan lembaga zakat terhadap para muzaki menurut Bahri et al. (2022) dan Ruslan et al. (2022).

Akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan merupakan tiga faktor penting dalam membangun kepercayaan muzakki terhadap Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Kepercayaan ini menjadi fondasi utama dalam hubungan antara muzakki dan OPZ, karena muzakki harus yakin bahwa dana zakat yang mereka sumbangkan akan dikelola dengan baik dan digunakan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Dengan adanya mekanisme akuntabilitas yang baik, muzakki dapat memiliki keyakinan bahwa OPZ akan mempertanggungjawabkan penggunaan dana zakat secara transparan dan profesional. Sedangkan transparansi dalam penyampaian informasi tentang penggunaan dana zakat juga memberikan keyakinan kepada muzakki bahwa dana mereka digunakan secara efisien dan efektif untuk membantu mereka yang membutuhkan. Selain itu, kualitas pelayanan yang baik menunjukkan komitmen OPZ dalam memberikan layanan

terbaik kepada muzakki. Ketika muzakki merasa didengar, dihargai, dan diperlakukan dengan baik oleh OPZ, ini memperkuat kepercayaan mereka terhadap lembaga tersebut.

Pentingnya kepercayaan ini sangat berhubungan dengan minat muzakki untuk membayar zakat melalui OPZ. Ketika muzakki merasa percaya dan yakin akan integritas dan kompetensi OPZ dalam mengelola dana zakat, mereka cenderung lebih termotivasi untuk menggunakan layanan OPZ dalam membayar zakat mereka. Dengan demikian, akuntabilitas, transparansi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan saling terkait dalam membangun minat muzakki untuk berpartisipasi aktif dalam pembayaran zakat melalui OPZ.

Dalam penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Mukhibad *et al.* (2019), Ghazali dan Ibrahim (2022) dan Bahri *et al.* (2022) menggunakan Teori Planned Behavior (TPB) untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat muzakki membayar zakat melalui OPZ. Sementara itu, dalam penelitian ini peneliti mencoba untuk mengintegrasikan teori agensi, TPB, dan atribusi. Teori agensi menyoroti peran individu dalam pengambilan keputusan, sedangkan TPB menekankan pada sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku serta teori atribusi digunakan untuk melihat bagaimana individu menafsirkan penyebab perilaku mereka.

Dengan mengintegrasikan teori agensi, TPB, dan atribusi, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat muzakki dalam menggunakan OPZ untuk membayar zakat. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat

memberikan wawasan dan solusi yang lebih efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat melalui OPZ, serta memberikan sumbangan bagi perkembangan literatur di bidang ini.

Penelitian ini dilakukan di kota Pekanbaru, Riau. Hal ini didasarkan pada apa yang pernah disampaikan oleh Gubernur Riau yakni Drs. H. Syamsuar, M.Si sebagaimana di kutip dari Pekanbaru. Go. Id (2022) bahwa potensi zakat di kota Pekanbaru mencapai Rp1,8 Trilyun. Namun, dari potensi yang besar tersebut zakat yang dapat dikumpulkan sebesar Rp119 Milyar. Selanjutnya beliau menyampaikan bahwa dari zakat yang sudah terkumpulkan sebagian besar dari ASN (Aparatur Sipil Negara), kemudian sedikit dari masyarakat melalui zakat profesi dan bahkan para pengusaha sama sekali belum tersentuh.

Dari penjelasan di atas peneliti sangat tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul Analisa Determinan Minat Muzakki Membayar Zakat Melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) Kota Pekanbaru. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi penting bagi pengelolaan zakat yang lebih baik di Kota Pekanbaru, serta memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat sebagai muzakki untuk membayar zakat melalui OPZ. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga bagi OPZ dan pemerintah dalam mengembangkan program-program pengelolaan zakat yang lebih efektif dan berdampak positif pada kesejahteraan masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah akuntabilitas berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru?
2. Apakah transparansi berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru?
4. Apakah akuntabilitas berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki kepada Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru?
5. Apakah transparansi berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki kepada Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki kepada Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru?
7. Apakah kepercayaan muzakki berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru?
8. Apakah kepercayaan muzakki memediasi pengaruh akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh akuntabilitas terhadap minat muzakki membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat Kota pekanbaru
2. Untuk mengetahui pengaruh transparansi terhadap minat muzakki membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat Kota pekanbaru

3. Untuk mengetahui pengaruh transparansi terhadap minat muzakki membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat Kota pekanbaru
4. Untuk mengetahui pengaruh akuntabilitas terhadap kepercayaan muzakki kepada Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru.
5. Untuk mengetahui pengaruh transparansi terhadap kepercayaan muzakki kepada Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan muzakki kepada Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan muzakki terhadap minat muzakki membayar zakat di Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru.
8. Untuk mengetahui peran kepercayaan muzakki sebagai variabel yang memediasi pengaruh akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru?

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini dapat diklasifikasikan dalam dua aspek, yaitu aspek teoritis dan praktis, yang dapat dipahami sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Memberikan tambahan pengetahuan tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota

Pekanbaru serta pentingnya memenuhi kewajiban sebagai seorang muslim untuk membayar zakat.

2. Manfaat Praktis

- 1) Memberikan informasi kepada Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru tentang faktor-faktor yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan minat muzakki membayar zakat, seperti meningkatkan akuntabilitas, transparansi, kualitas pelayanan dan kepercayaan.
- 2) Memberikan masukan bagi masyarakat, khususnya muzakki, tentang pentingnya membayar zakat dan bagaimana cara memilih Organisasi Pengelola Zakat yang baik.
- 3) Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melanjutkan penelitian tentang pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap minat muzakki membayar zakat di Organisasi Pengelola Zakat.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini memberikan gambaran umum mengenai penelitian, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Kajian Pustaka

Bab ini berisi penjelasan dan pembahasan teori-teori yang relevan dengan penelitian, seperti akuntabilitas, transparansi, kualitas pelayanan, minat muzakki membayar zakat, kepercayaan muzakki. Penjelasan juga mencakup review penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini, dan penjelasan dari hipotesis yang diajukan serta kerangka pemikiran dari penelitian ini.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini mendeskripsikan rancangan kegiatan penelitian, termasuk populasi dan sampel penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB IV: Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini fokus pada analisis data yang digunakan dalam penelitian, interpretasi hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan temuan penelitian.

BAB V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini menyajikan kesimpulan hasil penelitian beserta saran untuk penelitian selanjutnya. Kesimpulan mencakup jawaban terhadap rumusan masalah dan pencapaian tujuan penelitian, sedangkan saran memberikan rekomendasi untuk pengembangan penelitian di masa mendatang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Agensi (agency theory)

Teori agensi adalah teori yang membahas dinamika hubungan antara pemilik dan manajer dalam suatu organisasi, dimana pemilik berperan sebagai prinsipal dan manajer sebagai agen. Kerugian agensi timbul akibat penyerahan kendali oleh prinsipal kepada agen, yang menciptakan ketidakselarasan kepentingan antara keduanya. Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak di mana pemegang saham mempercayakan manajer untuk melakukan tugas atas nama mereka, dengan memberikan wewenang kepada agen untuk membuat keputusan terbaik yang menguntungkan pemegang saham (Jensen & Meckling, 1976).

Manajer sebagai pelaksana tugas memiliki akses lebih besar terhadap informasi internal dan prospek perusahaan dibandingkan dengan pemilik. Oleh karena itu, manajer memiliki kewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik, dan laporan keuangan menjadi salah satu sarana utama untuk melakukan hal ini. Teori keagenan mengasumsikan bahwa setiap individu terdorong oleh kepentingan pribadinya, yang dapat menimbulkan konflik kepentingan antara pemilik (prinsipal) dan manajer (agen).

Dalam konteks manajemen keuangan, hubungan keagenan juga melibatkan pemegang saham dan kreditur sebagai prinsipal. Asimetri informasi timbul karena manajer memiliki pengetahuan lebih mendalam tentang

informasi perusahaan, yang dapat mempengaruhi keputusan investasi dan pemberian pinjaman. Pengungkapan laporan keuangan dianggap sebagai upaya untuk mengurangi asimetri informasi, meminimalkan konflik keagenan, dan meningkatkan transparansi antara manajer dan pemegang saham (Eisenhardt, 1989).

Sejumlah literatur akuntansi menekankan pentingnya dorongan dalam teori keagenan, di mana pengungkapan laporan keuangan, baik yang bersifat wajib maupun sukarela, dianggap sebagai alat untuk mengatasi asimetri informasi antara prinsipal dan agen. Oleh karena itu, penelitian mengenai ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan dapat dipandang sebagai pengembangan lebih lanjut dari teori keagenan, mencerminkan perbedaan pandangan dan kepentingan antara prinsipal (pemegang saham) dan agen (manajer).

Dalam penelitian ini mencerminkan aplikasi teori agensi dalam konteks organisasi pengelola zakat. Dalam kerangka teori agensi, peran muzakki (individu atau kelompok yang membayar zakat) diidentifikasi sebagai prinsipal, sedangkan organisasi pengelola zakat dianggap sebagai agen yang memiliki tanggung jawab untuk mengumpulkan, mengelola, dan mendistribusikan dana zakat.

Dalam teori agensi, muzakki sebagai prinsipal memiliki kepentingan untuk memastikan bahwa organisasi pengelola zakat sebagai agen menjalankan tugasnya dengan akuntabilitas, transparansi, dan memberikan pelayanan yang berkualitas. Kerugian agensi yang mungkin timbul akibat asimetri informasi

antara muzakki dan OPZ diharapkan dapat diminimalkan melalui peningkatan kepercayaan sebagai variabel intervening.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dinamika hubungan antara muzakki dan OPZ dalam konteks teori agensi. Teori agensi menyoroti peran penting prinsipal, yaitu muzakki, dalam memastikan bahwa dana zakat yang mereka bayarkan dikelola dengan baik dan sesuai dengan tujuan amil zakat. Dalam kerangka ini, variabel-variabel seperti akuntabilitas dan transparansi organisasi pengelola zakat dianggap dapat mempengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat dengan kepercayaan sebagai variabel yang memediasi variabel tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba untuk menjelaskan bagaimana kepercayaan muzakki terhadap OPZ memengaruhi hubungan antara akuntabilitas, transparansi, dan minat muzakki untuk membayar zakat.

2.1.2. Theory of Planned Behaviour (TPB)

Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behaviour/TPB) adalah suatu teori psikologi sosial yang digunakan untuk memprediksi perilaku manusia (Ajzen, 1991). Teori ini dikembangkan oleh Fishbein & Ajzen pada tahun 1980-an dan telah digunakan dalam berbagai konteks, termasuk pendidikan, kesehatan, sosiologi, komunikasi, perbankan dan keuangan serta berbagai bidang penelitian lainnya (Kachkar & Djafri, 2022). Komponen kunci dari model ini adalah niat berperilaku; niat perilaku dipengaruhi oleh sikap tentang kemungkinan bahwa perilaku akan memiliki hasil yang diharapkan dan evaluasi subjektif dari risiko dan manfaat dari hasil tersebut.

Menurut teori TPB, perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku (Ajzen & Fishbein, 1980). Sikap adalah evaluasi seseorang terhadap suatu objek atau tindakan (Islam et al., 2022). Sikap dipengaruhi oleh keyakinan seseorang tentang objek atau tindakan tersebut, termasuk keyakinan tentang manfaat dan konsekuensi dari objek atau tindakan tersebut. Sedangkan norma subjektif adalah pandangan seseorang tentang apakah orang lain (keluarga, teman, atau masyarakat) akan menyetujui atau menolak perilaku tersebut. Norma subjektif bisa mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan perilaku. Kemudian, kendali perilaku adalah keyakinan seseorang tentang kemampuannya untuk melakukan perilaku tersebut. Kendali perilaku bisa termasuk kemampuan fisik, waktu, uang, dan sumber daya lainnya yang dibutuhkan untuk melakukan perilaku tersebut.

Menurut teori TPB, niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh ketiga faktor di atas. Niat tersebut selanjutnya mempengaruhi perilaku yang sebenarnya dilakukan. Teori TPB juga menganggap bahwa seseorang akan lebih mungkin untuk melakukan suatu perilaku jika niatnya kuat, yaitu jika sikapnya positif terhadap perilaku tersebut, jika ia percaya bahwa orang lain akan menyetujui perilaku tersebut, dan jika ia merasa memiliki kendali atas perilaku tersebut (Oteng-Peprah et al., 2020).

Dalam penelitian ini, minat muzakki membayar zakat melalui OPZ Kota Pekanbaru merupakan perilaku yang ingin diteliti. Berdasarkan teori

Theory of Planned Behavior, minat muzakki untuk membayar zakat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:

1. Faktor pertama adalah sikap muzakki terhadap pembayaran zakat. Sikap muzakki dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterapkan oleh OPZ Kota Pekanbaru. Jika OPZ Kota Pekanbaru menerapkan kualitas pelayanan yang baik, maka muzakki cenderung memiliki sikap yang positif terhadap pembayaran zakat.
2. Faktor kedua adalah norma subyektif atau pandangan orang lain tentang pembayaran zakat. Kepercayaan muzakki dapat berperan sebagai variabel mediasi yang memengaruhi norma subyektif. Jika muzakki merasa percaya dengan layanan yang diberikan OPZ Kota Pekanbaru, maka muzakki akan cenderung merekomendasikan lembaga tersebut kepada orang lain dan meningkatkan norma subyektif dalam masyarakat tentang pentingnya membayar zakat.
3. Faktor ketiga adalah kendali perilaku yang dirasakan muzakki. Kendali perilaku ini dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterapkan oleh OPZ Kota Pekanbaru. Jika OPZ Kota Pekanbaru menerapkan kualitas pelayanan yang baik, maka muzakki akan merasa lebih mudah untuk membayar zakat.

2.1.3. Teori Atribusi

Teori atribusi pertama kali dikemukakan oleh Heider pada tahun 1958. Teori ini berasumsi bahwa individu cenderung mencoba memahami mengapa orang melakukan tindakan tertentu. Proses atribusi, menurut Heider, melibatkan tiga tahap mendasar seperti yang dijelaskan berikut ini :

- a. Individu harus melihat atau mengamati perilaku yang sedang terjadi.
- b. Individu harus percaya bahwa perilaku tersebut dilakukan dengan sengaja oleh orang yang bersangkutan.
- c. individu harus menentukan apakah mereka percaya bahwa perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor internal individu tersebut atau dipaksa oleh faktor eksternal, seperti situasi atau pengaruh sosial dari orang lain.

Pada dasarnya, teori atribusi menyatakan bahwa ketika individu mengamati perilaku seseorang, mereka cenderung mencoba mengidentifikasi apakah perilaku tersebut berasal dari faktor internal atau faktor eksternal. Perilaku yang diatribusikan secara internal adalah perilaku yang diyakini berasal dari kontrol pribadi individu, seperti karakteristik kepribadian, kesadaran, atau kemampuan. Sementara perilaku yang diatribusikan secara eksternal adalah perilaku yang dipengaruhi oleh faktor di luar kendali individu, seperti situasi atau lingkungan (Heider, 1958).

Atribusi merupakan salah satu proses yang membentuk kesan individu terhadap orang lain. Proses atribusi membantu individu menjelaskan penyebab perilaku orang lain atau diri mereka sendiri, yang pada akhirnya membentuk kesan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku tersebut. Menurut Robbins & Judge (2013), penentuan apakah perilaku diatribusikan secara internal atau eksternal dipengaruhi oleh tiga faktor utama:

- a. Kekhususan: Kekhususan mengacu pada cara individu mempersepsikan perilaku seseorang dalam konteks situasi yang berbeda. Jika perilaku

dianggap biasa, maka akan diatribusikan secara internal. Namun, jika perilaku dianggap luar biasa, maka individu yang mengamatinya cenderung memberikan atribusi eksternal.

- b. **Konsensus:** Konsensus merujuk pada sejauh mana individu lain memiliki pandangan yang serupa dalam merespons perilaku seseorang dalam situasi yang sama. Jika konsensus tinggi, perilaku tersebut cenderung diatribusikan secara internal. Sebaliknya, jika konsensus rendah, maka cenderung diatribusikan secara eksternal.
- c. **Konsistensi:** Konsistensi mengacu pada sejauh mana perilaku individu tersebut konsisten dalam merespons situasi yang serupa dari waktu ke waktu. Semakin konsisten perilaku tersebut, semakin besar kemungkinan untuk diatribusikan sebagai faktor internal.

Jika ketiga faktor ini terpenuhi, maka individu cenderung akan membuat atribusi eksternal terhadap perilaku tersebut. Namun, jika salah satu atau lebih faktor ini tidak terpenuhi, maka perilaku tersebut kemungkinan akan diatribusikan sebagai akibat dari faktor internal atau karakteristik individu tersebut.

Dalam konteks penelitian ini peran teori atribusi dapat dikaitkan dengan variabel-variabel yang ada dalam penelitian. Dalam hal ini, faktor internal dapat dihubungkan dengan kepercayaan sebagai variabel intervening, sementara faktor eksternal dapat dihubungkan dengan akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan.

Teori atribusi dapat membantu menjelaskan bagaimana minat muzakki dalam membayar zakat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dalam konteks ini adalah tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh muzakki terhadap Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru. Kepercayaan ini dapat dipandang sebagai variabel intervening yang memediasi pengaruh faktor eksternal, yaitu akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga tersebut.

Dalam teori atribusi, faktor internal mengacu pada kemampuan dan kekuatan internal individu, sedangkan faktor eksternal merujuk pada situasi lingkungan. Dalam penelitian ini, faktor internal (kepercayaan) mencerminkan keyakinan muzakki terhadap integritas dan kompetensi Organisasi Pengelola Zakat. Sementara faktor eksternal meliputi akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan yang dapat memengaruhi persepsi muzakki terhadap lembaga tersebut.

Dengan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga amil zakat, muzakki mungkin lebih cenderung untuk memiliki minat yang lebih besar dalam membayar zakat. Selain itu, faktor eksternal seperti akuntabilitas yang baik, transparansi dalam pengelolaan dana zakat, dan kualitas pelayanan yang memadai dapat meningkatkan kepercayaan tersebut, sehingga mempengaruhi positif minat muzakki dalam membayar zakat.

2.2. Akuntabilitas dan Transparansi

Konsep akuntabilitas dan transparansi merujuk pada tanggung jawab suatu entitas atau organisasi untuk bertanggung jawab dan memberikan informasi secara jujur dan terbuka kepada pemangku kepentingan (Malini, 2021). Dalam konteks bisnis dan organisasi, konsep ini sangat penting untuk memastikan kinerja dan tata kelola yang baik, serta membangun kepercayaan dengan pemangku kepentingan seperti pemegang saham, karyawan, pelanggan, dan masyarakat umum (Ramadania & Shauki, 2023).

Akuntabilitas melibatkan kewajiban organisasi untuk menjalankan bisnis mereka dengan cara yang bertanggung jawab dan memenuhi kewajiban mereka, seperti membayar utang, mematuhi peraturan, dan memastikan bahwa keputusan dan tindakan yang diambil didasarkan pada nilai-nilai yang benar dan tidak merugikan orang lain. Hal ini juga melibatkan kewajiban untuk mengelola sumber daya secara efektif dan efisien, serta memastikan bahwa laporan keuangan dan non-keuangan akurat dan tepat waktu (Retnowati & Usnan, 2022).

Sedangkan transparansi adalah prinsip yang memastikan bahwa organisasi memberikan informasi yang akurat dan jelas mengenai kegiatan mereka kepada pemangku kepentingan (Ikhwandha & Hidayati, 2019). Hal ini mencakup pelaporan informasi keuangan seperti laporan laba rugi, neraca, dan arus kas, serta informasi non-keuangan seperti informasi lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan. Dengan transparansi yang baik, organisasi dapat

membangun kepercayaan dan kredibilitas dengan pemangku kepentingan dan membantu mengurangi risiko reputasi (Gani et al., 2021).

Dalam Islam, konsep akuntabilitas dan transparansi didasarkan pada prinsip-prinsip moral dan etika yang tinggi, serta pada tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh individu atau organisasi terhadap Allah SWT dan masyarakat. Dalam konteks akuntabilitas, individu atau organisasi harus mempertanggung jawabkan tindakan dan keputusan mereka di hadapan Allah SWT, serta menjaga hubungan yang baik dengan sesama manusia dan lingkungan sekitar (Aribi et al., 2019).

Adapun transparansi dalam Islam dianggap sebagai salah satu nilai dasar yang penting dalam tata kelola organisasi atau lembaga. Transparansi melibatkan keterbukaan dalam menjalankan kegiatan organisasi atau bisnis, termasuk melaporkan informasi secara jujur dan terbuka kepada pemangku kepentingan seperti pemegang saham, karyawan, konsumen, masyarakat, dan pemerintah. Transparansi dalam Islam juga melibatkan pengelolaan sumber daya yang baik dan bertanggung jawab. Dalam hal ini, individu atau organisasi harus menggunakan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka dengan cara yang adil dan efektif, dan harus bertanggung jawab atas pengelolaannya (Roziq et al., 2021).

Konsep akuntabilitas dan transparansi dalam Islam juga berkaitan dengan prinsip keadilan dan kebenaran. Seorang muslim harus bertindak secara adil dan jujur dalam segala aspek kehidupan, dan harus memastikan bahwa keputusan dan tindakan yang diambil didasarkan pada nilai-nilai yang benar

dan tidak merugikan orang lain (Waluya & Mulauddin, 2021). Oleh karena itu, dalam Islam, akuntabilitas dan transparansi adalah nilai-nilai yang sangat penting dan harus dipraktikkan dalam setiap aspek kehidupan.

Akuntabilitas dan transparansi adalah dua hal yang sangat penting dalam OPZ, karena keduanya memainkan peran penting dalam menjaga kepercayaan masyarakat dan keberhasilan program-program zakat. Akuntabilitas berarti bahwa OPZ harus bertanggung jawab atas tindakan mereka dalam pengelolaan dana zakat, baik dari segi keuangan maupun non-keuangan. Ini mencakup pelaporan keuangan, pelaporan kegiatan, dan pemantauan kinerja. Organisasi pengelola zakat harus dapat memberikan informasi yang jelas dan terperinci tentang penggunaan dana zakat, serta membuktikan bahwa dana tersebut telah digunakan dengan benar dan efektif.

Transparansi berarti bahwa organisasi pengelola zakat harus membuka informasi secara terbuka dan jujur tentang kegiatan dan pengelolaan dana zakat kepada masyarakat. Ini mencakup menyediakan laporan keuangan yang terperinci, mengumumkan kegiatan dan program yang sedang dilakukan, dan memberikan informasi yang jelas tentang kriteria penerima zakat dan cara pendistribusiannya.

Kombinasi antara akuntabilitas dan transparansi dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap OPZ dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program zakat. Dengan adanya akuntabilitas dan transparansi, masyarakat dapat merasa yakin bahwa dana zakat mereka dikelola

dengan baik dan digunakan untuk tujuan yang benar, sehingga dapat memperkuat keyakinan mereka dalam memberikan zakat.

2.3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu konsep yang berkaitan dengan bagaimana organisasi atau perusahaan memberikan pelayanan kepada pelanggan atau pengguna produk dan jasa mereka. Kualitas pelayanan melibatkan berbagai faktor, termasuk kecepatan, keandalan, keterjangkauan, kemudahan penggunaan, ketersediaan, dan responsivitas organisasi terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan (Rahmawati & Yulianto, 2018).

Dalam bisnis atau organisasi, kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan manfaat yang besar, seperti meningkatkan kepuasan pelanggan, mempertahankan pelanggan, dan meningkatkan citra organisasi (Li & Shang, 2020). Oleh karena itu, organisasi harus terus berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya dengan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan memberikan solusi yang tepat sesuai dengan harapan mereka.

Kualitas pelayanan dalam OPZ adalah penting untuk memastikan kepercayaan masyarakat terhadap program zakat dan memaksimalkan manfaat dari dana zakat yang terkumpul. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan, OPZ harus terus menerus melakukan evaluasi dan peningkatan dengan memperhatikan kebutuhan dan harapan masyarakat. Hal ini penting untuk memastikan bahwa dana zakat yang dikumpulkan dan didistribusikan secara tepat dan efektif kepada mereka yang membutuhkan, dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga amil zakat (Akbar et al., 2022).

2.4. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan atau harapan seseorang terhadap suatu objek atau entitas, seperti orang lain, organisasi, atau institusi (Retnowati & Usnan, 2022). Kepercayaan bisa berupa keyakinan bahwa orang lain akan melakukan sesuatu yang baik atau keyakinan bahwa suatu organisasi atau institusi akan berperilaku secara adil atau etis (Ikhwandha & Hudayati, 2019).

Kepercayaan mempengaruhi perilaku seseorang dalam interaksi sosial ketika seseorang mempercayai orang lain, ia cenderung lebih mudah untuk membuka diri dan berkomunikasi dengan orang tersebut, atau ketika seseorang mempercayai suatu lembaga, ia cenderung lebih bersedia untuk menggunakan layanan atau melakukan transaksi dengan lembaga tersebut (Hamid, 2022).

Kepercayaan juga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, informasi yang diterima, persepsi tentang keberhasilan atau kegagalan, dan faktor sosial lainnya. Kepercayaan yang tinggi dapat mempengaruhi keputusan dan perilaku seseorang dalam berbagai konteks, termasuk konteks organisasi atau lembaga (Rinaldi & Devi, 2022).

Dalam konteks penelitian ini, kepercayaan muzakki terhadap OPZ menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat melalui OPZ. Kepercayaan muzakki dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh OPZ. Oleh karena itu, OPZ perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut dalam upaya meningkatkan kepercayaan muzakki dan pada

akhirnya meningkatkan minat muzakki untuk membayar zakat melalui organisasi pengelola zakat.

2.5. Minat

Minat adalah kecenderungan hati atau keinginan seseorang yang kuat terhadap suatu hal, baik itu kegiatan, topik, atau objek tertentu. Minat dapat bervariasi dari satu orang ke orang lainnya, dan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman, lingkungan, nilai-nilai, dan kebutuhan pribadi (Kartika, 2020). Minat juga dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk keterikatan atau ketertarikan seseorang terhadap sesuatu, yang dapat memotivasi seseorang untuk melakukan tindakan atau mempelajari lebih lanjut tentang hal tersebut (Tho'in & Marimin, 2019). Dalam psikologi, minat sering kali dianggap sebagai faktor yang penting dalam memotivasi dan memandu perilaku manusia (Sari, 2020).

Minat membayar zakat melalui OPZ dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kepercayaan terhadap lembaga amil zakat tersebut, transparansi dan akuntabilitas pengelolaan zakat (Kabib et al., 2021), dan kualitas layanan yang diberikan oleh lembaga amil zakat tersebut (Bahri et al., 2022). Minat membayar zakat melalui OPZ juga dapat dipengaruhi oleh citra dan reputasi lembaga amil zakat, serta dukungan dari masyarakat dan lingkungan sekitar (Haki, 2020).

Seseorang yang memiliki minat tinggi untuk membayar zakat melalui OPZ, biasanya merasa yakin bahwa zakat yang mereka bayarkan akan dikelola dengan baik dan digunakan untuk membantu orang yang membutuhkan dengan

tepat. Selain itu, mereka juga dapat merasa terlibat dan memiliki peran dalam membantu masyarakat yang membutuhkan, serta merasa mendapatkan kepuasan batin dan pahala dari Allah SWT.

Oleh karena itu, OPZ harus memastikan bahwa pengelolaan zakat yang mereka lakukan transparan, akuntabel, dan sesuai dengan tuntunan Islam, sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk membayar zakat melalui lembaga amil zakat. Selain itu, lembaga amil zakat juga perlu mengembangkan layanan yang baik dan memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami tentang zakat, sehingga masyarakat dapat memahami pentingnya membayar zakat dan memilih lembaga amil zakat yang tepat untuk membayar zakat mereka.

2.6. Zakat

Zakat adalah salah satu dari lima pilar Islam yang wajib dilaksanakan oleh setiap umat Muslim yang mampu (Adiwijaya & Suprianto, 2020). Kewajiban membayar zakat tidak diperuntukan kepada seluruh umat muslim, melainkan hanya kepada mereka yang memang sudah memenuhi syarat sesuai dengan ketentuan hukum syariah. Hal ini sebab konsep dari pada zakat itu sendiri adalah dari yang kaya kepada yang miskin.

Zakat terbagi menjadi dua jenis, yaitu zakat fitrah dan zakat harta (maal) (Kabib et al., 2021). Zakat fitrah adalah zakat yang wajib dikeluarkan oleh setiap Muslim pada akhir bulan Ramadan atau pada hari raya Idul Fitri. Besarannya adalah 2,5 kilogram atau 3,5 liter bahan makanan pokok yang

lazim dikonsumsi oleh masyarakat setempat, seperti beras, gandum, atau kurma.

Zakat fitrah bertujuan untuk membersihkan diri dan mensucikan jiwa, serta sebagai bentuk kepedulian terhadap golongan yang membutuhkan pada saat Hari Raya Idul Fitri. Sedangkan Zakat maal adalah zakat yang dikeluarkan atas kekayaan yang dimiliki seseorang yang mencapai nisab (batas minimum) selama satu tahun penuh. Besaran zakat maal adalah 2,5% dari nilai harta yang telah mencapai nisab (Ramadani, 2021). Zakat maal bertujuan untuk mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi antara orang kaya dan orang miskin, serta untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Muslim yang membutuhkan.

Secara umum, zakat adalah ibadah yang menuntut setiap Muslim yang mampu untuk memberikan sebagian dari hartanya kepada golongan yang membutuhkan (Yusfiarto et al., 2020). Tujuan dari zakat adalah untuk memperbaiki kondisi sosial dan ekonomi masyarakat Muslim yang membutuhkan, serta sebagai sarana untuk menghilangkan kesenjangan antara orang kaya dan orang miskin (Adiwijaya & Suprianto, 2020). Oleh karena itu, zakat dapat dianggap sebagai salah satu bentuk redistribusi kekayaan yang diatur oleh syariat Islam.

Zakat tidak hanya diberikan kepada golongan miskin dan fakir, tetapi juga kepada delapan golongan yang berhak menerima zakat yang dijelaskan dalam Alquran surat At-Taubah ayat 60, yaitu fakir, miskin, amil, muallaf, riqab, gharimin, fi sabilillah, dan ibnu sabil (Bahri & Arif, 2020). Zakat harus

dikeluarkan dengan niat karena Allah, dan diberikan kepada orang yang berhak menerimanya secara langsung atau melalui lembaga zakat yang terpercaya (Hidayat & Mukhlisin, 2020). Dalam Islam, zakat memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat Muslim. Oleh karena itu, setiap Muslim yang mampu diwajibkan untuk melaksanakan zakat sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan ketaatan pada perintah Allah SWT.

2.7. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian sebelumnya, aspek-aspek terkait akuntabilitas, transparansi, kualitas pelayanan, kepercayaan, dan minat muzakki di lembaga amil zakat telah dianalisis. Tabel penelitian terdahulu menyajikan hasil-hasil dan temuan yang relevan sesuai dengan topik penelitian untuk memperkaya pemahaman dan melihat lebih dalam terkait konteks penelitian ini. Dengan menyajikan temuan-temuan dan hasil analisis terdahulu pada tabel di bawah ini, diharapkan penelitian ini dapat memanfaatkan informasi yang telah ada untuk merumuskan kerangka konseptual dan memandu langkah-langkah penelitian ini dengan lebih terarah. Berikut adalah pemaparan mengenai penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini , yang dapat dilihat pada tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel		Teori, Metode Sampel penelitian	Temuan
		Independen	Dependen		
1	(Retnowati & Usnan, 2022)	<ul style="list-style-type: none"> • Transparansi (Tp) • Akuntabilitas (Ak) • Manajemen Dana Zakat (Mz) • Religiusitas (Rg) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingat Kepercayaan Muzakki (TKM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode kuantitatif • Sampel 70 muzakki 	<ul style="list-style-type: none"> • (Tp) – (TKM) (Didukung) • (Ak) – (TKM) (Ditolak) • (Mz) – (TKM) (Didukung) • (Rg) – (TKM) (Didukung)
2	(Ikhwandha & Hudayati, 2019)	<ul style="list-style-type: none"> • Akuntabilitas (Ak) • Transparansi (Tp) • Kepercayaan efektif (KE) • Kepercayaan afektif (KA) 	<ul style="list-style-type: none"> • Minat muzakki membayar zakat (MM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Teori (Teori atribusi and Agency Theory) • Metode kuantitatif • Responden 100 Muzakki Baznas. 	<ul style="list-style-type: none"> • (Ak) – (KE) (Didukung) • (Ak) – (KA) (Didukung) • (Tp) – (KE) (Ditolak) • (Tp) – (KA) (Ditolak) • (KE) – (MM) (Didukung) • (KA) – (MM) (Didukung)
3	(Roziq et al., 2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Akuntabilitas (Ak) • Transparansi (Tp) • Kompetensi Amil (KMA) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan muzakki (KM) • Komitmen muzakki (KMM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Teori (Sharia Enterprise Theory) • Metode explanatory research. 	<ul style="list-style-type: none"> • (Ak) – (KM) (Ditolak) • (Ak) – (KMM) (Ditolak) • (Tp) – (KM) (Didukung) • (Tp) – (KMM) (Ditolak) • (KMM) – (KM) (Ditolak) • (KM) – (KMM) (Didukung)

4	(Bahri et al., 2022)	<ul style="list-style-type: none"> • Akuntabilitas (Ak) • Transparansi (Tp) • Kualitas pelayanan (KP) • Fintect (Fn) 	<ul style="list-style-type: none"> • Minat Muzakki (MM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Teori (Theory of Reasoned Action), • Metode kuantitatif • Sampel 35 responden 	<ul style="list-style-type: none"> • (Ak) – (MM) (Diterima) • (Tp) – (MM) (Ditolak) • (KP) – (MM) (Ditolak) • (Fn) – (MM) (Ditolak)
5	(Junjuran et al., 2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Transparansi (Tp) • Akuntabilitas (Ak) • IGCG 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kepercayaan muzakki (TKM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode kuantitatif • Sampel 42 responden 	<ul style="list-style-type: none"> • (Tp) – (TKM) (Diterima) • (Ak) – (TKM) (Ditolak) • (IGC) – (TKM) (Diterima)
6	(Mukhibad et al., 2019)	<ul style="list-style-type: none"> • Reputasi (Rp) • Transparansi (Tp) • Akuntabilitas (Ak) • Religiusitas muzakki (RM) • Kepercayaan muzakki (KM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Niat muzakki (NM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Theory of Planned Behavior (TPB) • Metode kuantitatif • Teknik sampling insidental dengan 73 responden. 	<ul style="list-style-type: none"> • (Tp) – (Rp) (Diterima) • (Ak) – (Rp) (Diterima) • (Rp) – (KM) (Diterima) • (RM) – (KM) (Diterima) • (Rp) – (NM) (Diterima) • (Tp) – (NM) (Diterima) • (KM) – (NM) (Diterima) • (RM) – (NM) (Diterima) • (Ak) – (KM) (Ditolak) • (Ak) – (NM) (Ditolak) • (Tp) – (KM) (Ditolak)

7	(Prastyo et al., 2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan (Km) • Pengetahuan (Ph) • Religiusitas (Rg) 	<ul style="list-style-type: none"> • Minat Muzakki (MM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode Campuran (method mixed), • Teknik purposive sampling, Sampel sebanyak 80 responden muzakki. 	<ul style="list-style-type: none"> • (Km) – (MM) (Diterima) • (Ph) – (MM) (Diterima) • (Rg) – (MM) (Diterima)
8	(Putra & Lestari, 2022)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan (Ph) • Tingkat Pendapatan (TP) • Transparansi (Tp) • Kepercayaan (Km) 	<ul style="list-style-type: none"> • Minat muzakki membayar zakat melalui lembaga zakat di luar pulau jawa dan di pulau jawa. (MM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode kuantitatif • Sampel 261 orang 	<ul style="list-style-type: none"> • (Ph) – (MM) (Ditolak) • (TP1) – (MM) (Ditolak) • (TP2) – (MM) (Diterima) • (Tp) – (MM) (Diterima) • (Km1) – (MM) (Diterima) • (Km2) – (MM) (Ditolak)

9	(Ghazali & Ibrahim, 2022)	<ul style="list-style-type: none"> • Kepatuhan (Kp) • Kepercayaan (Km) • Pengetahuan (Ph) • Motivasi (Mt) • Metode Pembayaran zakat (Mp) • Peraturan (Pr) • Anggota dewan pengelola zakat (AD) 	<ul style="list-style-type: none"> • Niat membayar zakat (NM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Theory of Planned Behavior (TPB) • Metode kuantitatif • Teknik sampling stratified random sampling dengan 400 Responden 	<ul style="list-style-type: none"> • (Ph) – (NM) (Sangat Tinggi) • (Mt) – (NM) (Sangat Tinggi) • (Kp) – (NM) (Sangat Tinggi) • (Pr) – (NM) (Tinggi) • (KM) – (NM) (Tinggi) • (Mp) – (NM) (Tinggi) • (AD) – (NM) (Tinggi)
10	(Ruslan et al., 2022)	<ul style="list-style-type: none"> • Transparansi (TP) • Kualitas pelayanan (KP) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan muzakki (KM) • Minat muzakki (MM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode kuantitatif • Sampel 180 responden 	<ul style="list-style-type: none"> • (Tp) – (KM) (Diterima) • (Tp) – (MM) (Ditolak) • (KP) – (KM) (Diterima) • (KP) – (MM) (Diterima) • (Tp) - (KM) – (KM) (Diterima) • (KP) - (KM) – (KM) (Diterima)

2.8. Pengembangan Hipotesis

Pengaruh akuntabilitas terhadap minat muzakki

Akuntabilitas, dalam konteks Organisasi Pengelola Zakat (OPZ), merujuk pada kemampuan OPZ tersebut untuk mempertanggungjawabkan tindakan dan pengelolaan dana zakat secara transparan, profesional, dan efisien. Tingkat akuntabilitas yang tinggi menggambarkan ketersediaan informasi yang lengkap, kualitas laporan keuangan, serta kepatuhan terhadap standar dan prinsip pengelolaan dana zakat. Di sisi lain, minat muzakki untuk membayar zakat melalui OPZ tersebut mencerminkan tingkat ketertarikan, keinginan, dan kesiapan mereka untuk berpartisipasi aktif dalam amil zakat tersebut.

Teori agensi menjadi landasan teoritis untuk memahami hubungan antara akuntabilitas dan minat muzakki. Dalam kerangka teori agensi, tingkat akuntabilitas yang tinggi di OPZ diartikan sebagai upaya agen (lembaga zakat) untuk memenuhi tuntutan pertanggungjawaban kepada principal (muzakki). Tingginya tingkat akuntabilitas dapat memberikan keyakinan kepada muzakki bahwa lembaga zakat bertanggung jawab secara profesional dan etis dalam mengelola dana zakat. Dengan demikian, muzakki yang percaya pada akuntabilitas OPZ cenderung memiliki minat lebih besar untuk berzakat melalui lembaga tersebut karena mereka menganggap lembaga itu dapat diandalkan dalam menjalankan fungsi pengelolaan zakat.

Penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Ikhwandha dan Hidayati (2019) dan Bahri *et al.* (2022), mendukung hipotesis ini dengan

menunjukkan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ. Secara keseluruhan, hipotesis ini menggambarkan bahwa akuntabilitas yang tinggi di OPZ memiliki hubungan positif dengan minat muzakki membayar zakat melalui OPZ. Tingginya tingkat akuntabilitas diartikan sebagai faktor penting yang dapat memotivasi muzakki untuk berzakat, sejalan dengan prinsip-prinsip teori agency yang menekankan pentingnya pertanggungjawaban agen kepada principal untuk membangun hubungan yang baik dan saling percaya.

H1 : Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap minat muzakki

Pengaruh transparansi terhadap minat muzakki

Transparansi dalam pengelolaan zakat oleh OPZ dapat diartikan sebagai sejauh mana lembaga tersebut terbuka dan jujur dalam mengungkapkan informasi terkait dengan aktivitas pengumpulan, pengelolaan, dan distribusi dana zakat. Minat muzakki mencerminkan tingkat ketertarikan dan keinginan mereka untuk membayar zakat melalui lembaga tersebut. Hipotesis ini mengasumsikan bahwa tingkat transparansi yang tinggi di OPZ memiliki hubungan positif dengan peningkatan minat muzakki membayar zakat melalui OPZ.

Teori agensi menjadi dasar teoritis untuk memahami hubungan antara transparansi dan minat muzakki. Dalam kerangka teori agensi, transparansi dianggap sebagai bentuk komunikasi terbuka dan jujur yang dapat meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap OPZ sebagai agen. Transparansi dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada muzakki tentang

bagaimana dana zakat dikelola dan disalurkan oleh lembaga, sehingga menciptakan kepercayaan bahwa lembaga tersebut bertindak sesuai dengan tujuan dan prinsip syariah.

Pentingnya transparansi dalam konteks ini terletak pada kemampuannya untuk mengurangi asimetri informasi antara OPZ sebagai agen dan muzakki sebagai principal. Transparansi menjadi alat yang efektif untuk mengatasi ketidakpastian muzakki terkait dengan pengelolaan dana zakat. Dengan informasi yang terbuka dan mudah diakses, muzakki dapat membuat keputusan yang lebih informasional dan merasa lebih yakin bahwa dana yang mereka sumbangkan akan digunakan dengan efektif dan sesuai dengan prinsip syariah.

Penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Bahri *et al.* (2022) dan Ikhwandha dan Hidayati (2019), mendukung hipotesis ini dengan menunjukkan bahwa transparansi berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ. Hasil penelitian ini memberikan landasan teoritis yang lebih kuat untuk mendukung hipotesis, mengonfirmasi bahwa transparansi memainkan peran penting dalam memotivasi minat muzakki membayar zakat melalui lembaga zakat. Dengan demikian, hipotesis ini menyatakan bahwa transparansi yang tinggi dalam pengelolaan zakat oleh OPZ berhubungan positif dengan peningkatan minat muzakki membayar zakat melalui lembaga tersebut, sejalan dengan prinsip-prinsip teori agency dan temuan penelitian terdahulu yang mendukung hubungan positif antara transparansi dan kepercayaan muzakki.

H2 : Transparansi berpengaruh positif terhadap minat muzakki

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat muzakki

Kualitas pelayanan dari OPZ merujuk pada sejauh mana lembaga tersebut mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan berkualitas kepada muzakki. Minat muzakki mencerminkan tingkat ketertarikan dan keinginan mereka untuk membayar zakat melalui lembaga tersebut. Hipotesis ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dari OPZ memiliki hubungan positif dengan peningkatan minat muzakki membayar zakat melalui lembaga tersebut.

Dalam kerangka Teori Planned Behavior (TPB), kualitas pelayanan dianggap sebagai faktor yang membentuk sikap positif muzakki terhadap OPZ. Sikap positif ini selanjutnya berkontribusi pada pembentukan norma subjektif positif, yaitu persepsi muzakki terhadap pandangan dan dukungan signifikan dari orang-orang yang berpengaruh dalam lingkungan sosial mereka. Norma subjektif yang positif dapat memperkuat niat muzakki untuk berzakat melalui OPZ.

Pelayanan yang baik menciptakan pengalaman positif bagi muzakki, meningkatkan kepuasan mereka, dan kemudian dapat membangun sikap positif terhadap lembaga. Dengan pengalaman positif ini, muzakki lebih cenderung memiliki norma subjektif yang positif, yaitu persepsi bahwa orang-orang di sekitar mereka mendukung dan menghargai partisipasi dalam zakat melalui lembaga tersebut. Dalam konteks TPB, sikap positif dan norma subjektif yang positif membentuk niat yang kuat untuk melakukan perilaku, dalam hal ini, membayar zakat melalui OPZ.

Penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Ruslan *et al.* (2022) dan Bahri *et al.* (2022), mendukung hipotesis ini dengan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ. Hasil penelitian ini menjadi landasan teoritis yang kuat untuk mendukung hipotesis, bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan minat muzakki membayar zakat melalui OPZ.

H3 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat muzakki

Pengaruh akuntabilitas terhadap kepercayaan muzakki

Akuntabilitas adalah kemampuan organisasi atau lembaga untuk bertanggung jawab atas tindakan mereka. Akuntabilitas di dalam sebuah perusahaan sangat penting dalam menjaga kredibilitas dan kepercayaan dari seluruh pemangku kepentingan yang terkait. Hal ini dapat dilakukan melalui upaya atau kegiatan yang menghasilkan pengungkapan yang sesuai, termasuk di dalamnya adalah pelaporan keuangan, pengelolaan risiko, dan kepatuhan hukum. Dalam konteks lembaga zakat, akuntabilitas juga melekat pada peran sosial dimana muhtasib (akuntan) percaya bahwa hukum syariah telah dijalankan dan kesejahteraan masyarakat akhirnya menjadi tujuan utama dari kegiatan lembaga.

Dalam teori agensi, OPZ berperan sebagai agen yang bertanggung jawab mengelola dana zakat milik muzakki sebagai principal. Tingkat akuntabilitas yang tinggi di OPZ dapat diartikan sebagai upaya agen (OPZ) untuk memenuhi keinginan dan kepercayaan principal (muzakki). Dalam konteks ini, teori agensi memberikan dasar pemahaman bahwa langkah-

langkah akuntabilitas, seperti pelaporan keuangan yang transparan dan kepatuhan hukum, diambil oleh OPZ untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan muzakki. Dengan cara ini, akuntabilitas tidak hanya menjadi tanggung jawab yang dijalankan oleh OPZ kepada muzakki, tetapi juga sebagai langkah proaktif untuk meningkatkan kepercayaan principal terhadap agen.

Hipotesis mengasumsikan bahwa semakin besar tingkat akuntabilitas yang dilakukan oleh OPZ, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan muzakki. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya dari Ikhwandha dan Hidayati (2019), Bahri *et al.* (2022), dan Mukhibad *et al.* (2019) dimana dalam penelitiannya disebutkan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki kepada organisasi pengelola zakat.

H4 : Akutabilitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki

Pengaruh transparansi terhadap kepercayaan muzakki

Transparansi adalah kemampuan organisasi atau lembaga untuk terbuka dan jujur dalam mengungkapkan informasi tentang aktivitas mereka. Sebagai entitas yang bertanggung jawab dalam pengelolaan dana sosial yang bersifat amanah, perusahaan memiliki tanggung jawab moral untuk mengambil inisiatif dalam mengungkapkan informasi yang tidak hanya diwajibkan oleh hukum, tetapi juga yang penting untuk pengambilan keputusan bagi berbagai pihak terkait. Hal ini khususnya berlaku untuk OPZ, yang harus memberikan informasi yang lengkap, transparan, mudah diakses, dan dipahami oleh seluruh pemangku kepentingan, termasuk muzakki yang memberikan dana. Dalam konteks zakat, transparansi dapat mencakup keterbukaan dalam kegiatan

pengumpulan, pengelolaan, dan distribusi dana zakat, serta proses pemilihan penerima manfaat zakat.

Dalam konteks teori agensi, pertanggungjawaban agen kepada principal, yang diaplikasikan pada OPZ dan muzakki, menjadi fokus utama dalam membangun hubungan yang sehat. Transparansi dianggap sebagai sarana penting untuk memenuhi tuntutan pertanggungjawaban, di mana OPZ sebagai agen, berusaha dengan sungguh-sungguh untuk memberikan informasi yang lengkap dan mudah diakses kepada muzakki sebagai principal. Lebih dari sekadar alat pertanggungjawaban, transparansi juga berfungsi sebagai mekanisme pengurangan asimetri informasi antara OPZ dan muzakki. Dengan meningkatkan transparansi, OPZ secara efektif mengurangi ketidakpastian muzakki terkait pengelolaan dana zakat, membuka jalan untuk pemahaman yang lebih baik dan, pada akhirnya, membangun tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, dalam menjalankan tugasnya, OPZ memprioritaskan pembangunan kepercayaan sebagai tujuan utama, dengan transparansi menjadi instrumen utama dalam mencapai hal tersebut.

Hipotesis mengasumsikan bahwa semakin besar tingkat transparansi yang dilakukan oleh OPZ, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan muzakki. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya dari Retnowati dan Usnan (2022) dan Roziq *et al.* (2021) dimana dalam penelitiannya disebutkan bahwa transparansi laporan keuangan berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki kepada organisasi pengelola zakat.

H5 : Transparansi berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan muzakki

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat kepuasan atau kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi atau lembaga. Kualitas pelayanan dapat diukur dari berbagai aspek, seperti kecepatan pelayanan, kemudahan akses, ketersediaan informasi, kesopanan dan keramahan petugas, dan lain sebagainya. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi kepercayaan muzakki terhadap OPZ. Sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas pengumpulan dan distribusi zakat, lembaga pengelola zakat harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan muzakki.

Dalam konteks Teori Planned Behavior (TPB) sikap mengacu pada evaluasi individu terhadap perilaku tertentu. Evaluasi ini melibatkan pertimbangan tentang sejauh mana individu merasa positif atau negatif terhadap perilaku tersebut. Dalam konteks penelitian ini, kualitas pelayanan OPZ dianggap dapat dapat mempengaruhi sikap muzakki untuk membayar zakat melalui OPZ. Jika muzakki merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh OPZ berkualitas tinggi, maka muzakki cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap lembaga tersebut. Sehingga, kualitas pelayanan dalam TPB dianggap sebagai faktor yang memengaruhi sikap individu terhadap perilaku yang diniatkan.

Hipotesis mengasumsikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh OPZ, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan muzakki. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya dari Ruslan *et al.* (2022) dan

Bahri *et al.* (2022) dimana dalam penelitiannya disebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap terhadap tingkat kepercayaan muzakki kepada organisasi pengelola zakat.

H6 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki

Pengaruh kepercayaan terhadap minat muzakki

Kepercayaan adalah keyakinan atau harapan seseorang terhadap suatu objek atau entitas, seperti orang lain, organisasi, atau institusi. Kepercayaan bisa berupa keyakinan bahwa orang lain akan melakukan sesuatu yang baik atau keyakinan bahwa suatu organisasi atau institusi akan berperilaku secara adil atau etis. Kepercayaan muzakki terhadap lembaga amil zakat merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi minat muzakki untuk berzakat.

Dalam konteks Teori Planned Behavior (TPB), sikap mencakup evaluasi individu terhadap perilaku tertentu. Dalam konteks ini, kepercayaan muzakki terhadap OPZ dapat dianggap sebagai bagian dari sikap mereka terhadap pembayaran zakat melalui lembaga tersebut. Jika muzakki memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap OPZ, mereka cenderung memiliki sikap yang positif terhadap lembaga zakat tersebut, yang dapat mempengaruhi minat mereka untuk berzakat melalui OPZ.

Hipotesis ini mengasumsikan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap OPZ berdampak positif pada peningkatan minat muzakki untuk membayar zakat melalui lembaga tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya dari Prastyo *et al.* (2021), Ikhwandha dan Hidayati (2019) dan Ghazali dan Ibrahim (2022) dimana dalam penelitiannya disebutkan bahwa

tingkat kepercayaan muzakki berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat di Organisasi Pengelola Zakat.

H7 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat muzakki

Kepercayaan muzakki memediasi pengaruh akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki

Hipotesis ini yang menyatakan bahwa kepercayaan muzakki memediasi pengaruh akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru. Menurut Teori atribusi, individu cenderung mencari penjelasan atas perilaku mereka sendiri atau perilaku orang lain dengan mengaitkannya dengan faktor internal atau eksternal. Dalam konteks ini muzakki yang harus memutuskan untuk membayar zakat atau tidak dan melakukan proses atribusi terhadap organisasi pengelola zakat. Dalam penelitian ini, tingkat akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan organisasi pengelola zakat dapat dianggap sebagai faktor eksternal. Jika lembaga tersebut memiliki tingkat akuntabilitas yang tinggi, muzakki cenderung akan mengatribusikan kepercayaan dan keyakinannya pada keandalan dan transparansi lembaga tersebut. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap lembaga pengelola zakat. Kepercayaan ini kemudian berperan penting dalam pengambilan keputusan muzakki untuk memberikan zakat, karena muzakki akan cenderung percaya bahwa zakat yang mereka berikan akan dikelola dengan baik dan efisien oleh lembaga yang transparan dan akuntabel.

Hipotesis mengasumsikan bahwa kepercayaan muzakki dapat memediasi antara pengaruh akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki untuk membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru. Artinya bahwa tingkat akuntabilitas yang tinggi, tingkat transparansi yang baik, dan kualitas pelayanan yang baik hal tersebut cenderung akan meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap lembaga tersebut. Kepercayaan ini kemudian dianggap sebagai mekanisme yang memediasi pengaruh dari faktor-faktor tersebut terhadap minat muzakki untuk membayar zakat.

H8 : Kepercayaan muzakki secara positif memediasi pengaruh akuntabilitas terhadap minat muzakki.

H9 : Kepercayaan muzakki secara positif memediasi pengaruh transparansi terhadap minat muzakki.

H10 : Kepercayaan muzakki secara positif memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat muzakki.

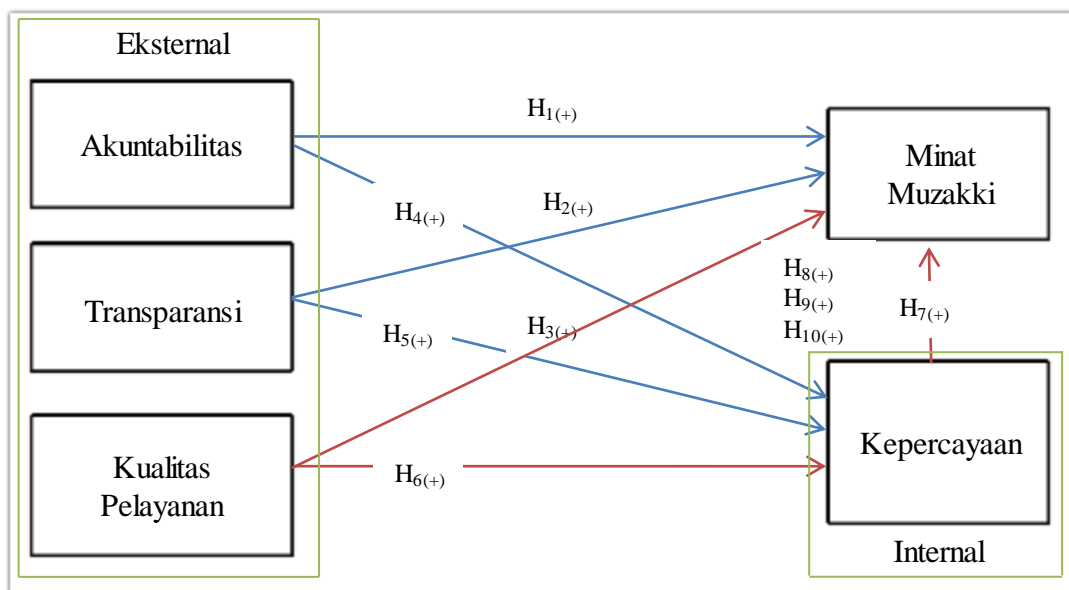
2.9. Kerangka Penelitian

Kerangka dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat di Organisasi Pengelola Zakat Kota Pekanbaru, dengan kepercayaan muzakki sebagai variabel intervening. Dalam konteks ini, akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan dianggap sebagai faktor yang dapat memengaruhi kepercayaan muzakki kepada organisasi pengelola zakat, sedangkan kepercayaan muzakki dianggap sebagai faktor mediasi yang dapat menjadi perantara antara variabel independen dan variabel dependen.

Dalam penelitian ini, diharapkan bahwa hasilnya dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat muzakki membayar zakat dan kontribusi kepercayaan muzakki dalam membentuk hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa variabel independen dalam penelitian ini yaitu akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel mediasi yaitu kepercayaan muzakki, serta variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat muzakki membayar zakat melalui OPZ Kota Pekanbaru. Dari uraian di atas maka dapat di gambarkan konsep penelitian pada penelitian ini seperti pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



Catatan :

1. Garis panah berwarna biru teori agensi.
2. Garis panah berwarna merah theory planned behavior/TPB.
3. Kotak hijau teori atribusi

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu jenis penelitian yang bersifat sistematis dan terstruktur dengan tahapan yang jelas. Pendekatan ini mengutamakan pengukuran dan analisis data dengan menggunakan metode-metode statistik. Tujuannya adalah untuk memahami fenomena yang diteliti secara obyektif dan mendalam, serta menghasilkan generalisasi yang dapat diterapkan pada populasi yang lebih besar (Napitupulu, 2022).

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini juga mencoba untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta melihat apakah ada variabel mediasi yang mempengaruhi hubungan tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menjelaskan apakah ada hubungan antara akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki untuk membayar zakat melalui organisasi pengelola zakat kota Pekanbaru dengan kepercayaan sebagai variabel yang memediasi antara variabel independen dan dependen tersebut. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian ini memiliki populasi yang terdiri dari para muzakki yang ada di Kota Pekanbaru. Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Accidental sampling. Menurut Sujarweni (2018) accidental sampling adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan, di mana individu yang kebetulan berinteraksi dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika mereka memenuhi kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Harapannya dengan menggunakan teknik accidental sampling adalah untuk memperoleh representasi yang cukup dari populasi muzakki di Kota Pekanbaru dengan cara yang lebih mudah dan efisien. Dengan pendekatan ini, diharapkan peneliti dapat mengumpulkan data yang relevan dari berbagai individu yang secara kebetulan berada dalam lingkup penelitian, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari responden yang menjadi muzakki di OPZ kota Pekanbaru. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket, yang diisi oleh responden untuk mengumpulkan data tentang pengaruh akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui organisasi pengelola zakat (opz) kota pekanbaru: dengan kepercayaan muzakki sebagai variabel intervening

Kuesioner akan berisi pertanyaan tentang akuntabilitas, transparansi, kualitas pelayanan, kepercayaan, dan minat muzakki dalam membayar zakat di organisasi pengelola zakat kota Pekanbaru. Responden akan diminta untuk memberikan tanggapan mereka terhadap setiap pertanyaan dengan menggunakan skala Likert yang memiliki penilaian 1-6 dengan pemahaman sangat berbeda dari tidak setuju hingga setuju. Skala likert adalah skala yang mencakup enam tingkat preferensi jawaban dengan pilihan berikut:

Angka 1 = Sangat Tidak setuju

Angka 2 = Tidak Setuju

Angka 3 = Agak Tidak Setuju

Angka 4 = Agak Setuju

Angka 5 = Setuju

Angka 6 = Sangat Setuju

Peneliti mengambil skala Likert 6 (enam) untuk mengantisipasi respons tengah ketika responden tidak memiliki respons yang jelas atau tidak memiliki jawaban yang pasti ataupun ragu – ragu. Dalam penelitian ini instrument yang digunakan tidak dibuat dari awal namun merupakan bentuk pengembangan dari studi-studi sebelumnya yang relevan dengan penelitian.

3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat lima variabel yang diteliti, yaitu Akuntabilitas, Transparansi, Kualitas Pelayanan, Minat Muzakki Membayar Zakat, dan Kepercayaan Muzakki. Variabel-variabel ini dikelompokkan sebagai variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen terdiri dari

Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan, yang tidak secara langsung dipengaruhi oleh variabel lain dalam model penelitian. Sementara itu, variabel endogen meliputi Minat Muzakki Membayar Zakat dan Kepercayaan Muzakki, yang langsung dipengaruhi oleh variabel lain. Pendekatan ini diterapkan untuk menganalisis pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat Kota Pekanbaru. Selanjutnya, Kepercayaan Muzakki juga akan dianalisis sebagai variabel intervening yang menghubungkan variabel-variabel eksogen dan endogen dalam kerangka penelitian ini.

1. Akuntabilitas

Akuntabilitas dalam konteks ini merujuk pada tingkat transparansi dan keterbukaan organisasi pengelola zakat dalam mengelola dan menggunakan dana zakat, serta kemampuan mereka dalam memberikan pertanggungjawaban kepada muzakki. Instrumen untuk mengukur akuntabilitas dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3. 1 Indikator variabel akuntabilitas

No	Indikator	Sumber
1	Segala aktivitas harus memperhatikan dan mengutamakan kesejahteraan umat sebagai perwujudan amanah yang diberikan Allah SWT kepada manusia sebagai seorang khalifah.	(Ikhwandha & Hidayati, 2019)
2	Aktivitas organisasi dilaksanakan secara adil.	
3	Aktivitas organisasi tidak merusak lingkungan sekitar.	
4	Pengelolaan harus dibarengi dengan pengendalian yang baik yang sesuai dengan komitmen yang telah dibuat antara pemberi amanah dan penerima amanah.	
5	Pengelolaan dilakukan sesuai dengan syariat Islam yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an.	

2. Variabel: Transparansi

Transparansi dalam konteks ini mengacu pada sejauh mana lembaga amal zakat dapat menyediakan informasi yang jelas, akurat, dan mudah diakses mengenai pengelolaan dana zakat serta dampak yang dihasilkan dari penggunaan dana tersebut. Instrumen untuk mengukur transparansi dapat dilihat pada tabel 3.2 dibawah ini.

Tabel 3. 2 Indikator Variabel Transparansi

No	Indikator	Sumber
1	Seluruh kegiatan pengelolaan zakat termasuk informasi harus mudah diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap informasi tersebut.	(Ikhwandha & Hidayati, 2019)
2	Seluruh informasi yang dimiliki badan pengelola zakat harus diungkapkan secara jujur, lengkap dan segala hal yang ada di kegiatan harus diinformasikan.	
3	Pemberian informasi juga harus dilakukan secara baik dan adil kepada semua pihak yang membutuhkan informasi.	

3. Variabel: Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dalam konteks ini merujuk pada tingkat kepuasan muzakki terhadap layanan yang disediakan oleh lembaga amal zakat di Kota Pekanbaru. Aspek-aspek kualitas pelayanan mencakup kemudahan dalam berinteraksi, responsivitas terhadap kebutuhan muzakki, dan kualitas komunikasi yang baik. Tingkat kepuasan muzakki dalam hal ini menjadi cermin dari sejauh mana organisasi pengelola zakat dapat memenuhi harapan dan kebutuhan mereka, serta memberikan pengalaman berdonasi yang

memuaskan dan berkesan. Instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 3.3 dibawah ini.

Tabel 3. 3 Indikator Variabel Pelayanan

No	Indikator	Sumber
1	Kecepatan dan ketepatan tanggapan lembaga terhadap pertanyaan atau kebutuhan muzakki.	(Bahri et al., 2022)
2	Kemudahan, keamanan, dan efisiensi proses pembayaran zakat yang disediakan oleh lembaga.	
3	Ketersediaan dan kemudahan akses muzakki terhadap layanan lembaga, baik secara online maupun offline.	
4	Kualitas program edukasi dan informasi yang disediakan oleh lembaga kepada muzakki.	
5	Fungsi dan kualitas fasilitas pendukung yang disediakan oleh lembaga.	
6	Respons lembaga terhadap masukan dan keluhan muzakki, serta upaya tindak lanjut yang dilakukan.	
7	Kepercayaan muzakki terhadap kepatuhan lembaga terhadap prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan dana zakat.	

4. Variabel: Minat Muzakki Membayar Zakat

Minat muzakki membayar zakat merujuk pada keinginan dan motivasi muzakki untuk secara sukarela membayar zakat melalui organisasi pengelola zakat. Minat ini mencerminkan seberapa kuat keterlibatan muzakki dalam mendukung OPZ, memberikan gambaran yang penting tentang keberlanjutan program dan keberhasilan OPZ dalam memenuhi ekspektasi muzakki. Evaluasi ini memberikan wawasan penting untuk meningkatkan efektivitas OPZ dalam memenuhi kebutuhan muzakki. Instrumen untuk mengukur minat muzakki dapat dilihat pada tabel 3.4 dibawah ini.

Tabel 3. 4 Indikator Variabel Minat Muzakki

No	Indikator	Sumber
1	Adanya dorongan dalam diri individu dan rasa ingin tahu muzakki.	(Ikhwandha & Hidayati, 2019)
2	Adanya motif sosial yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.	
3	Adanya faktor emosional yang berhubungan dengan emosi sehingga mendorong muzakki untuk membayar zakat.	

5. Variabel: Kepercayaan Muzakki

Kepercayaan muzakki dalam konteks ini merujuk pada keyakinan dan kepercayaan muzakki terhadap integritas, kompetensi, dan tujuan lembaga amil zakat dalam mengelola dana zakat. Instrumen untuk mengukur kepercayaan muzakki dapat dilihat pada tabel 3.5 dibawah ini.

Tabel 3. 5 Indikator Variabel Kepercayaan Muzakki

No	Indikator	Sumber
1	Kepercayaan responden terhadap profesionalisme dan dedikasi petugas zakat.	(Ikhwandha & Hidayati, 2019)
2	Kepercayaan responden terhadap kompetensi dan kemampuan petugas zakat.	
3	Kepercayaan responden terhadap kemampuan lembaga untuk mengelola zakat dengan baik.	
4	Kepercayaan responden terhadap reputasi dan penghormatan lembaga oleh pihak terkait	
5	Kepercayaan responden terhadap pandangan orang-orang yang dikenalnya terhadap lembaga.	
6	Kepercayaan responden terhadap potensi minat orang lain untuk bekerja sama dengan lembaga setelah mengetahui lebih banyak.	

3.5. Teknik Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan pendekatan yang digunakan untuk memberikan gambaran terperinci dan mendalam terhadap objek penelitian melalui analisis data, baik dari sampel maupun populasi, tanpa terlalu mendalam dalam melakukan analisis statistik yang kompleks dan tanpa membuat kesimpulan umum (Ghozali & Latan, 2015). Metode ini melibatkan penyajian data secara komprehensif melalui berbagai alat seperti tabel, distribusi frekuensi, grafik, dan diagram. Selain itu, pendekatan ini memungkinkan penjelasan lebih lanjut terkait kelompok-kelompok data dan variasi di dalamnya. Dengan demikian, statistik deskriptif bukan hanya sekadar merangkum data, tetapi juga memberikan landasan yang kuat untuk pemahaman yang menyeluruh terhadap karakteristik dan pola yang muncul dari objek penelitian.

2. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Menurut Ghozali dan Latan (2015), Structural Equation Modeling (SEM) adalah metode analisis statistik multivariat. Analisis data SEM berbeda dengan regresi atau analisis jalur. Dalam SEM, terdapat tiga kegiatan yang dilakukan secara bersamaan, yaitu pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrumen (confirmatory factor analysis), pengujian model hubungan antara variabel (path analysis), dan pengembangan model yang sesuai untuk prediksi analisis model struktural dan analisis regresi.

3. Partial Least Square (PLS)

Analisis PLS umumnya terdiri dari dua sub-model, yaitu model pengukuran (measurement model) atau sering disebut outer model, dan model struktural (structural model) atau sering disebut inner model (Ghozali, 2006). PLS merupakan suatu metode SEM yang dapat digunakan untuk menangani permasalahan variabel kompleks dengan jumlah data sampel yang terbatas. Model pengukuran menjelaskan bagaimana variabel manifest atau observed variabel merepresentasikan variabel laten untuk diukur, sementara model struktural menggambarkan kekuatan estimasi antar variabel laten dan konstruk. Tujuan dari PLS adalah membantu peneliti dalam memperoleh nilai variabel laten untuk keperluan prediksi.

4. Model Pengukuran (Outer Model)

3.5.4.1. Uji Validitas

Menurut Ghozali dan Latan (2015), sebuah indikator dianggap valid apabila memiliki loading factor di atas 0.5 terhadap konstruk yang dituju. Proses uji validitas menjadi krusial dalam mengevaluasi keabsahan kuesioner dalam konteks penelitian, memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat secara akurat merefleksikan konstruk yang diukur. Dalam analisis outer model, uji validitas diterapkan melalui dua aspek penting, yaitu Convergent Validity dan Discriminant Validity. Convergent Validity fokus pada pengukuran sejauh mana indikator variabel mencerminkan konstruk yang sama, diukur melalui outer loading dan average variance extracted (AVE). Sementara itu, Discriminant Validity memeriksa sejauh mana konstruk berbeda satu sama

lain, diindikasikan oleh perbandingan nilai original AVE dengan korelasi antar variabel laten. Keseluruhan, uji validitas pada outer model memberikan keyakinan terhadap keakuratan dan ketepatan instrumen pengukuran dalam menangkap konstruk penelitian.

3.5.4.2. Convergent Validity

Convergent validity digunakan untuk mengukur validitas indikator sebagai pengukur variabel, yang dapat dilihat dari outer loading masing-masing indikator variabel. Evaluasi convergent validity dilakukan dengan memperhatikan outer loading dari setiap indikator. Outer loading dan average variance extracted (AVE) digunakan untuk mengukur convergent validity. Jika nilai loading factor > 0.5 , maka indikator tersebut dianggap valid (Ghozali & Latan, 2015).

3.5.4.3. Discriminant Validity

Validitas diskriminan bertujuan untuk menguji sejauh mana struktur laten berbeda dari konstruk lainnya. Tingkat validitas diskriminan yang tinggi menunjukkan bahwa struktur tersebut unik dan mampu menjelaskan fenomena yang diukur. Konstruk dianggap valid dengan membandingkan nilai AVE dengan korelasi antar variabel laten. Rekomendasi nilai diskriminan yang baik adalah jika nilai dasar AVE lebih besar daripada korelasi antar konstruk, dengan nilai yang disarankan di atas 0.5 (Ghozali & Latan, 2015).

3.5.4.4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menjadi suatu langkah penting yang melibatkan evaluasi nilai composite reliability dari blok indikator yang digunakan untuk mengukur

suatu konstruk dalam penelitian. Sebuah indikator dianggap reliabel apabila nilai Cronbach's alpha, yang mencerminkan konsistensi internal dari indikator tersebut, melebihi ambang batas 0.6. Selain itu, reliabilitas diperkuat jika nilai composite reliability, yang mengukur tingkat keandalan dan konsistensi dari konstruk yang diukur, mencapai angka lebih dari 0.7. Dengan demikian, uji reliabilitas tidak hanya berfokus pada stabilitas internal indikator, tetapi juga mengukur tingkat keseluruhan keandalan dari konstruk yang diukur, memberikan kepercayaan yang lebih besar terhadap hasil penelitian dan interpretasi data yang dihasilkan.

5. Model Pengukuran (Inner Model)

3.5.5.1. Uji Goodness of Fit (GoF)

Menurut Ghozali dan Latan (2015), uji Goodness of Fit (GoF) bertujuan untuk mengonfirmasi kinerja keseluruhan dari model pengukuran (model eksternal) dan model struktural (model internal). Hasil uji ini dinyatakan dalam rentang nilai antara 0 hingga 1, di mana interpretasi hasilnya dapat dibagi menjadi tiga kategori. Nilai GoF antara 0 hingga 0,25 dianggap sebagai kinerja model yang kecil, sementara rentang 0,25 hingga 0,36 diartikan sebagai kinerja model yang moderat. Apabila nilai GoF melebihi angka 0,36, hal ini dianggap sebagai kinerja model yang besar. Dengan demikian, uji Goodness of Fit memberikan gambaran menyeluruh terkait seberapa baik model tersebut dapat memahami dan menjelaskan data yang diamati, memungkinkan untuk mengukur tingkat kesesuaian antara model yang dikembangkan dan data empiris yang ada.

3.5.5.2. Uji R-Square

Koefisien determinasi (R Square) merupakan ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana konstruk endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dalam suatu model. Rentang nilai R Square berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa konstruk eksogen berhasil menjelaskan variasi yang signifikan dalam konstruk endogen. Ghozali dan Latan (2015) memberikan pedoman interpretasi, di mana nilai R Square sebesar 0.67 dianggap sebagai indikator kuat, 0.33 sebagai moderat, dan 0.19 sebagai lemah. Dengan demikian, nilai R Square memberikan informasi mengenai seberapa baik model mampu menjelaskan perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel endogen berdasarkan pengaruh variabel eksogen yang terlibat dalam analisis.

6. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis PLS melalui aplikasi software SmartPLS 4 dengan metode bootstrapping. Ini mencakup pengujian statistik dan koefisien jalur, dengan fokus pada pengaruh akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui organisasi pengelola zakat (OPZ) kota pekanbaru dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.

3.5.6.1. Uji Path Coefficient

Koefisien jalur, sebagai elemen analisis sistematis, bertujuan untuk secara menyeluruh membandingkan dan mengukur dampak jalur yang dapat memengaruhi variabel independen dan dependen dalam sebuah model. Analisis

ini mencakup evaluasi terhadap hubungan baik secara langsung maupun tidak langsung antara variabel independen dan dependen, memberikan gambaran menyeluruh tentang kompleksitas dan interaksi antar variabel-variabel tersebut (Ghozali & Latan, 2015). Proses ini memungkinkan untuk mendapatkan pemahaman tentang sejauh mana dan bagaimana pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya, membentuk dasar untuk interpretasi hasil dan pengambilan keputusan yang lebih cermat dalam konteks analisis jalur.

3.5.6.2. Uji T-Statistik

Uji t digunakan untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam analisis jalur. Prosedur ini melibatkan perbandingan nilai t-hitung dengan nilai t-tabel (1,96) pada tingkat signifikansi tertentu. Apabila nilai t-hitung melebihi nilai t-tabel, yang menunjukkan bahwa perbedaan antara variabel independen dan variabel dependen adalah signifikan secara statistik, maka hasil dianggap signifikan (Ghozali & Latan, 2015).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Pengumpulan Data

Proses penyebaran kuesioner dalam konteks penelitian ini dilakukan di kota pekanbaru dengan menerapkan metode purposive sampling. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk melakukan pemilihan responden berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, kriteria pemilihan responden yang dijadikan dasar adalah masyarakat muslim yang pernah melakukan pembayaran zakat melalui OPZ di kota pekanbaru. Melalui pendekatan purposive sampling, peneliti secara hati-hati memilih responden yang dianggap memiliki karakteristik dan pengalaman yang sesuai dengan fokus penelitian. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang mendalam dan representatif terkait dengan objek penelitian. Tabel 4.1 menyajikan data penyebaran kuesioner dalam penelitian ini.

Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuisisioner

Keterangan	Jumlah
Jumlah responden yang diberi kuisisioner	600
Jumlah responden yang mengisi	201
Jumlah responden yang sesuai kriteria	201

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa responden yang bersedia mengisi kuisisioner yakni sebanyak 201 reseponden. Dari data yang masuk

sebanyak 201 responden semua sudah sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan dan siap untuk dilakukan analisis terhadap data tersebut.

4.2. Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden merupakan gambaran secara umum tentang responden dalam penelitian ini. Informasi yang akan disajikan dalam bagian ini mencakup tentang jenis kelamin, kelompok usia, tingkat pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan atau jabatan dan penghasilan perbulan dari responden. Dengan mempertimbangkan beragam aspek ini, diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait karakteristik dan diversitas responden yang terlibat dalam penelitian ini.

4.2.1. Deskripsi Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.2 menyajikan data tentang deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentasi (%)
Pria	130	64,7%
Wanita	71	35,3%
Jumlah	201	100%

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari 130 adalah pria atau (64,7%) dan 71 wanita (35,3%). Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa jumlah

responden pria cenderung lebih dominan dalam konteks penelitian ini jika dibandingkan dengan responden wanita.

4.2.2. Deskripsi Responden berdasarkan kelompok usia

Tabel 4.3 menyajikan data tentang deskripsi responden berdasarkan kelompok usia.

Tabel 4. 3 Kelompok Usia Responden

Kelompok Usia	Jumlah	Persentasi (%)
< 25 Tahun	23	11,4 %
26 - 35 Tahun	42	20,9 %
36 - 45 Tahun	14	7 %
46 - 55 Tahun	113	56,2 %
> 55 Tahun	9	4,5 %
Jumlah	201	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa kelompok umur responden dalam penelitian ini terbagi menjadi 23 orang (11,5%) berusia < 25 tahun, 42 orang (20,9%) berusia 26 - 35 tahun, 14 orang (7%) berusia 36 - 45 tahun, 113 orang (56,2%) berusia 46 – 55 tahun dan 9 orang (4,5%) lebih dari 55 tahun. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berada pada kelompok umur lebih dari 46 - 55 tahun, yaitu sebanyak 113 orang (56,2%).

4.2.3. Deskripsi Responden berdasarkan pendidikan terakhir

Tabel 4.4 menyajikan data tentang deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir.

Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir Responden

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentasi (%)
SMP	1	0,5%
SMA	44	21,9%
Diploma	41	20,4%
Sarjana (S1)	92	45,8%
Magister (S2)	18	9%
Doktoral (S3)	5	2,5%
Lainnya	-	-
Jumlah	201	100%

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.4 di atas, dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini terbagi sebagai berikut: 1 orang (0,5%) memiliki pendidikan SMP, 44 orang (21,9%) SMA, 41 orang (20,4%) memiliki gelar Diploma, 92 orang (45,8%) memiliki gelar Sarjana (S1), 18 orang (9%) memiliki gelar Magister (S2), dan 5 orang (2,5%) memiliki gelar Doktor (S3). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan Sarjana (S1), yakni sebanyak 92 orang (45,8%).

4.2.4. Deskripsi Responden berdasarkan tempat tinggal

Tabel 4.5 menyajikan data tentang deskripsi responden berdasarkan tempat tinggal.

Tabel 4. 5 Tempat Tinggal Responden

Tempat tinggal	Jumlah	Persentasi (%)
Pekanbaru	132	65,7%
Luar Pekanbaru	69	34,3%
Jumlah	201	100

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.5 di atas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini 132 orang (65,7%) bertempat tinggal di sekitaran kota Pekanbaru dan 69 orang (34,3%) lainnya berada diluar kota Pekanbaru. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini bertempat tinggal di kota pekanbaru, yakni sebanyak 132 orang (65,7%).

4.2.5. Deskripsi Responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.6 menyajikan data tentang deskripsi responden berdasarkan pekerjaan atau jabatan.

Tabel 4. 6 Pekerjaan/Jabatan Responden

Pekerjaan/Jabatan	Jumlah	Persentasi (%)
PNS	28	13,9%
TNI/Polri	9	4,5%
Pegawai BUMN/BUMD	40	19,9%
Pegawai Swasta	68	33,8%
Wiraswasta	21	10,4%
Lainnya	35	17,4%
Jumlah	201	100%

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini 28 orang (13,9%) berkerja sebagai PNS, 9 orang (4,5%) TNI/Polri, 40 orang (19,9%) pegawai BUMN/BUMD, 68 orang (33,8%) pegawai swasta, 21 orang (10,4%) wiraswasta dan 35 orang (17,4%) bekerja selain dari pekerjaan yang sudah disebutkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini memiliki pekerjaan/jabatan sebagai pegawai swasta, yakni sebanyak 68 orang (33,8%)

4.2.6. Deskripsi Responden berdasarkan penghasilan perbulan

Tabel 4.7 menyajikan data tentang deskripsi responden berdasarkan penghasilan perbulan.

Tabel 4. 7 Penghasilan Perbulan Responden

Penghasilan Perbulan	Jumlah	Persentasi (%)
1.000.000 – 2.500.000	42	20,9%
3.000.000 – 4.500.000	57	28,4%
5.000.000 – 7.000.000	41	20,4%
> 7.000.000	61	30,3%
Jumlah	201	100%

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini 42 orang (20,9%) memiliki penghasilan perbulan sebesar 1.000.000 – 2.500.000, 57 orang (28,4%) berpenghasilan perbulan 3.000.000 – 4.500.000, 41 orang (20,4%) berpenghasilan perbulan 5.000.000 – 7.000.000 dan 61 orang (30,3%) berpenghasilan sebulan sebesar > 7.000.0000. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak

dalam penelitian ini memiliki penghasilan perbulan $> 7.000.000$, yakni sebanyak 61 orang (30,3%)

4.3. Merancang Model Struktural Variabel Konstruk

Model penelitian ini digunakan untuk mengevaluasi tingkat kesesuaian dan relevansi variabel-variabel yang terlibat. Model penelitian memberikan gambaran yang komprehensif tentang hubungan antar variabel penelitian. Penelitian ini melibatkan lima variabel, dengan tiga di antaranya sebagai variabel konstruk independen, yakni akuntabilitas (AK), Transparansi (TP) dan Kualitas Pelayanan (KP). Selain itu, terdapat satu variabel intervening, yaitu Kepercayaan Muzakki (KM), dan satu variabel konstruk dependen, yaitu Minat Muzakki (MM). Pengujian dilakukan menggunakan SmartPLS 4.0.9.9 yang memberikan hasil perhitungan yang mencerminkan kriteria yang digunakan dalam penelitian ini.

4.4. Analisa Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model atau yang juga dikenal sebagai model pengukuran, digunakan untuk menetapkan spesifikasi hubungan antara variabel laten dan indikatornya. Dalam uji outer model, diperkenalkan konsep Loading Faktor. Nilai loading faktor mencerminkan sejauh mana korelasi antara indikator dan konstruknya. Indikator dengan nilai loading yang rendah menunjukkan bahwa indikator tersebut tidak efektif dalam mengukur konstruk pada model, dan nilai loading yang diharapkan yakni > 0.7 .

Ghozali dan Latan (2015) menyatakan bahwa analisis outer model digunakan untuk memastikan validitas dan reliabilitas pengukuran yang dilakukan. Analisis ini membantu dalam menilai spesifikasi hubungan antara variabel laten dan indikatornya, serta seberapa kuat hubungan antar variabel laten tersebut. Uji outer model melibatkan beberapa uji, yang dapat diamati dari berbagai aspek.

4.4.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk menentukan sejauh mana data dari kuesioner yang telah disebar akurat dan dapat diandalkan. Menurut Ghozali dan Latan (2015), suatu instrumen dianggap valid jika instrumen tersebut dapat mengukur sesuai dengan yang seharusnya. Pengujian validitas melibatkan dua aspek utama, yaitu uji Convergent Validity dan uji Discriminan Validity.

4.4.1.1. Convergent Validity

Uji Convergent Validity berkaitan dengan kemampuan ukuran dalam suatu konstruk untuk berkorelasi. Suatu konstruk dianggap memiliki Convergent Validity jika Average Variance Extracted (AVE) lebih besar dari 0,5, dan jika semua variabel instrumen memiliki nilai loading factor lebih besar dari 0,7. Namun, untuk penelitian pada tahap awal pengembangan skala, nilai loading factor antara 0,5 hingga 0,6 dianggap sudah cukup valid (Ghozali & Latan, 2015). Dalam penelitian ini, uji validitas dimulai dengan uji konvergensi, yang melibatkan pengukuran nilai faktor loading dan nilai AVE.

Untuk informasi lebih lanjut, hasil uji validitas konvergensi dapat dijelaskan pada tabel 4.8 sebagai berikut.

Tabel 4. 8 Item Loading dan AVE pada Model Awal

No	Variabel	Kode	Loading	AVE
1	Akuntabilitas	AK1	0,691	0,500
2		AK2	0,783	
3		AK3	0,774	
4		AK4	0,704	
5		AK5	0,640	
6		AK6	0,639	
7	Transparansi	TP1	0,696	0,485
8		TP2	0,674	
9		TP3	0,692	
10		TP4	0,707	
11		TP5	0,701	
12		TP6	0,665	
13		TP7	0,616	
14	Kualitas Pelayanan	KP1	0,668	0,478
15		KP2	0,721	
16		KP3	0,673	
17		KP4	0,748	
18		KP5	0,618	
19		KP6	0,699	
20		KP7	0,704	
21	Kepercayaan Muzakki	KM1	0,657	0,546
22		KM2	0,697	
23		KM3	0,686	
24		KM4	0,709	
25		KM5	0,692	
26		KM6	0,736	
27	Minat Muzakki	MM1	0,688	0,461
28		MM2	0,795	
29		MM3	0,820	
30		MM4	0,638	

Sumber : Data primer diolah, 2024

Dalam tabel 4.8 di atas, dapat dijelaskan bahwa hasil pengukuran nilai outer loading pada beberapa indikator menunjukkan nilai di bawah kriteria, yang berarti indikator tersebut belum valid untuk digunakan sebagai alat pengukur. Dengan kata lain, dalam pengukuran hasil outer loading, data harus memenuhi kriteria pengukuran yang lebih tinggi daripada nilai data lainnya. Tabel tersebut juga memberikan informasi tentang hasil outer loading, di mana sebagian nilai indikator telah memenuhi syarat dengan nilai $\geq 0,7$, ditandai dengan warna hijau. Namun, beberapa data tidak memenuhi kriteria dan ditunjukkan dengan warna merah, seperti pada item AK1, AK5, AK6, TPS1, TP2, TP3, TP6, TP7, KP1, KP3, KP5, KP6, KM1, KM2, KM3, KM5, MM1 dan MM4. Item-item ini tidak memenuhi syarat karena hasil data memiliki nilai di bawah 0,7.

Tabel juga mencatat bahwa untuk kriteria transparansi, kualitas pelayanan dan minat muzakki, nilai AVE yang diperoleh tidak memenuhi syarat convergent validity karena hanya memiliki nilai AVE, untuk variabel transparansi sebesar 0,485, kualitas pelayanan sebesar 0,463 dan minat muzakki sebesar 0,461. Hal ini berarti variabel tersebut tidak mampu menjelaskan sebagian besar variasi dari itemnya. Untuk memenuhi kriteria uji convergent, peneliti melakukan eliminasi atau penghapusan indikator yang tidak valid berdasarkan nilai outer loading pada indikator yang memiliki loading faktor paling rendah. Langkah ini diambil untuk menghasilkan kriteria standar pengukuran yang valid. Penghilangan item yang tidak valid juga dapat meningkatkan nilai AVE, sehingga dapat mewakili variabel dalam menjelaskan

indikatornya. Hasil Uji Outer Loading setelah penghapusan beberapa indikator yang tidak valid dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut.

Tabel 4. 9 Item Loading dan AVE pada Model Akhir

No	Variabel	Kode	Loading	AVE
1	Akuntabilitas	AK1	0,748	0,587
2		AK2	0,807	
3		AK3	0,785	
4		AK4	0,722	
5	Transparansi	TP1	0,703	0,522
6		TP2	0,721	
7		TP3	0,734	
8		TP4	0,741	
9		TP5	0,714	
10	Kualitas Pelayanan	KP1	0,706	0,538
11		KP2	0,740	
12		KP4	0,766	
13		KP6	0,710	
14		KP7	0,745	
15	Kepercayaan Muzakki	KM3	0,712	0,565
16		KM4	0,782	
17		KM5	0,737	
18		KM6	0,774	
19	Minat Muzakki	MM1	0,749	0,637
20		MM2	0,831	
21		MM3	0,812	

Sumber : Data primer diolah, 2024

Pada tabel 4.9 di atas, disajikan hasil pengujian ulang terhadap nilai outer loading setelah mengeliminasi beberapa indikator variabel yang tidak memenuhi syarat. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa semua item yang tercantum memperlihatkan nilai loading yang signifikan, yakni >0.7 . Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) juga >0.5 untuk setiap

item. Hal ini menunjukkan bahwa semua pertanyaan atau item dalam penelitian ini telah berhasil melewati uji validitas konvergen dan dapat dianggap sebagai valid. Hal ini memberikan indikasi bahwa setiap indikator mampu mencerminkan konstruk yang diukur dengan baik.

Hasil ini memberikan dasar untuk meyakini bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian memiliki konsistensi dan relevansi yang memadai, serta mampu mengukur dengan tepat konstruk yang dimaksud. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa hasil uji convergent validity pada Tabel 4.9 memberikan dukungan kuat terhadap keandalan dan validitas seluruh item penelitian, yang merupakan landasan penting dalam interpretasi dan generalisasi temuan penelitian ini.

4.4.1.2. Discriminant Validity

Uji discriminant validity bertujuan untuk mengevaluasi apakah setiap indikator yang membentuk suatu variabel laten memiliki nilai loading yang lebih tinggi dibandingkan dengan indikator untuk variabel laten lainnya. Pada aplikasi Smart PLS, parameter yang digunakan untuk mengukur discriminant validity melibatkan beberapa metode evaluasi, termasuk melihat akar dari Average Variance Extracted (AVE) suatu konstruk yang seharusnya lebih tinggi daripada korelasi antar variabel laten tersebut, serta mengevaluasi nilai cross loadings (Ghozali & Latan, 2015).

Selanjutnya penilaian discriminant validity dalam aplikasi Smart PLS tidak hanya memperhatikan nilai cross loadings, melainkan juga dapat melibatkan metode lain seperti tabel Fornell-Larcker Criterion dan Heterotrait-

Monotrait (HTMT). Dalam penelitian ini, peneliti lebih cenderung memfokuskan penilaian discriminant validity dengan menggunakan tabel Fornell-Larcker Criterion dan nilai cross loading sebagai hasil uji. Evaluasi discriminant validity tersebut mempertimbangkan sejauh mana indikator untuk suatu konstruk benar-benar dapat dibedakan dari konstruk lainnya. Hasil uji discriminant validity menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini berhasil memenuhi kriteria discriminant validity, yang memberikan keyakinan bahwa setiap konstruk dapat dibedakan secara jelas dari konstruk lainnya.

1) Cross Loading

Dalam tabel cross loading, terlihat bahwa setiap indikator dalam suatu konstruk memiliki perbedaan dengan indikator-indikator dalam konstruk lain dan cenderung berkumpul pada konstruk yang sesuai. Nilai cross loading untuk setiap indikator dapat ditemukan seperti yang tercantum pada Tabel 4.10.

Tabel 4. 10 Cross Loading pada Model Akhir

	Akuntabilitas	Kepercayaan	Kualitas Pelayanan	Minat	Transparansi
AK 1	0,748	0,444	0,474	0,367	0,410
AK 2	0,807	0,407	0,510	0,422	0,438
AK 3	0,785	0,389	0,367	0,399	0,478
AK 4	0,722	0,358	0,350	0,334	0,483
KM 3	0,402	0,712	0,409	0,444	0,447
KM 4	0,457	0,782	0,496	0,487	0,446
KM 5	0,287	0,737	0,379	0,450	0,358
KM 6	0,412	0,774	0,399	0,484	0,409
KP 1	0,364	0,421	0,706	0,323	0,418
KP 2	0,367	0,358	0,740	0,374	0,465

	Akuntabilitas	Kepercayaan	Kualitas Pelayanan	Minat	Transparansi
KP 4	0,479	0,499	0,766	0,477	0,494
KP 6	0,429	0,367	0,710	0,361	0,452
KP 7	0,396	0,396	0,745	0,379	0,398
MM 1	0,375	0,455	0,427	0,749	0,439
MM 2	0,389	0,455	0,435	0,831	0,496
MM 3	0,426	0,569	0,405	0,812	0,493
TP 1	0,414	0,391	0,391	0,398	0,703
TP 2	0,417	0,364	0,426	0,419	0,721
TP 3	0,401	0,365	0,454	0,443	0,734
TP 4	0,421	0,461	0,410	0,404	0,741
TP 5	0,465	0,414	0,510	0,489	0,714

Sumber : Data primer diolah, 2024

Tabel 4.10 di atas menunjukkan hasil validitas untuk indikator reaktif, yang mencerminkan hubungan antara skor item dan skor konstraknya. Dapat diamati bahwa nilai cross loading keseluruhan untuk setiap indikator dari variabel terkait lebih besar daripada nilai cross loading untuk variabel lainnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai cross loading indikator yang tercantum dalam tabel tersebut menunjukkan adanya discriminant validity yang baik, hal ini mengindikasikan kemampuan indikator untuk secara jelas membedakan antara konstruk yang berbeda. Selanjutnya, untuk memberikan dukungan lebih lanjut terhadap nilai cross loading, penting untuk mengevaluasi nilai Fornell-Larcker Criterion.

2) Fornell-Larcker Criterion

Untuk mendukung nilai cross loading seperti yang dijelaskan sebelumnya, peneliti menggunakan metode Fornell-Larcker Criterion. Untuk

menghitung Validitas Discriminan dengan metode ini, kita membandingkan nilai akar kuadrat Average Variance Extracted (AVE) dari setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk tersebut dan konstruk lainnya. Yang perlu diingat, nilai akar kuadrat AVE seharusnya lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar konstruk lainnya, seperti yang dijelaskan dalam Tabel 4.11 di bawah ini.

Tabel 4. 11 Nilai Fornell Larcker Criterion

	Akuntabilitas	Kepercayaan	Kualitas Pelayanan	Minat	Transparansi
AK	0,766				
KM	0,523	0,752			
KP	0,559	0,563	0,734		
MM	0,498	0,621	0,528	0,798	
TP	0,588	0,554	0,609	0,598	0,722

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, variabel yang dievaluasi dengan metode Fornell-Larcker Criterion menunjukkan nilai yang lebih besar, ditandai dengan warna abu-abu dalam tabel. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai akar kuadrat Average Variance Extracted (AVE) lebih besar daripada korelasi dengan variabel lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memenuhi kriteria nilai validitas diskriminan yang baik dan valid.

3) Composite Reliability

Uji reliabilitas dilakukan untuk memverifikasi akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur suatu konstruk. Pada penelitian yang menggunakan kuesioner, uji reliabilitas diperlukan untuk menilai sejauh mana jawaban dari instrumen tetap konsisten dari waktu ke waktu. Dalam konteks

ini, pengukuran reliabilitas suatu konstruk dievaluasi dengan menentukan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Sebuah konstruk dianggap reliabel jika nilai Composite Reliability-nya lebih besar dari 0,7, dan nilai Cronbach's Alpha berada di atas 0,6 (Ghozali & Latan, 2015). Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan Composite Reliability dapat ditemukan dalam Tabel di bawah ini.

Tabel 4. 12 Internal Consistency Reliability

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Keterangan
AK	0,765	0,769	0,850	Reliabel
KM	0,743	0,746	0,838	Reliabel
KP	0,787	0,794	0,854	Reliabel
MM	0,715	0,719	0,840	Reliabel
TP	0,771	0,772	0,845	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengukuran di atas, semua variabel laten dalam penelitian ini menunjukkan nilai Composite Reliability yang lebih besar dari 0,7 dan nilai Cronbach's Alpha yang melebihi 0,6. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel laten independen dalam penelitian ini dapat dianggap layak dan dapat digunakan sebagai variabel uji untuk mengevaluasi pengaruhnya terhadap variabel laten dependen, yaitu minat muzakki. Oleh karena itu, semua variabel laten dianggap layak dan dapat diarahkan untuk dilakukan analisis data lebih lanjut.

4.5. Analisa Model Struktural (*Iner Model*)

Model struktural menggambarkan hubungan antara variabel laten atau variabel eksogen dengan variabel endogen berdasarkan substansi teori. Selanjutnya evaluasi dilakukan untuk mengukur kemampuan prediksi model dengan menggunakan empat kriteria, yaitu Coefficient of Determinant (R^2), Cross-Validated Redundancy (Q^2), effect size (f^2), dan Path Coefficients atau koefisien jalur (Ghozali & Latan, 2015). Meskipun demikian kebanyakan penelitian hanya menggunakan dua dari empat kriteria ini. Dalam penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan hanya dua model struktural untuk pengujian, yaitu Coefficient of Determinant (R^2) dan Path Coefficients atau koefisien jalur.

4.5.1. Coefficient of Determinant (R^2)

Pengujian R-squared (R^2) merupakan langkah penting dalam mengevaluasi seberapa baik model struktural sesuai dengan data yang diamati. Nilai R-squared (R^2) memberikan indikasi tentang seberapa besar variabilitas dalam variabel laten dependen dapat dijelaskan oleh variabel laten independen, sebagaimana diilustrasikan dalam Tabel 4.13.

Tabel 4. 13 Nilai R Squere

	R-square	R-square adjusted
Minat Muzakki	0,491	0,481

Sumber : Data primer diolah, 2024

Semakin dekat koefisien determinasi (R^2) dengan satu, semakin besar kemungkinan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen (Ghozali & Latan, 2015). Dalam penelitian ini, nilai R^2 sebesar 0,491 angka

R² yang dihasilkan ini dapat dijelaskan bahwa pengaruh akuntabilitas (Ak), transparansi (Tps), kualitas pelayanan (KP), kepercayaan muzakki (KM), dan minat muzakki (MM) memberikan nilai 0,491. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel laten dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel laten independen adalah 49,1% sedangkan 50,9% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.5.2. Evaluasi Goodness of Fit (GoF)

Evaluasi Goodness of Fit (GoF) dilakukan untuk memvalidasi kinerja gabungan antara model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model), sambil memberikan ukuran yang mudah dipahami tentang seberapa baik model secara keseluruhan memprediksi data penelitian (Ghozali & Latan, 2015). Dengan kata lain, uji GoF digunakan untuk menilai sejauh mana model sesuai dengan data penelitian yang ada. Nilai GoF dihitung sebagai akar kuadrat dari rata-rata indeks komunalitas, di mana dalam PLS nilai ini setara dengan nilai AVE (Average Variance Extracted), yang kemudian dikalikan dengan akar kuadrat dari rata-rata nilai R-square. Nilai GoF berkisar antara 0 hingga 1, dengan interpretasi nilai antara 0 hingga 0,25 mengindikasikan kinerja GoF yang rendah, nilai antara 0,26 hingga 0,35 (GoF moderat) menunjukkan kinerja yang cukup, dan nilai antara 0,36 hingga 1 menandakan kinerja yang baik. Hasil dari R-Square Adjusted dan AVE dapat dilihat pada Tabel 4.14 di bawah ini.

Tabel 4. 14 Hasil Internal Consistency Reliability

Variabel	R Square Adjusted	Average Variance Extracted (AVE)
MM	0,481	0,637
KM		0,565
AK		0,587
TP		0,522
KP		0,530
Average	0,481	0,568

Sumber : Data primer diolah, 2024

Tabel 4.14 di atas memperlihatkan nilai rata-rata dari R-Square Adjusted dan nilai AVE. Rata-rata R-Square Adjusted adalah 0,481 dan rata-rata AVE adalah 0,568. Perhitungan nilai GoF dapat dilakukan sebagai berikut:

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE} \times R^2}$$

$$\text{GoF} = \sqrt{0,568 \times 0,481}$$

$$\text{GoF} = 0,523$$

Dari hasil perhitungan tersebut, nilai GoF yang dihasilkan adalah sebesar 0,523. Dengan melihat klasifikasi nilai GoF, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, nilai GoF masuk dalam rentang 0,36 hingga 1, atau dalam kategori GoF yang baik. Oleh karena itu, model penelitian yang digunakan sesuai dengan kriteria yang diperlukan untuk melakukan uji hipotesis.

4.5.3. Nilai Path Coefficients (Koefisien jalur)

Nilai Path Coefficients digunakan untuk menguji signifikansi konstruk, kekuatan hubungan, dan menguji hipotesis. Rentang nilai Path Coefficients adalah dari -1 hingga +1. Semakin mendekati nilai +1, semakin kuat hubungan antara dua konstruk tersebut. Sebaliknya, semakin mendekati -1 menandakan

hubungan yang negatif. Hasil nilai path coefficients dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.15 dan 4.16 berikut:

Tabel 4. 15 Hasil Path Coefficients Direct Effect

	Path coefficients
AK-> MM	0,084
TP -> MM	0,285
KP -> MM	0,105
AK -> KM	0,212
TP -> KM	0,253
KP -KM	0,290
KM -> MM	0,360

Sumber : Data primer diolah, 2024

Tabel 4. 16 Hasil Path Coefficients Inderect Effect

	Specific indirect effects
AK -> KM -> MM	0,077
TP -> KM -> MM	0,091
KP -> KM -> MM	0,104

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.15 dan 4.16 di atas, hasil Path Coeffisien dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengaruh langsung akuntabilitas terhadap minat muzakki menunjukkan hasil 0,084. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa jika akuntabilitas meningkat satu satuan unit, maka minat muzakki dapat meningkat sebesar 8,4%. Pengaruh ini bersifat positif.
2. Pengaruh langsung transparansi terhadap minat muzakki menunjukkan hasil 0,285. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa jika transparansi meningkat satu satuan unit, maka minat muzakki dapat meningkat sebesar 28,5%. Pengaruh ini bersifat positif.

3. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap minat muzakki menunjukkan hasil 0,105. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa jika kualitas pelayanan meningkat satu satuan unit, maka minat muzakki dapat meningkat sebesar 10,5%. Pengaruh ini bersifat positif.
4. Pengaruh langsung akuntabilitas terhadap kepercayaan muzakki menunjukkan hasil 0,212. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa jika transparansi meningkat satu satuan unit, maka kepercayaan muzakki dapat meningkat sebesar 21,2%. Pengaruh ini bersifat positif.
5. Pengaruh langsung transparansi terhadap kepercayaan muzakki menunjukkan hasil 0,253. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa jika transparansi meningkat satu satuan unit, maka kepercayaan muzakki dapat meningkat sebesar 25,3%. Pengaruh ini bersifat positif.
6. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepercayaan muzakki menunjukkan hasil 0,290. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa jika kualitas pelayanan meningkat satu satuan unit, maka kepercayaan muzakki dapat meningkat sebesar 29%. Pengaruh ini bersifat positif.
7. Pengaruh langsung kepercayaan muzakki terhadap minat muzakki menunjukkan hasil 0,105. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa jika kepercayaan muzakki meningkat satu satuan unit, maka minat muzakki dapat meningkat sebesar 10,5%. Pengaruh ini bersifat positif.
8. Pengaruh tidak langsung akuntabilitas terhadap minat muzakki melalui kepercayaan muzakki menunjukkan hasil 0,077. Hal ini dapat diinterpretasikan jika akuntabilitas meningkat satu satuan unit, maka

kepercayaan muzakki juga meningkat sebesar 7,7%, yang kemudian berpotensi mendorong peningkatan minat muzakki sebesar 7,7% juga. Pengaruh ini bersifat positif.

9. Pengaruh tidak langsung transparansi terhadap minat muzakki melalui kepercayaan muzakki menunjukkan hasil 0,091. Hal ini dapat diinterpretasikan jika transparansi meningkat satu satuan unit, maka kepercayaan muzakki juga meningkat sebesar 9,1%, yang kemudian berpotensi mendorong peningkatan minat muzakki sebesar 9,1% juga. Pengaruh ini bersifat positif.

10. Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap minat muzakki melalui kepercayaan muzakki menunjukkan hasil 0,104. Hal ini dapat diinterpretasikan jika kualitas pelayanan meningkat satu satuan unit, maka kepercayaan muzakki juga meningkat sebesar 10,4%, yang kemudian berpotensi mendorong peningkatan minat muzakki sebesar 10,4% juga. Pengaruh ini bersifat positif.

4.5.4. Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi variabel laten yang telah diajukan dalam hipotesis, sehingga dapat dianalisis hubungan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis juga dilakukan untuk menghasilkan nilai T-statistik, yang selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai T-tabel. Hasil dari pengujian hipotesis tersebut, dijelaskan secara rinci dalam tabel 4.17 dan 4.18 berikut:

Tabel 4. 17 Hasil Hipotesis Direct Effect

Variabel	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values	Hasil
AK -> MM	0,084	1,146	0,126	Tidak didukung
TP -> MM	0,285	4,278	0,000	Didukung
KP -> MM	0,105	1,276	0,101	Tidak didukung
AK-> KP	0,212	2,794	0,003	Didukung
TP -> KM	0,253	3,061	0,001	Didukung
KP -> KM	0,290	3,653	0,000	Didukung
KM -> MM	0,360	4,723	0,000	Didukung

Sumber : Data primer diolah, 2024

Tabel 4. 18 Hasil Hipotesis Indirect Effect

Variabel	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values	Hasil
AK-> KM -> MM	0,077	2,288	0,011	Didukung
TP -> KM-> MM	0,091	2,608	0,005	Didukung
KP -> KM -> MM	0,104	2,843	0,002	Didukung

Sumber : Data primer diolah, 2024

Item pengukuran yang digunakan dikatakan signifikan apabila nilai T-statistics lebih besar dari T-tabel 1,96 dan nilai p-value kurang dari 0,05 pada taraf signifikansi 5%. Sedangkan koefisien parameter yang menunjukkan arah pengaruh adalah dengan melihat positif atau negatifnya original sample (Ghozali, 2008). Hasil uji inner model seperti tercantum pada Tabel 4.15 menunjukkan bahwa:

1. Akuntabilitas secara langsung berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat muzakki dengan koefisien jalur sebesar 0,084 dengan nilai t hitung = 1,146 atau < dari T tabel yaitu 1,96 dan tingkat signifikansi 0,126 yang lebih besar dari α (0,05). Dengan demikian hipotesis pertama tidak terdukung.

2. Transparansi secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Muzakki dengan koefisien jalur sebesar 0,285 dengan nilai t hitung = 4,278 dan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari α (0,05). Dengan demikian hipotesis kedua terdukung.
3. Kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat muzakki dengan koefisien jalur sebesar 0,105 dengan nilai t hitung = 1,276 atau < dari T tabel yaitu 1,96 dan tingkat signifikansi 0,101 yang lebih besar dari α (0,05). Dengan demikian hipotesis ketiga tidak terdukung.
4. Akuntabilitas secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan muzakki dengan koefisien jalur sebesar 0,212 dengan nilai t hitung = 2,794 dan tingkat signifikansi 0,003 yang lebih kecil dari α (0,05). Dengan demikian hipotesis keempat terdukung.
5. Transparansi secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Kepercayaan Muzakki dengan koefisien jalur sebesar 0,253 dengan nilai t hitung = 3,061 dan tingkat signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari α (0,05). Dengan demikian hipotesis kelima terdukung.
6. Kualitas Pelayanan secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Kepercayaan Muzakki dengan koefisien jalur sebesar 0,290 dengan nilai t hitung = 3,653 dan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari α (0,05). Dengan demikian hipotesis keenam terdukung.
7. Kepercayaan Muzakki secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Muzakki dengan koefisien jalur sebesar 0,360 dengan

nilai t hitung = 4,723 dan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari α (0,05). Dengan demikian hipotesis ketujuh terdukung.

8. Kepercayaan muzakki memediasi pengaruh akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki.

1) Kepercayaan muzakki secara positif signifikan memediasi pengaruh akuntabilitas terhadap minat muzakki dengan koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,077, dengan nilai t hitung sebesar 2,288, dan tingkat signifikansi sebesar 0,011, yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi α (0,05). Dengan demikian hipotesis kedelapan terdukung.

2) Kepercayaan muzakki secara positif signifikan memediasi pengaruh transparansi terhadap minat muzakki dengan koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,104, dengan nilai t hitung sebesar 2,843, dan tingkat signifikansi sebesar 0,002, yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi α (0,05). Dengan demikian hipotesis kesembilan terdukung.

3) Kepercayaan muzakki secara positif signifikan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat muzakki dengan koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,091, dengan nilai t hitung sebesar 2,608, dan tingkat signifikansi sebesar 0,005, yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi α (0,05). Dengan demikian hipotesis kesepuluh terdukung.

4.5.5. Pembahasan

4.5.5.1. Pengaruh Akuntabilitas Terhadap Minat Muzakki

Dalam penelitian ini, hipotesis pertama bertujuan untuk menguji pengaruh akuntabilitas terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru. Berdasarkan hasil analisis data terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan yang artinya secara statistik akuntabilitas tidak mampu secara langsung mempengaruhi minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota pekanbaru. Koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,084 dengan nilai t hitung sebesar 1,146, dan tingkat signifikansinya (p-value) mencapai 0,126, melebihi nilai α (0,05). Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa akuntabilitas memiliki pengaruh positif terhadap minat muzakki membayara zakat melalui OPZ kota pekanbaru tidak mendapatkan dukungan dari data, yang berarti bahwa H1 ditolak.

Hipotesis pertama penelitian ini tidak dapat diterima karena terdapat bukti bahwa penerapan akuntabilitas oleh OPZ belum mampu menghasilkan signifikansi terhadap minat muzakki. Hal ini dapat dijelaskan karena penerapan akuntabilitas tidak memberikan keuntungan bagi mereka. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut terhadap strategi komunikasi dan penyampaian manfaat akuntabilitas kepada muzakki untuk meningkatkan partisipasi mereka. Selain itu banyak muzakki memiliki kepercayaan bahwa membayar zakat adalah suatu kewajiban yang harus dipenuhi tanpa memperhitungkan aspek-aspek seperti akuntabilitas dari penerima zakat (OPZ). Muzakki cenderung mengandalkan konsep husnudzon (berprasangka baik)

terhadap OPZ, yaitu keyakinan bahwa lembaga-lembaga tersebut akan menggunakan dana zakat dengan benar dan sesuai dengan ketentuan Islam.

Namun demikian, walaupun kebanyakan muzakki membayar zakat atas dasar kewajiban agama, upaya untuk meningkatkan akuntabilitas dalam pengelolaan dana zakat masih sangat penting. Hal ini tidak hanya untuk memastikan kepercayaan muzakki terjaga, tetapi juga untuk meningkatkan efektivitas dan dampak positif dari distribusi zakat.

Temuan ini kontras dengan penelitian sebelumnya oleh Bahri *et al.* (2022) dan Kabib *et al.* (2021), yang menunjukkan bahwa akuntabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ. Penelitian-penelitian tersebut mengindikasikan bahwa tingkat akuntabilitas yang tinggi dalam OPZ dapat memberikan sikap positif kepada muzakki yang pada gilirannya, memengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat melalui OPZ tersebut.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa muzakki menyadari pentingnya akuntabilitas sebagai sebuah nilai yang baik dan bermanfaat dalam konteks pertanggungjawaban OPZ kota pekanbaru terhadap muzakki. Namun, meskipun demikian hal tersebut tidak secara langsung mendorong minat muzakki untuk memilih membayar zakat melalui OPZ di kota Pekanbaru.

4.5.5.2. Pengaruh Transparansi Terhadap Minat Muzakki

Dalam penelitian ini, hipotesis kedua bertujuan untuk menguji pengaruh transparansi terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi memiliki

pengaruh positif signifikan secara langsung terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru. Koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,285, dengan nilai t hitung sebesar 4,278, dan tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi α (0,05). Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa transparansi berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru terbukti dan diterima.

Analisis ini mengindikasikan bahwa transparansi adalah faktor yang penting dalam meningkatkan minat muzakki untuk berpartisipasi membayar zakat melalui OPZ. Secara umum, temuan ini menegaskan bahwa peningkatan transparansi dalam pengelolaan dan pelaporan dana zakat oleh OPZ dapat secara signifikan memperkuat minat muzakki membayar zakat melalui OPZ. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bahri *et al.* (2022) dan Ikhwandha dan Hidayati (2019), yang menemukan bahwa transparansi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ. Dalam konteks penelitian ini, transparansi mencakup akses mudah terhadap informasi tentang kegiatan pengelolaan zakat, pengungkapan informasi yang jujur dan lengkap, serta pendekatan komunikasi yang baik dan adil kepada semua pihak yang berkepentingan.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa peningkatan transparansi di OPZ kota Pekanbaru akan menghasilkan peningkatan minat muzakki untuk membayar zakat melalui OPZ tersebut. Transparansi menjadi kunci untuk

membangun kepercayaan muzakki terhadap pengelolaan dana zakat, sehingga mereka merasa yakin bahwa dana zakat yang mereka bayarkan melalui OPZ akan didistribusikan dengan baik dan bertanggung jawab kepada mereka yang membutuhkan dan sesuai dengan ketentuan agama. Oleh karena itu, penting bagi OPZ kota Pekanbaru untuk memprioritaskan peningkatan transparansi guna mendukung minat muzakki membayar zakat melalui lembaga tersebut, sehingga partisipasi masyarakat dalam program zakat semakin meningkat.

4.5.5.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki

Dalam penelitian ini, hipotesis ketiga bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru. Berdasarkan hasil analisis data terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan yang artinya secara statistik kualitas pelayanan tidak mampu secara langsung mempengaruhi minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru. Koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,105 dengan nilai t hitung sebesar 1,276, dan tingkat signifikansinya (p-value) mencapai 0,101, melebihi nilai α (0,05). Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap minat muzakki tidak mendapatkan dukungan dari data yang berarti bahwa H3 ditolak.

Hipotesis ketiga penelitian ini tidak dapat diterima karena terdapat bukti bahwa penerapan kualitas pelayanan oleh OPZ belum mampu menghasilkan signifikansi terhadap minat muzakki. Hal ini disebabkan oleh persepsi muzakki bahwa kualitas pelayanan yang baik dari OPZ tidak memberikan keuntungan

bagi mereka. Selain itu banyak muzakki memiliki kepercayaan bahwa membayar zakat adalah suatu kewajiban yang harus dipenuhi tanpa memperhitungkan aspek-aspek seperti kualitas pelayanan dari penerima zakat (OPZ). Muzakki cenderung mengandalkan konsep husnudzon (berprasangka baik) terhadap OPZ, yaitu keyakinan bahwa lembaga-lembaga tersebut akan menggunakan dana zakat dengan benar dan sesuai dengan ketentuan Islam.

Namun demikian, walaupun kebanyakan muzakki mungkin membayar zakat atas dasar kewajiban agama, upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan harus tetap dilakukan. Hal ini tidak hanya untuk memastikan kenyamanan muzakki, tetapi juga untuk memperkuat hubungan antara OPZ dan muzakki serta untuk menjaga integritas dan reputasi lembaga tersebut. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan, seperti memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang penggunaan dana zakat, menyediakan layanan yang ramah dan responsif, serta meningkatkan transparansi dalam proses pengelolaan dan pelaporan dana, OPZ dapat membangun kepercayaan yang lebih besar dari muzakki. Sebagai hasilnya, ini dapat membantu meningkatkan partisipasi muzakki dalam pembayaran zakat melalui OPZ dan menciptakan dampak sosial yang lebih besar dalam masyarakat.

Hasil ini sesuai dengan temuan sebelumnya oleh Bahri *et al.* (2022), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif namun signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan dapat memberikan kesan baik

kepada muzakki, namun tidak cukup kuat untuk membuat mereka benar-benar terdorong untuk membayar zakat melalui OPZ.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa muzakki menyadari bahwa kualitas pelayanan yang baik merupakan faktor yang positif dalam membangun kepuasan terhadap layanan yang diberikan oleh OPZ. Hal ini dapat membuat muzakki merasa lebih nyaman dan terdorong untuk berinteraksi dengan OPZ tersebut. Meskipun demikian, temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik tidak secara langsung mendorong muzakki untuk memilih membayar zakat melalui OPZ di kota Pekanbaru. Hal ini mengisyaratkan bahwa meskipun kualitas pelayanan dapat menjadi faktor yang penting dalam membangun hubungan yang baik antara OPZ dan muzakki, namun faktor lain mungkin juga turut berperan dalam proses pengambilan keputusan muzakki.

4.5.5.4. Pengaruh Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan Muzakki

Dalam penelitian ini, hipotesis keempat bertujuan untuk menguji pengaruh akuntabilitas terhadap kepercayaan muzakki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akuntabilitas memiliki pengaruh positif signifikan secara langsung terhadap kepercayaan muzakki. Koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,212, dengan nilai t hitung sebesar 2,794, dan tingkat signifikansi sebesar 0,003, yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi α (0,05). Oleh karena itu, hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki terbukti dan diterima.

Analisis ini mengindikasikan bahwa akuntabilitas adalah faktor yang penting dalam meningkatkan kepercayaan muzakki. Secara umum, temuan ini

menegaskan bahwa peningkatan akuntabilitas dalam mempertanggungjawabkan aktifitas OPZ kepada muzakki dapat secara signifikan memperkuat kepercayaan muzakki terhadap OPZ. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prastyo *et al.* (2021) dan Ikhwandha dan Hidayati (2019), yang menemukan bahwa akuntabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ. Dalam konteks penelitian ini, akuntabilitas berarti semua kegiatan harus memperhatikan dan mengutamakan kesejahteraan umat sebagai tanggung jawab yang diberikan Allah SWT kepada manusia sebagai khalifah-Nya. Kegiatan organisasi harus dilaksanakan dengan keadilan, tidak merusak lingkungan, dan dikelola dengan pengendalian yang sesuai dengan kesepakatan antara pihak yang memberi dan menerima tanggung jawab. Selanjutnya pengelolaan harus mengikuti prinsip-prinsip syariat Islam yang tercantum dalam Al-Qur'an.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa akuntabilitas yang baik di OPZ kota Pekanbaru akan menghasilkan peningkatan kepercayaan muzakki terhadap OPZ tersebut. Akuntabilitas menjadi kunci untuk membangun kepercayaan muzakki, dengan memastikan bahwa kegiatan OPZ memperhatikan kesejahteraan umat, berjalan dengan keadilan, tidak merusak lingkungan, dan dikelola sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam dalam Al-Qur'an.

4.5.5.5. Pengaruh Transparansi Terhadap Kepercayaan Muzakki

Dalam penelitian ini, hipotesis kelima bertujuan untuk menguji pengaruh transparansi terhadap kepercayaan muzakki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi memiliki pengaruh positif signifikan secara langsung terhadap kepercayaan muzakki. Koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,253, dengan nilai t hitung sebesar 3,061, dan tingkat signifikansi sebesar 0,001, yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi α (0,05). Oleh karena itu, hipotesis kelima (H5) yang menyatakan bahwa transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan muzakki terbukti dan diterima.

Analisis ini mengindikasikan bahwa transparansi adalah faktor yang penting dalam meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap OPZ. Secara umum, temuan ini menegaskan bahwa peningkatan transparansi dalam pengelolaan dan pelaporan dana zakat oleh OPZ dapat secara signifikan memperkuat kepercayaan muzakki terhadap OPZ kota pekanbaru. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Retnowati dan Usnan (2022) dan Roziq *et al.* (2021), yang menemukan bahwa transparansi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan muzakki. Dalam konteks penelitian ini, transparansi mencakup akses mudah terhadap informasi tentang kegiatan pengelolaan zakat, pengungkapan informasi yang jujur dan lengkap, serta pendekatan komunikasi yang baik dan adil kepada semua pihak yang berkepentingan.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa peningkatan transparansi di OPZ kota Pekanbaru akan menghasilkan peningkatan kepercayaan muzakki terhadap OPZ tersebut. Transparansi menjadi kunci untuk membangun kepercayaan muzakki terhadap pengelolaan dana zakat, sehingga mereka merasa yakin bahwa dana zakat yang mereka bayarkan melalui OPZ akan didistribusikan dengan baik dan bertanggung jawab kepada mereka yang membutuhkan dan sesuai dengan ketentuan agama. Oleh karena itu, penting bagi OPZ kota Pekanbaru untuk memprioritaskan peningkatan transparansi dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program zakat.

4.5.5.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Muzakki

Dalam penelitian ini, hipotesis keenam bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan muzakki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan secara langsung terhadap kepercayaan muzakki. Koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,290, dengan nilai t hitung sebesar 3,653, dan tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi α (0,05). Oleh karena itu, hipotesis keenam (H6) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan muzakki terbukti dan diterima.

Analisis ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan adalah faktor yang penting dalam meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap OPZ. Secara umum, temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan OPZ dapat secara signifikan kepercayaan muzakki terhadap OPZ kota Pekanbaru.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ruslan *et al.* (2022), yang menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan muzakki. Dalam konteks penelitian ini kualitas pelayanan meliputi bagaimana layanan lembaga zakat dijalankan, mulai dari tanggapan cepat dan akurat terhadap pertanyaan muzakki hingga kemudahan pembayaran zakat dan akses layanan online maupun offline. Kemudian juga melihat bagaimana lembaga memberikan informasi dan edukasi kepada muzakki, kualitas fasilitas yang disediakan, respons terhadap masukan dan keluhan, serta kepatuhan lembaga terhadap prinsip-prinsip syariah dalam mengelola dana zakat.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa peningkatan kualitas pelayanan di OPZ kota Pekanbaru akan menghasilkan peningkatan kepercayaan muzakki terhadap OPZ tersebut. Kualitas pelayanan menjadi kunci untuk membangun kepercayaan muzakki, karena layanan yang baik mencerminkan komitmen OPZ dalam memenuhi kebutuhan muzakki dengan baik dan tepat. Ketika muzakki merasa dihargai dan dilayani dengan baik, kepercayaan mereka terhadap lembaga akan meningkat, yang pada gilirannya akan mendorong mereka untuk lebih aktif berpartisipasi dalam program zakat. Oleh karena itu, penting bagi OPZ kota Pekanbaru untuk memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program zakat.

4.5.5.7. Pengaruh Kepercayaan Muzakki Terhadap Minat Muzakki

Dalam penelitian ini, hipotesis keujuh bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan muzakki terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan muzakki memiliki pengaruh positif signifikan secara langsung terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru. Koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,360, dengan nilai t hitung sebesar 4,723, dan tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi α (0,05). Oleh karena itu, hipotesis ketujuh (H7) yang menyatakan bahwa kepercayaan muzakki berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru terbukti dan diterima.

Analisis ini mengindikasikan bahwa kepercayaan adalah faktor yang penting dalam meningkatkan minat muzakki untuk berpartisipasi membayar zakat melalui OPZ. Secara umum, temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kepercayaan muzakki terhadap OPZ dapat secara signifikan memperkuat minat muzakki membayar zakat melalui OPZ. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prastyo dkk (2021), Ikhwandha dan Hudayati (2019) dan Ghazali dan Ibrahim (2022), yang menemukan bahwa kepercayaan muzakki memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ. Dalam konteks penelitian ini, kepercayaan muzakki mencakup keyakinan responden terhadap profesionalisme, dedikasi, dan kompetensi petugas zakat, serta kepercayaan pada kemampuan lembaga dalam mengelola zakat dengan baik. Selain itu, kepercayaan juga melibatkan

pandangan positif terhadap reputasi dan penghormatan lembaga oleh pihak terkait, serta keyakinan dalam pandangan orang-orang yang dikenalnya terhadap lembaga. Lebih lanjut, kepercayaan mencakup harapan bahwa orang lain juga akan tertarik untuk bekerja sama dengan lembaga setelah mengetahui lebih banyak informasi.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa peningkatan kepercayaan muzakki terhadap OPZ kota Pekanbaru akan menghasilkan peningkatan minat muzakki untuk membayar zakat melalui OPZ tersebut. Kepercayaan muzakki menjadi kunci untuk membangun minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru sebab ketika muzakki percaya pada integritas, kompetensi, dan transparansi lembaga, mereka lebih cenderung untuk menyumbangkan zakat mereka melalui OPZ tersebut. Oleh karena itu, penting bagi OPZ kota Pekanbaru untuk memprioritaskan peningkatan kepercayaan muzakki untuk mendukung minat muzakki membayar zakat melalui lembaga tersebut, sehingga partisipasi masyarakat dalam program zakat semakin meningkat.

4.5.5.8. Kepercayaan muzakki memediasi pengaruh akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki

Dalam penelitian ini, hipotesis kedelapan bertujuan untuk menguji pengaruh akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru dengan kepercayaan muzakki sebagai variabel intervening/mediasi. Hasil penelitian penelitian menunjukkan bahwa:

1. Kepercayaan muzakki secara positif memediasi pengaruh akuntabilitas terhadap minat muzakki.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan muzakki berperan sebagai perantara positif signifikan antara tingkat akuntabilitas terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru. Koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,077, dengan nilai t hitung sebesar 2,288, dan tingkat signifikansi sebesar 0,011, yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi α (0,05). Hal ini berarti bahwa tingkat akuntabilitas yang tinggi dari OPZ cenderung meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap lembaga tersebut, yang pada gilirannya, mempengaruhi minat muzakki untuk menggunakan layanan yang disediakan oleh lembaga tersebut.

Implikasi dari temuan ini menegaskan bahwa akuntabilitas merupakan fondasi untuk membangun kepercayaan yang kuat dengan muzakki. Dengan demikian, OPZ perlu memperhatikan praktik akuntabilitas yang konsisten dan menyeluruh, termasuk pengungkapan informasi terkait dengan pengelolaan dana zakat secara terbuka dan mudah dipahami oleh muzakki. Seiring dengan itu, peran penting kepercayaan dalam memediasi hubungan antara akuntabilitas dan minat muzakki menekankan pentingnya membangun hubungan yang baik dan saling percaya antara OPZ dan muzakki. Dengan cara ini, OPZ dapat meningkatkan minat muzakki untuk menggunakan layanan mereka, yang selanjutnya akan berdampak positif pada pengumpulan dan distribusi dana zakat serta pemenuhan kebutuhan sosial yang lebih luas dalam masyarakat.

2. Kepercayaan muzakki secara positif memediasi pengaruh transparansi terhadap minat muzakki.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan muzakki berperan sebagai perantara positif signifikan antara tingkat transparansi terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru. Koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,091, dengan nilai t hitung sebesar 2,608, dan tingkat signifikansi sebesar 0,005, yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi α (0,05). Hal ini berarti bahwa tingkat transparansi yang tinggi dari OPZ cenderung meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap lembaga tersebut, yang pada gilirannya, mempengaruhi minat muzakki untuk menggunakan layanan yang disediakan oleh lembaga tersebut.

. Implikasi dari temuan ini menegaskan bahwa transparansi merupakan fondasi untuk membangun kepercayaan yang kuat dengan muzakki. Dengan demikian, OPZ perlu memperhatikan praktik transparansi yang konsisten dan menyeluruh, termasuk pengungkapan informasi terkait dengan pengelolaan dana zakat secara terbuka dan mudah dipahami oleh muzakki. Seiring dengan itu, peran penting kepercayaan dalam memediasi hubungan antara transparansi dan minat muzakki menekankan pentingnya membangun hubungan yang baik dan saling percaya antara OPZ dan muzakki. Dengan cara ini, OPZ dapat meningkatkan minat muzakki untuk menggunakan layanan mereka, yang kemudian akan berdampak positif pada pengumpulan dan distribusi dana zakat serta pemenuhan kebutuhan sosial yang lebih luas dalam masyarakat.

3. Kepercayaan muzakki secara positif memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat muzakki.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan muzakki berperan sebagai perantara positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota Pekanbaru. Koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,104, dengan nilai t hitung sebesar 2,843, dan tingkat signifikansi sebesar 0,002, yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi α (0,05). Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang baik dari OPZ cenderung meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap lembaga tersebut, yang pada gilirannya, mempengaruhi minat muzakki untuk menggunakan layanan yang disediakan oleh lembaga tersebut.

Implikasi dari temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh OPZ merupakan fondasi penting untuk membangun hubungan saling percaya dengan muzakki. Dengan memberikan layanan yang responsif, berkualitas, dan efisien, OPZ tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis muzakki, tetapi juga memperkuat kepercayaan mereka terhadap lembaga tersebut. Dengan kepercayaan yang kuat, muzakki lebih cenderung untuk terlibat secara aktif dalam pengelolaan zakat dan memanfaatkan layanan yang disediakan. Hal ini dapat meningkatkan efektivitas pengumpulan dan distribusi dana zakat serta memberikan dampak yang lebih besar dalam memenuhi kebutuhan sosial dalam masyarakat. Oleh karena itu, OPZ perlu memperhatikan peningkatan kualitas pelayanan sebagai strategi untuk membangun dan memelihara kepercayaan muzakki serta meningkatkan minat

mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Dengan demikian, pengelolaan hubungan pelanggan dan fokus pada pengalaman muzakki menjadi kunci dalam memastikan keberlanjutan dan efektivitas lembaga tersebut dalam mencapai tujuan sosialnya.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) kota Pekanbaru. Metode analisis yang digunakan adalah SEM-PLS dengan data yang diperoleh dari 201 kuesioner yang diisi oleh muzakki yang berada di kota pekanbaru dan luar kota pekanbaru dengan kriteria masyarakat muslim dan pernah membayar zakat melalui OPZ kota pekanbaru. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan akuntabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota pekanbaru. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa meskipun OPZ kota pekanbaru telah menyediakan akuntabilitas yang baik, hal tersebut tidak memengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat.
2. Penerapan transparansi berpengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota pekanbaru. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketika OPZ kota pekanbaru memberikan transparansi yang tinggi, maka hal tersebut dapat memengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat.
3. Penerapan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota pekanbaru.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa meskipun OPZ kota pekanbaru telah memberikan kualitas pelayanan yang baik, hal tersebut tidak memengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat.

4. Penerapan akuntabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan muzakki terhadap OPZ kota pekanbaru. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketika OPZ kota pekanbaru menyediakan akuntabilitas yang baik, maka hal tersebut dapat memengaruhi kepercayaan muzakki terhadap OPZ kota pekanbaru.
5. Penerapan transparansi berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan muzakki terhadap OPZ kota pekanbaru. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketika OPZ kota pekanbaru memberikan transparansi yang tinggi, maka hal tersebut dapat memengaruhi kepercayaan muzakki terhadap OPZ kota pekanbaru.
6. Penerapan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan muzakki terhadap OPZ kota pekanbaru. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketika OPZ kota pekanbaru memberikan kualitas pelayanan yang baik, maka hal tersebut dapat memengaruhi kepercayaan muzakki terhadap OPZ kota pekanbaru.
7. Kepercayaan muzakki berpengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota pekanbaru. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketika kepercayaan muzakki meningkat terhadap OPZ kota pekanbaru, maka hal tersebut dapat memengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat.

8. Kepercayaan muzakki secara positif signifikan memediasi pengaruh akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ kota pekanbaru. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh lembaga zakat, semakin tinggi pula kepercayaan muzakki terhadap OPZ kota pekanbaru. Dengan memiliki kepercayaan yang tinggi, muzakki cenderung lebih termotivasi untuk menggunakan layanan yang disediakan oleh lembaga zakat tersebut dan lebih cenderung untuk terus membayar zakat melalui lembaga tersebut.

5.2. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat muzakki membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) di Kota Pekanbaru. Dengan menggunakan teori agensi, teori perilaku terencana (Theory of Planned Behavior), dan teori atribusi, hubungan antar variabel seperti akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat melalui OPZ Kota Pekanbaru, dengan kepercayaan muzakki berperan sebagai variabel intervening dapat dijelaskan.

Penelitian ini menjadi penting karena tidak hanya memberikan wawasan tentang dinamika dibalik keputusan muzakki, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dan penelitian di bidang manajemen zakat. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat muzakki, baik muzakki itu sendiri maupun OPZ dapat

mengambil langkah-langkah yang lebih tepat dalam meningkatkan partisipasi dalam membayar zakat. Penelitian ini, juga sangat berguna bagi muzakki dan OPZ. Bagi muzakki, penelitian ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan mereka dalam membayar zakat melalui OPZ, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi dan bermakna. Sementara bagi OPZ, penelitian ini memberikan panduan tentang area-area yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan partisipasi muzakki, seperti meningkatkan akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memiliki nilai akademis, tetapi juga memiliki relevansi praktis yang besar dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan zakat dan memperkuat peran OPZ dalam memobilisasi dana zakat untuk kepentingan kemanusiaan dan pembangunan masyarakat.

5.3. Implikasi Penelitian

Tinjauan implikasi penelitian ini sangat penting untuk memahami dampak dan relevansi temuan dalam konteks yang lebih luas. Implikasi dari penelitian ini tidak hanya memengaruhi Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dan muzakki, tetapi juga memiliki nilai informasi bagi pemerintah dan umat Muslim secara keseluruhan. Dengan mempertimbangkan berbagai stakeholder ini, maka dapat melihat bagaimana temuan penelitian dapat mengarah pada perubahan yang positif dalam pengelolaan dan partisipasi zakat di masyarakat. Adapun implikasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) temuan penelitian ini berguna untuk meningkatkan kualitas layanan, akuntabilitas dan transparansi dalam

pengelolaan dana zakat. Hal ini akan membantu memperkuat kepercayaan muzakki dan meningkatkan minat mereka untuk membayar zakat melalui OPZ. OPZ dapat mengembangkan program edukasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman muzakki tentang pentingnya zakat dan peran OPZ dalam pengelolaannya. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kewajiban membayar zakat dan mengarah pada peningkatan partisipasi dalam pembayaran zakat.

2. Bagi muzakki temuan penelitian ini dapat digunakan untuk membuat keputusan yang lebih terinformasi tentang pembayaran zakat. Muzakki dapat memilih OPZ yang memiliki tingkat akuntabilitas, transparansi, dan kualitas layanan yang tinggi untuk menyalurkan zakat mereka. Muzakki juga dapat menjadi lebih sadar akan pentingnya partisipasi aktif dalam pembayaran zakat dan dampak positifnya bagi masyarakat. Hal ini dapat mendorong mereka untuk membayar zakat secara lebih konsisten dan dengan penuh kesadaran.
3. Bagi pemerintah hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan kebijakan yang mendukung peningkatan efektivitas pengelolaan zakat di tingkat lokal. Ini dapat mencakup penyediaan panduan dan dukungan untuk meningkatkan akuntabilitas dan transparansi dalam OPZ serta promosi kesadaran masyarakat tentang kewajiban membayar zakat. Pemerintah juga dapat bekerja sama dengan OPZ untuk meningkatkan layanan yang disediakan kepada muzakki dan memastikan

bahwa dana zakat disalurkan secara efisien dan efektif untuk program-program yang membutuhkan.

4. Bagi umat muslim (masyarakat secara umum) penelitian ini dapat berguna untuk menambahkan kesadaran akan peran mereka dalam membayar zakat dan kontribusi positifnya bagi pembangunan masyarakat. Hal ini dapat menciptakan budaya pembayaran zakat yang lebih baik di masyarakat.

5.4. Keterbatasan Penelitian

Setelah mengevaluasi hasil penelitian, maka diketahui bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan yang disebabkan ada beberapa batasan-batasan yang dihadapi oleh peneliti. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Generalisasi: Fokus pada satu lokasi spesifik, yaitu OPZ di Kota Pekanbaru, dapat membatasi generalisasi temuan untuk konteks yang lebih luas atau OPZ di lokasi lain. Sebagai contoh, karakteristik demografis, budaya, atau ekonomi masyarakat di Kota Pekanbaru mungkin berbeda dengan kota lain, sehingga temuan yang diperoleh tidak dapat langsung diterapkan secara umum.
2. Metode Pengumpulan Data: Meskipun metode pengumpulan data menggunakan kuesioner telah digunakan, keterbatasan mungkin terkait dengan validitas dan reliabilitas data. Terutama jika terdapat bias dalam pengisian atau interpretasi jawaban oleh responden. Oleh karena itu, kombinasi dengan metode lain seperti wawancara atau observasi dapat meningkatkan kedalaman dan keakuratan data yang diperoleh.

3. Keterbatasan Variabel: Penelitian mungkin tidak mempertimbangkan semua faktor yang dapat memengaruhi minat muzakki. Faktor-faktor seperti kondisi ekonomi, sosial, atau budaya yang mungkin mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya dapat memperluas kerangka analisis dengan memasukkan faktor-faktor ini untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik.
4. Waktu dan Sumber Daya: Keterbatasan dalam waktu dan sumber daya mungkin mempengaruhi jumlah responden atau cakupan analisis. Hal ini dapat membatasi kedalaman atau keberagaman temuan yang diperoleh. Dalam penelitian selanjutnya, perlu dipertimbangkan alokasi yang lebih baik dari waktu dan sumber daya untuk memastikan cakupan yang lebih luas dan representatif dari populasi yang diteliti.

5.5. Saran Penelitian

Untuk mendalami pemahaman tentang minat masyarakat dalam membayar zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ), beberapa saran penelitian dapat dipertimbangkan. Dengan menggunakan metode yang beragam dan mempertimbangkan faktor-faktor kontekstual, penelitian di masa depan diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih lengkap tentang hal ini. Berikut adalah beberapa saran penelitian yang dapat dilakukan:

1. Studi Komparatif: Sebagai langkah lanjutan, disarankan untuk melakukan penelitian komparatif antara OPZ di berbagai lokasi untuk memahami perbedaan dalam pengaruh faktor-faktor seperti akuntabilitas, transparansi,

kualitas layanan dan kepercayaan terhadap minat muzakki. Dengan memperluas cakupan lokasi, kita dapat mengevaluasi apakah temuan yang diperoleh dari OPZ di Kota Pekanbaru dapat diterapkan secara luas atau apakah terdapat variasi yang signifikan antara lokasi-lokasi tersebut.

2. Penggunaan Metode Kualitatif: disarankan untuk memperkaya metodologi penelitian dengan menggunakan metode kualitatif, seperti wawancara, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi dan pengalaman muzakki terhadap OPZ dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat mereka. Dengan pendekatan ini, kita dapat menangkap nuansa dan kompleksitas faktor-faktor yang memengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat dengan lebih baik.
3. Pertimbangkan Faktor Kontekstual: Selain itu, disarankan untuk mempertimbangkan faktor-faktor kontekstual yang mungkin mempengaruhi minat muzakki, seperti kondisi ekonomi lokal, kebijakan pemerintah, atau faktor budaya, dalam analisis. Dengan memasukkan faktor-faktor ini, kita dapat memperoleh pemahaman yang lebih holistik tentang dinamika yang memengaruhi partisipasi muzakki dalam pembayaran zakat.
4. Penelitian Longitudinal: Terakhir, disarankan untuk melakukan penelitian longitudinal yang melacak perubahan dalam minat muzakki dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari waktu ke waktu. Dengan demikian, kita dapat mengidentifikasi tren jangka panjang dan evolusi dalam perilaku muzakki serta memahami dampak dari perubahan lingkungan sosial,

ekonomi, dan politik terhadap partisipasi mereka dalam pembayaran zakat melalui OPZ.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, W. (2022). Corporate Social Responsibility and Zakat: A Model of Philanthropy in the Society Era 5.0. *Jurnal Scientia*, 11(1), 565–574. <http://infor.seaninstitute.org/index.php>
- Adiwijaya, Z. A., & Suprianto, E. (2020). Good Governance of Zakat Institutions: A Literature Review. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 55(2), 1–7. <https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.55.2.38>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood-Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Akbar, J., Hussain, S. H. M., Ahmad, A. M., & Hassam, S. F. (2022). Enhancing Service Quality Performance, And The Impact To Asnaf And Zakat Payers' Satisfaction At Lembaga Zakat Negeri Kedah (Lznk). *International Journal Of Zakat And Islamic Philanthropy*, 4(2), 24–40.
- Aribi, Z. A., Arun, T., & Gao, S. (2019). Accountability in Islamic Financial institution: The role of the Shari'ah Supervisory Board Reports. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(1), 98–114. <https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2015-0049>
- Aziz, Y., Mansor, F., Waqar, S., & Haji Abdullah, L. (2020). The nexus between zakat and poverty reduction, is the effective utilization of zakat necessary for achieving SDGs: A multidimensional poverty index approach. *Asian Social Work and Policy Review*, 14(3), 235–247. <https://doi.org/10.1111/aswp.12212>
- Bahri, E. S., & Arif, Z. (2020). Analisis Efektivitas Penyaluran Zakat pada Rumah Zakat. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 13–24. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2642>
- Bahri, E. S., Putri, R. A., & Romansyah, D. (2022). Interests of Muzaki to Pay Zakat: The Role of Accountability, Transparency, Service Quality, and Financial Technology. *IQTISHADIA*, 15(1), 63–88. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v15i1.10713>
- BAZNAS. (2019). *Outlook Zakat Indonesia 2019*. Jakarta: Puskas BAZNAS.

- BAZNAS. (2020). *Outlook Zakat Indonesia 2020*. Jakarta: Puskas BAZNAS.
- BAZNAS. (2021). *Laporan Kinerja tahun 2021*. <https://pid.baznas.go.id/wp-content/uploads/2022/10/Laporan-Kinerja-BAZNAS-2021.pdf>. Diakses pada 14 Maret 2023.
- BPS. (2021). *Persentase Penduduk Miskin September 2021 turun menjadi 9,71 persen*.
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/01/17/1929/persentase-penduduk-miskin-september-2021-turun-menjadi-9-71-persen.html>.
 Diakses pada 14 Maret 2023
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency Theory: An assessment and review. *The Academy of Management Review*, 14(1), 57–74.
- Gani, A. A. M. O., Al Rahbi, A. H. S. S., & Ahmed, E. R. (2021). Empirical Analysis on Corporate Transparency, Competitive Advantage, and Performance: An Insight of Muscat Securities Market. *Journal of Governance and Integrity*, 4(2), 96–102.
<https://doi.org/10.15282/jgi.4.2.2021.6091>
- Ghazali, R., & Ibrahim, P. (2022). Intention Determinant Factors Of Muzakki To Pay Zakat During Covid 19 Pandemic 2020 In Wilayah Persekutuan. *AZKA International Journal of Zakat & Social Finance*, 3(1), 85–102. <https://doi.org/10.51377/azjaf.vol3no1.95>
- Ghozali, I. (2006). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan PLS (2nd ed.)*. Semarang: BP Undip.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 (2nd ed.)*. Universitas Diponegoro. Semarang (2nd ed.). Universitas Diponegoro.
- Haki, U. (2020). Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Fitrah. *Syi'ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 4(1), 81–97.
<https://doi.org/10.35448/jiec.v4i1.8182>
- Hakim, L., & Syaputra, A. D. (2020). Al-Qur'an dan Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 629–644.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1310>

- Hamid, R. S. (2022). Analisis Dampak Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Kepercayaan. *jesya*, 5(2), 1563–1570. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.774>
- Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. Kansas, USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Hidayat, A., & Mukhlisin, M. (2020). Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 675–684. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1435>
- Hudaefi, F. A., Caraka, R. E., & Wahid, H. (2022). Zakat administration in times of COVID-19 pandemic in Indonesia: A knowledge discovery via text mining. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 15(2), 271–286. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-05-2020-0250>
- Ikhwandha, M. F., & Hidayati, A. (2019). The influence of accountability, transparency, and affective and cognitive trusts on interest in paying zakat. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 23(1), 39–51. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol23.iss1.art5>
- Islam, M. A., Saidin, Z. H., Ayub, M. A., & Islam, M. S. (2022). Modelling behavioural intention to buy apartments in Bangladesh: An extended theory of planned behaviour (TPB). *Heliyon*, 8(9), e10519. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10519>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Management behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360. [https://doi.org/10.1016/03044405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/03044405X(76)90026-X)
- Kabib, N., Al Umar, A. U. A., Fitriani, A., Lorenza, L., & Lutfi Mustofa, M. T. (2021). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 341. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.2156>
- Kachkar, O., & Djafri, F. (2022). Exploring the intentional behaviour of refugees in participating in micro-enterprise support programmes (MESP): Is theory of planned behaviour (TPB) still relevant? *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 14(4), 549–576. <https://doi.org/10.1108/JEEE-05-2020-0150>
- Kartika, I. K. (2020). Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki

di BAZNAS Salatiga). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 42–52.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.558>

Li, Y., & Shang, H. (2020). Service quality, perceived value, and citizens' continuous-use intention regarding e-government: Empirical evidence from China. *Information & Management*, 57(3), 1–15.
<https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103197>

Malini, H. (2021). Transparency and Accountability Contribution Toward Sustainability of Banking Sector in Indonesia. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 275–282.
<https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.337>

Mukhibad, H., Fachrurrozie, F., & Nurkhin, A. (2019). Determinants Of The Intention Of Muzakki To Pay Professional Zakat. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 8(1), 45–67.
<https://doi.org/10.22373/share.v8i1.4573>

Napitupulu, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Penerbit CV. Pena Persada.

Oteng-Peprah, M., de Vries, N., & Acheampong, M. A. (2020). Households' willingness to adopt greywater treatment technologies in a developing country – Exploring a modified theory of planned behaviour (TPB) model including personal norm. *Journal of Environmental Management*, 254, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.109807>

Pekanbaru. Go. Id. (2022). *Potensi Zakat Pekanbaru Capai Rp90 Miliar*. <https://www.pekanbaru.go.id/p/news/potensi-zakat-pekanbaru-capai-rp90-miliar>. Diakses pada 13 Maret 2023.

Prastyo, H., Yunianto, T., & Renwarin, R. (2021). Level of Trust, Knowledge and Religiosity Against Muzakki's Interest in Issuing Zakat at BAZNAS Salatiga City. *International Journal of Science and Society*, 3(3), 316–326. <https://doi.org/10.54783/ijsoc.v3i3.374>

Putra, W. M., & Lestari, E. D. (2022). The Influence of Knowledge, Income Level, Transparency, and Trust in Muzakki's Interest to Pay Zakat through The Zakat Organization outside Java and Java Island. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 201, 108–201. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.211225.017>

- Rahmawati, R., & Yulianto, A. (2018). Analysis of the Factors Affecting Individual Taxpayers Compliance. *Accounting Analysis Journal*, 7(1), 17–24. <https://doi.org/10.15294/aaaj.v7i1.18411>
- Ramadani, L. A. (2021). Prinsip Perhitungan Zakat Saham Perusahaan Sektor Non-Keuangan. *JOURNAL of APPLIED BUSINESS and BANKING (JABB)*, 2(2), 108–114. <https://doi.org/10.31764/jabb.v2i2.5542>
- Ramadania, S., & Shauki, E. R. (2023). E-zakat fund accountability: Study on amil zakat institution Lazismu in Tokopedia. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 9(1), 136–150. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol9.iss1.art10>
- Retnowati, N., & Usnan, U. (2022). Determinants Of Muzakki's Level Of Trust Towards The Amil Zakat Institution. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 10(1), 70–82. <https://doi.org/10.24952/masharif.v10i1.5772>
- Rinaldi, A., & Devi, Y. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Lembaga Pengelola Zakat Dengan Akuntabilitas dan Transparansi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 3(1), 87–110. <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/al-mal/index>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational Behaviour Individuals (15th ed.)*. Boston: Pearson.
- Roziq, A., Pratiwi, D. A., Irmadariyani, R., Maria Wardayati, S., & Hisamuddin, N. (2021). Determining Variables the Level of Trust and Commitment of Muzaki in Paying Zakat. *Scholars Journal of Economics, Business and Management*, 8(2), 52–57. <https://doi.org/10.36347/sjebm.2021.v08i02.001>
- Ruslan, A., Widyawati, W., & Hamzah, A. (2022). The Decision to Zakah: The Interacting Roles of Transparency, Service Quality, and Trust. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 9(1), 19–34. <https://doi.org/10.24252/minds.v9i1.26238>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147–155. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sujarweni, V. W. (2018). *Statistik untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Tho'in, M., & Marimin, A. (2019). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Tingkat Pendidikan, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(3), 225–230. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.678>
- Triyawan, A., & Aisyah, S. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi muzakki membayar zakat di BAZNAS Yogyakarta. *Islamic Economics Journal*, 2(1), 53–69. <https://doi.org/10.21111/iej.v2i1.970>
- Waluya, A. H., & Mulauddin, A. (2021). Akuntansi: Akuntabilitas dan transparansi dalam qs. Al baqarah (2): 282-284. *MUAMALATUNA*, 12(2), 15–35. <https://doi.org/10.37035/mua.v12i2.3708>
- Yusfiarto, R., Setiawan, A., & Nugraha, S. S. (2020). Literacy and Intention to Pay Zakat: A Theory Planned Behavior View Evidence from Indonesian Muzakki. *International Journal of Zakat*, 5(1), 15–27. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v5i1.221>

LAMPIRAN I : Kuisisioner Penelitian

Kepada Yth Bapak/Ibu,

Di_Tempat

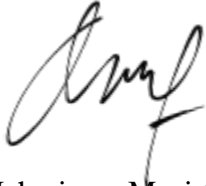
Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Saya atas nama, Imam Andrianto, mahasiswa Magister Akuntansi Universitas Islam Indonesia dengan NIM 21919043, tengah menjalankan penelitian dengan judul " Analisa Determinan Minat Muzakki Membayar Zakat Melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) Kota Pekanbaru" Penelitian ini bertujuan untuk mendalami hubungan antara akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan OPZ dengan minat muzakki dalam membayar zakat, dengan kepercayaan muzakki sebagai faktor pendukung yang mungkin berperan sebagai variabel intervening.

Partisipasi Anda dalam menjawab kuisisioner ini sangat berharga untuk kemajuan penelitian ini. Mohon kiranya meluangkan waktu sejenak untuk memberikan respon atau jawaban sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang disajikan dengan jujur dan seksama. Semua informasi yang Anda berikan akan diolah dengan kerahasiaan dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian ini. Terima kasih atas kerjasama dan partisipasinya.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Imam Andrianto



Mahasiswa Magister Akuntansi
Universitas Islam Indonesia
NIM 21919043

Jenis Kelamin	4. Sarjana	Tempat Usaha
1. Pria	5. Magister	1. Kota Pekanbaru
2. Wanita	6. Doktoral	2. Luar Kota Pekanbaru
	7. Lainnya	
Usia	Tempat Tinggal	Penghasilan per Bulan
1. < 25	1. Kota Pekanbaru	1. 1.000.000 –
2. 26 – 35	2. Luar Kota Pekanbaru	2.500.000
3. 36 – 45		2. 3.000.000 –
4. 46 – 55		4.500.000
5. > 55	Pekerjaan/Jabatan	3. 5.000.000 –
Pendidikan Terakhir	1. Pengusaha	7.000.000
1. SMP	2. Bukan Pengusaha	4. > 7.000.000
2. SMA		
3. Diploma		

Petunjuk Pengisian

- Mohon untuk mengisi pertanyaan di bawah ini dengan sebenar-benarnya
- Berikan tanda centang (✓) sesuai dengan kondisi Bapak/Ibu

Jawaban yang tersedia merupakan skala likert 1-6 yang mempunyai arti sebagaimana pada tabel dibawah ini.

1	2	3	4	5	6
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Agak Tidak Setuju	Agak Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Bagian 1 – Akuntabilitas		1	2	3	4	5	6
1	Penyaluran zakat dilakukan dengan melihat kebutuhan mustahik.						
2	Program-program yang dilakukan oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) mampu meningkatkan kesejahteraan mustahik.						
3	Setiap mustahik menerima zakat secara adil						
4	Setiap muzakki mendapat perlakuan yang adil dari lembaga pengelola zakat						
5	Program penyaluran zakat yang dilakukan tidak merusak stabilitas lingkungan.						
6	Zakat disalurkan kepada mustahik yang tepat, yaitu kepada delapan golongan yang berhak menerima zakat.						

Bagian 2 – Transparansi		1	2	3	4	5	6
1	Laporan keuangan OPZ diterbitkan secara periodik						
2	Laporan keuangan dan pemaparan program mudah diakses oleh publik secara bebas.						
3	OPZ memaparkan segala aktivitas pengelolaan zakat kepada muzakki.						
4	OPZ mempublikasikan laporan keuangan kepada pihak yang berkepentingan.						
5	OPZ mengungkapkan kondisi keuangan secara menyeluruh kepada pihak yang berkepentingan.						
6	OPZ mencantumkan kebijakannya secara tertulis dan mengungkapkannya kepada pihak yang berkepentingan.						
7	Muzakki memahami kebijakan finansial dan kegiatan yang dikeluarkan/dilakukan oleh OPZ.						
Bagian 3 - Kualitas pelayanan		1	2	3	4	5	6
1	OPZ kota pekanbaru dengan cepat memberikan tanggapan terhadap pertanyaan atau kebutuhan saya.						
2	OPZ kota pekanbaru menyediakan cara pembayaran zakat yang mudah, aman, dan efisien.						
3	Saya dengan mudah mengakses layanan OPZ kota pekanbaru, baik melalui daring maupun offline.						
4	OPZ kota pekanbaru memberikan program edukasi dan informasi terkait manfaat dan dampak dari dana zakat dengan baik.						
5	OPZ kota pekanbaru fasilitas pendukung untuk pelayanan seperti website, kantor layanan, dan saluran komunikasi berfungsi baik.						
6	OPZ kota pekanbaru terbuka terhadap masukan dan keluhan dari muzakki, dan tindak lanjut dilakukan terhadap masukan tersebut.						
7	Saya percaya bahwa pelayanan OPZ kota pekanbaru patuh pada prinsip-prinsip syariah dalam mengelola dana zakat.						
Bagian 4 - Kepercayaan muzakki		1	2	3	4	5	6
1	Petugas zakat di OPZ kota pekanbaru bekerja secara profesional dan penuh dedikasi						
2	Saya tidak melihat alasan untuk meragukan kompetensi dan kemampuan petugas zakat di OPZ kota pekanbaru dalam menjalankan pekerjaannya.						
3	Saya bisa mengandalkan OPZ kota pekanbaru untuk mengelola zakat yang saya bayarkan.						

4	Menurut saya, OPZ kota pekanbaru bisa dipercaya dan dihormati oleh berbagai pihak yang berkepentingan						
5	Orang-orang yang saya kenal beranggapan bahwa OPZ kota pekanbaru dapat dipercaya						
6	Jika orang tahu lebih banyak tentang OPZ kota pekanbaru, mereka akan tertarik untuk bekerja sama dengannya						
Bagian 5 - Minat muzakki		1	2	3	4	5	6
1	Saya tertarik membayar zakat melalui OPZ di Kota Pekanbaru						
2	Untuk tahun ini dan seterusnya, saya ingin membayar zakat melalui OPZ di Kota Pekanbaru						
3	Saya mempunyai keyakinan bahwa membayar zakat melalui OPZ di Kota Pekanbaru adalah pilihan terbaik						
4	Saya membayar zakat, karena minat dan niat dari diri sendiri tanpa ada dorongan dari orang lain						

LAMPIRAN II : Rekap Jawaban Responden

	Akuntabilitas						Total Skor	Transparansi							Total Skor	Kualitas Pelayanan							Total Skor	Kepercayaan Muzakki						Total Skor	Minat Muzakki				Total Skor
	Item Pertanyaan							Item Pertanyaan								Item Pertanyaan								Item Pertanyaan							Item Pertanyaan				
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	
Ak 1	Ak 2	Ak 3	Ak 4	Ak 5	Ak 6	Tps 1	Tps 2	Tps 3	Tps 4	Tps 5	Tps 6	Tps 7	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	KP 7	KM 1	KM 2	KM 3	KM 4	KM 5	KM 6	MM 1	MM 2	MM 3	MM 4						
1	6	5	6	4	5	5	31	6	5	6	4	6	5	6	38	5	6	4	6	5	6	6	38	6	4	4	6	4	5	29	6	6	6	5	23
2	5	5	5	4	5	5	29	5	5	6	5	4	5	5	35	5	5	4	4	5	5	6	34	5	5	5	5	5	30	5	5	5	6	21	
3	6	6	6	6	6	6	36	5	5	5	6	6	5	6	38	5	5	5	6	6	5	6	38	5	6	5	6	5	5	32	5	5	5	6	21
4	6	5	5	5	5	5	31	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	5	4	5	4	5	31	4	5	5	5	4	5	28	4	5	5	5	19
5	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	5	17
6	6	6	6	6	6	6	36	6	4	6	6	6	6	6	40	4	4	5	5	5	5	5	33	5	6	6	6	6	6	35	6	6	6	6	24
7	5	5	5	5	5	5	30	4	6	5	5	5	5	4	34	5	5	4	5	5	5	4	33	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
8	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
9	5	5	5	5	5	6	31	6	6	4	6	6	6	4	38	6	5	5	5	6	6	5	38	5	5	6	5	6	5	32	5	5	6	6	22
10	6	5	5	4	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	6	18
11	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24
12	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24
13	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	6	6	42	5	5	6	5	6	5	5	37	5	5	5	5	4	5	29	5	6	6	6	23
14	6	6	6	6	6	6	36	5	5	5	5	5	5	5	35	5	6	6	6	6	6	6	41	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
16	6	6	6	6	6	6	36	6	5	6	6	6	6	6	41	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24
17	5	4	5	5	4	6	29	6	6	6	6	6	6	6	42	5	6	6	6	6	6	5	40	6	4	5	4	5	5	29	5	6	5	6	22
18	5	5	5	5	6	5	31	5	4	5	5	6	6	6	37	5	5	6	6	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
19	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	35	6	6	6	6	24
20	6	5	5	5	6	6	33	6	6	6	6	5	5	5	38	5	6	6	6	6	6	6	41	6	4	5	6	6	6	32	4	5	4	6	19
21	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	5	5	5	39	5	6	6	6	6	6	6	41	5	6	6	6	6	6	35	6	6	6	6	24
22	4	3	3	4	4	3	21	4	3	4	3	4	4	4	27	4	5	4	4	4	5	4	30	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	19
23	6	6	6	6	4	5	33	5	4	5	6	5	6	5	36	4	6	5	5	6	5	6	37	5	6	5	6	5	5	32	5	6	5	6	22
24	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	35	6	5	5	5	5	5	31	5	5	5	5	20
25	6	5	5	6	5	5	32	5	5	5	5	5	5	5	35	6	5	5	6	5	5	6	38	5	6	5	6	5	5	32	5	5	6	6	22
26	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	4	6	5	35	5	5	4	5	5	6	6	36	5	5	5	5	6	6	32	5	5	6	6	22
27	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24
28	6	5	6	5	5	5	32	5	6	5	5	5	5	5	36	5	5	4	5	5	5	6	35	6	6	5	5	5	5	32	5	6	4	4	19
29	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	6	6	6	6	24
30	5	5	5	5	6	6	32	6	5	6	6	6	6	6	41	6	6	6	6	6	5	5	40	6	6	6	6	5	5	34	6	6	6	5	23
31	5	5	5	5	5	5	30	5	6	6	6	6	6	6	41	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	5	6	6	6	35	5	6	5	5	21
32	6	6	5	5	5	5	32	5	6	6	5	6	6	6	40	6	6	6	6	6	5	6	41	6	6	6	5	5	6	34	6	6	6	6	24
33	5	5	4	5	5	5	29	5	5	6	5	6	6	6	39	5	5	5	5	5	6	6	37	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
34	5	5	5	6	5	5	31	4	5	6	6	5	5	5	36	5	5	5	6	6	6	6	39	6	5	5	5	5	5	31	5	6	6	6	23
35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	5	5	4	5	5	32	4	5	6	6	5	5	31	6	5	6	5	22
36	5	5	4	5	4	4	27	5	5	5	5	4	5	5	34	5	5	5	4	5	5	4	33	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
37	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	35	6	6	5	6	5	6	34	6	6	5	5	22
38	5	5	6	5	5	5	31	4	4	4	5	5	5	4	31	4	5	5	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
39	5	5	6	5	4	5	30	5	5	6	5	5	5	4	35	5	5	5	4	5	6	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	5	18
40	5	5	5	6	6	6	33	6	5	6	6	5	6	6	40	6	6	6	5	6	6	6	41	5	6	6	6	6	5	34	6	5	6	6	23
41	5	6	5	5	6	6	33	6	6	6	6	6	5	5	40	6	6	5	5	5	5	5	37	6	6	5	5	6	6	34	6	6	5	6	23
42	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	5	5	34	4	5	5	5	5	5	4	33	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	6	6	32	5	5	5	5	6	6	6	38	5	5	6	6	5	5	6	38	5	6	6	5	5	5	32	5	6	6	6	23
44	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24
45	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	4	5	4	5	33	5	5	5	5	5	5	4	34	5	4	5	4	5	28	5	5	5	5	20	
46	5	6	6	6	5	5	33	5	5	5	5	5	4	6	35	5	5	6	6	5	5	6	38	5	6	6	5	6	6	34	5	6	6	6	22
47	5	5	5	6	5	5	31	6	6	6	5	5	5	5	38	5	5	6	6	6	5	6	39	6	5	5	4	5	5	30	6	6	6	6	24
48	5	5	4	5	5	5	29	5	4	5	5	5	5	5	34	5	5	5	4	5	5	5	34	5	4	5	5	5	5	29	5	4	5	5	19
49	5	4	5	5	5	5	29	5	4	5	5	5	4	5	33	4	5	5	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
50	6	5	5	6	6	5	33	5	6	6	6	6	5	5	39	6	6	6	6	6	4	6	40	5	6	6	5	6	33	6	6	6	6	24	
51	5	5	5	5	5	6	31	5	6	5	6	6	6	5	39	5	5	6	5	6	6	5	38	5	5	6	6	5	5	32	5	5	6	6	22
52	5	5	4	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5																						

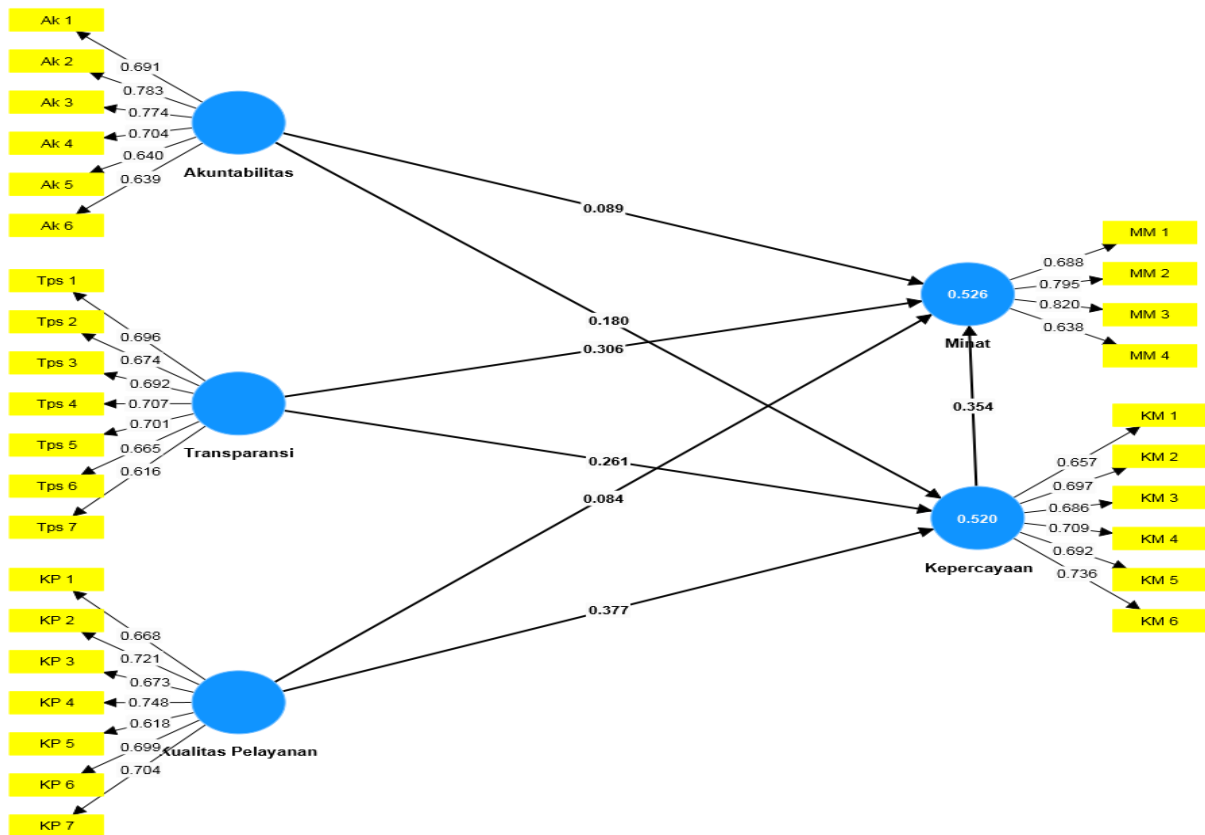
55	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	4	5	5	5	34	5	5	5	4	5	5	5	34	5	4	5	4	5	5	28	5	5	5	5	20
56	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	5	6	41	6	6	6	5	6	6	6	41	6	5	6	6	5	34	6	6	6	6	24	
57	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	4	6	5	5	34	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	5	5	4	28	5	5	5	5	20	
58	6	5	5	6	5	4	31	5	6	5	4	6	4	6	36	4	5	6	4	5	5	34	5	6	5	4	6	5	31	6	5	5	6	22	
59	5	4	5	5	5	4	28	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	5	6	6	41	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24		
60	5	4	6	5	6	5	31	5	6	6	5	5	6	5	38	5	5	5	5	6	6	5	37	5	6	6	5	5	32	5	6	5	6	22	
61	6	5	5	5	5	4	30	6	6	6	5	5	5	6	39	6	6	6	5	6	6	41	6	6	6	5	5	6	34	6	5	5	4	20	
62	5	5	4	5	5	5	29	5	4	5	4	5	5	4	32	5	4	5	5	5	5	34	5	5	5	4	5	5	29	4	5	5	5	19	
63	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	5	41	6	6	6	6	5	6	35	6	6	6	6	24
64	6	5	5	6	4	5	31	6	6	6	6	5	6	6	41	6	5	6	6	6	6	5	40	6	6	6	6	5	6	35	6	6	6	6	24
65	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24	
66	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24	
67	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	6	41	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24	
68	6	5	6	6	6	5	34	5	5	4	5	6	6	6	37	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24	
69	6	6	6	6	6	6	36	5	6	6	6	6	6	6	41	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24	
70	5	5	5	6	5	5	31	5	6	5	6	5	5	5	37	5	6	6	5	5	5	5	37	5	5	6	5	5	31	5	5	5	5	20	
71	5	6	6	6	6	5	34	6	6	6	5	6	6	5	40	6	6	6	6	5	5	6	40	5	6	6	6	6	35	6	6	6	6	24	
72	5	5	5	5	6	5	31	5	5	5	6	5	5	5	37	5	6	6	5	5	5	5	37	5	5	5	6	5	31	6	6	6	6	24	
73	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	4	5	5	34	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	20		
74	6	6	6	6	6	5	35	6	6	6	5	6	6	6	41	6	6	5	6	6	6	6	41	5	5	6	6	6	34	6	6	6	6	24	
75	5	5	5	4	5	5	29	5	5	4	5	5	4	5	33	5	4	5	5	5	5	5	34	5	5	5	4	5	5	5	4	19			
76	5	5	4	4	4	5	27	4	5	4	5	4	5	4	32	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	20	
77	5	5	5	5	5	5	30	5	5	6	5	5	5	5	36	5	5	5	5	5	5	35	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	20		
78	4	4	4	5	4	4	25	5	5	4	4	4	4	5	32	4	4	4	5	4	4	5	30	4	4	4	4	4	27	5	5	4	4	18	
79	6	6	5	5	6	6	34	6	6	6	6	6	6	5	41	5	6	6	6	6	5	6	40	5	6	6	6	5	33	5	6	6	5	22	
80	5	4	5	5	5	5	29	5	4	4	4	5	5	4	31	4	4	4	5	5	4	30	4	4	5	5	4	27	4	4	4	5	17		
81	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24	
82	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24	
83	5	5	5	6	6	5	32	6	6	5	6	6	6	6	41	6	6	6	6	5	6	6	41	6	6	6	6	6	36	5	6	6	6	23	
84	6	6	6	6	6	5	35	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24	
85	5	5	6	6	6	5	33	6	6	5	6	6	6	6	41	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	5	5	5	4	31	6	5	5	5	21
86	6	6	6	6	6	6	36	5	6	6	6	5	6	6	40	6	5	5	6	4	6	5	37	6	6	6	6	6	35	6	6	5	6	23	
87	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	5	6	41	5	6	5	6	5	6	6	39	6	6	6	6	5	35	6	6	6	4	22	
88	6	6	6	6	6	6	36	6	5	5	4	5	5	5	35	4	6	5	6	5	6	6	38	6	5	6	6	5	34	6	6	6	5	23	
89	6	6	5	4	5	5	31	5	5	4	6	6	5	5	36	5	5	5	6	6	5	37	5	5	6	5	6	33	6	6	6	5	23		
90	6	6	5	5	4	6	32	4	4	5	6	5	6	5	35	5	5	6	6	6	5	6	39	6	5	5	6	5	33	6	6	5	5	22	
91	6	5	4	5	5	4	29	6	6	5	6	6	6	4	39	6	5	5	4	6	6	5	37	6	6	5	6	5	34	6	5	5	4	20	
92	5	6	6	5	6	5	33	6	6	6	5	6	6	6	41	5	6	6	6	5	6	6	40	6	6	5	5	6	33	6	6	6	5	23	
93	6	5	6	6	6	6	35	6	6	6	6	6	5	5	40	5	5	6	5	5	5	6	37	6	5	6	6	6	35	6	6	6	6	24	
94	6	6	6	6	5	5	34	6	5	5	6	6	5	5	38	5	5	6	6	5	5	6	38	5	4	6	6	6	33	6	6	6	6	24	
95	5	5	5	5	4	5	29	5	5	4	5	4	5	5	33	5	4	5	5	5	5	4	33	5	4	5	5	5	29	5	4	5	5	19	
96	6	5	6	6	6	6	35	6	6	6	6	6	6	5	41	5	5	6	6	6	6	6	40	5	5	4	6	6	32	6	6	6	6	24	
97	5	5	5	5	5	4	29	5	4	5	4	5	5	5	33	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	20	
98	6	6	6	5	6	6	35	5	6	4	6	6	6	6	39	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	5	35	6	6	6	5	23	
99	5	6	5	6	5	5	32	5	5	5	6	6	5	5	37	5	5	6	5	5	6	6	38	5	6	4	6	5	31	6	6	5	5	22	
100	6	6	6	5	6	6	35	6	6	6	6	6	5	5	40	5	5	6	6	6	6	6	40	6	6	5	6	6	35	6	6	6	6	24	
101	6	6	5	6	5	5	33	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	6	5	41	6	6	6	6	6	36	6	6	5	6	23	
102	5	6	6	5	6	6	34	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	5	6	6	5	40	6	6	6	5	5	34	5	5	6	5	21	
103	6	6	6	6	5	5	34	5	6	6	6	6	6	6	41	6	6	4	5	6	6	5	38	6	6	5	5	4	31	6	6	6	6	24	
104	5	6	5	5	5	6	32	6	6	5	6	6	5	6	40	5	6	5	6	5	5	5	37	6	5	6	5	5	33	5	6	5	6	22	
105	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	5	34	5	5	4	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	
106	6	5	5	6	6	6	34	6	5	5	5	6	6	6	39	6	6	6	6	6	6	6	42	6	5	5	6	6	34	6	6	5	5	22	
107	6	6	5	5	4	31	5	6	6	5	4	4	6	36	4	4	6	6	6	6	4	36	5	4	6	6	6	33	6	5	6	6	23		
108	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	5	4	39	6	6	6	6	6	6	6	42	6	4	6	6	5	33	6	6	6	6	24	
109	5	6	6	5	6	5	33	6	5	6	5	6	6	6	40	5	5	6	6	6	6	6	40	5	6	5	6	5	33	6	6	6	6	24	
110	5	6	5	5	6	4	31	6	5	5	4	5	5	4	34	6	5	5	4	5	5	5	35	6	6	6	5	4	33	6	5	5			

113	6	5	6	5	6	5	33	6	6	5	5	6	5	6	39	6	5	5	6	6	6	6	40	6	6	6	6	6	6	36	6	6	5	6	23
114	6	5	5	5	5	5	31	5	5	6	6	5	6	6	39	5	5	5	6	6	6	6	39	6	6	4	6	6	6	34	5	6	6	6	23
115	5	6	6	5	5	6	33	6	6	6	6	6	6	6	42	5	6	6	6	6	6	5	40	6	5	6	6	6	5	34	6	6	6	6	24
116	6	6	6	6	6	6	36	5	6	6	6	6	5	5	39	5	5	6	6	5	6	4	37	6	6	5	5	6	5	33	6	6	6	6	24
117	6	6	6	6	5	5	34	6	6	5	5	6	5	6	39	6	6	6	5	6	6	6	41	6	6	5	6	5	6	34	6	5	6	5	22
118	6	5	6	6	6	6	35	6	5	6	6	5	5	5	38	5	5	6	6	6	4	5	37	6	5	5	6	6	6	34	6	5	6	6	23
119	6	6	6	5	5	5	33	6	6	6	6	5	4	5	38	5	5	5	6	6	5	38	6	5	6	5	6	6	34	6	6	6	6	24	
120	6	5	5	6	5	5	32	5	6	5	6	6	6	5	39	5	6	6	5	6	5	6	39	6	6	6	5	6	6	35	6	6	6	5	23
121	6	5	6	5	4	6	32	5	5	4	6	6	6	6	38	6	6	5	6	6	5	5	39	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	5	23
122	6	6	6	6	5	6	35	6	5	6	6	5	4	6	38	6	6	5	6	6	6	6	41	6	6	6	5	5	6	34	6	5	6	6	23
123	6	6	5	6	4	6	33	6	5	5	5	6	5	6	38	6	5	6	5	6	6	6	40	6	6	5	5	5	32	6	6	5	6	23	
124	6	6	5	6	6	5	34	6	6	5	6	5	5	6	39	6	6	6	5	6	6	5	40	5	4	5	5	5	29	5	6	6	5	22	
125	6	5	5	4	4	5	29	6	5	5	6	4	6	6	38	6	6	6	5	6	5	6	40	6	6	6	4	5	6	33	5	5	6	6	22
126	5	5	6	5	5	6	32	5	6	6	5	5	5	5	37	5	5	5	6	5	5	5	36	5	5	6	5	6	6	33	6	6	6	5	23
127	6	5	6	6	5	5	33	6	5	6	6	6	5	5	39	5	5	4	5	5	5	5	34	5	6	6	6	6	6	35	6	5	6	5	22
128	5	5	6	5	5	6	32	6	6	5	6	6	5	5	39	5	5	5	5	5	5	6	36	6	5	5	6	6	33	5	6	6	5	22	
129	6	5	4	5	6	5	31	5	5	5	5	6	5	5	36	6	5	5	6	4	6	6	38	6	5	6	6	5	5	33	4	4	5	5	18
130	5	5	5	5	5	6	31	4	6	5	5	6	5	6	37	5	5	6	5	6	5	6	38	6	5	5	6	5	32	6	5	5	5	21	
131	5	6	5	5	5	5	31	6	6	5	5	6	6	5	39	6	6	6	6	4	5	5	38	6	6	5	5	6	33	5	6	5	5	21	
132	5	4	4	4	4	5	26	5	5	4	5	5	4	4	32	5	4	4	5	5	4	5	32	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	20	
133	5	4	6	6	5	5	31	6	5	4	5	5	5	5	35	5	5	6	4	4	4	4	32	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	20	
134	5	5	5	5	6	5	31	6	5	6	5	5	6	6	39	5	6	5	4	6	6	5	37	4	5	6	6	5	31	6	6	6	5	23	
135	5	5	4	5	5	4	28	5	5	5	6	6	6	5	38	4	6	6	5	6	5	5	37	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	
136	6	6	5	6	6	5	34	5	4	5	4	5	5	5	33	6	5	5	6	6	6	5	39	6	5	5	6	6	4	32	5	5	6	6	22
137	6	4	5	4	5	6	30	6	5	5	5	6	5	5	37	4	5	6	5	5	4	5	34	6	6	6	5	5	33	6	6	6	6	24	
138	6	5	6	5	6	5	33	6	6	5	5	5	5	6	38	6	5	5	5	6	5	5	37	6	5	5	5	5	31	6	5	5	5	21	
139	6	6	6	4	5	5	32	6	5	4	5	5	6	5	36	6	6	4	4	4	5	6	35	6	6	5	5	5	32	4	4	6	6	20	
140	5	6	5	6	6	6	34	6	4	5	5	6	6	6	38	6	6	5	6	5	6	6	40	6	6	6	6	5	34	6	5	4	5	20	
141	5	3	4	4	4	4	24	6	5	5	5	5	5	6	37	6	6	6	5	6	5	6	40	5	5	6	6	5	32	6	5	5	5	21	
142	5	4	5	4	6	5	29	5	5	5	4	6	4	4	33	4	4	5	5	5	5	5	33	6	5	5	6	5	32	6	6	5	4	21	
143	6	5	5	4	5	5	30	5	6	5	5	4	5	6	36	5	5	5	6	5	4	6	36	6	5	4	5	5	4	29	6	5	5	5	21
144	5	5	6	4	5	6	31	6	6	6	5	5	5	6	39	4	4	4	4	6	4	5	31	5	4	5	5	5	29	5	5	6	5	21	
145	6	6	5	5	5	5	32	4	5	5	5	6	5	5	35	5	5	5	5	6	6	6	38	6	6	6	5	5	6	34	6	6	5	5	22
146	6	5	6	5	6	6	34	6	5	5	5	5	5	4	35	6	6	4	5	6	6	6	39	6	6	5	5	6	5	33	5	5	4	5	19
147	6	6	4	5	4	5	30	5	5	4	6	5	5	5	35	6	6	6	6	6	6	6	42	6	6	6	6	6	5	35	5	5	5	5	20
148	5	5	5	5	5	6	31	5	5	5	5	6	6	6	38	6	6	5	5	4	4	5	35	6	6	5	6	6	5	34	6	6	6	6	24
149	5	5	6	6	5	5	32	4	5	5	5	5	5	5	34	6	6	6	6	6	6	6	42	5	5	6	6	5	33	5	5	6	6	22	
150	6	5	5	6	6	6	34	5	6	6	5	5	5	5	37	6	6	6	6	5	5	5	39	4	5	4	5	4	27	4	4	4	6	18	
151	5	5	5	5	5	5	30	4	5	6	6	5	5	5	36	5	6	6	6	6	6	6	41	5	5	4	6	5	31	5	5	4	4	18	
152	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	4	33	4	6	4	5	4	5	5	33	5	5	5	5	5	30	4	6	6	6	22	
153	5	5	4	4	5	4	27	4	4	4	4	5	6	6	33	5	5	6	6	5	4	5	36	5	5	5	5	6	32	6	4	5	5	20	
154	6	5	5	4	4	5	29	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	35	5	6	5	5	5	31	5	5	5	5	20	
155	6	4	5	4	6	5	30	5	6	5	5	5	5	5	36	6	5	5	5	4	5	5	35	6	6	6	6	6	36	5	5	5	5	20	
156	5	5	5	4	5	4	28	5	4	5	5	5	4	4	32	5	6	6	5	5	5	5	37	5	6	6	6	5	33	5	5	4	4	18	
157	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	4	5	5	4	33	5	5	4	5	5	29	6	5	5	5	21		
158	5	5	4	6	6	6	32	6	6	6	5	6	5	5	39	6	5	5	6	6	6	5	39	5	6	6	6	5	34	6	5	5	4	20	
159	5	5	5	5	6	6	32	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	5	5	6	5	5	35	5	5	4	4	5	4	27	5	4	4	5	18
160	4	5	6	6	5	5	31	6	5	5	5	4	5	6	36	5	5	5	4	5	4	4	32	5	5	5	4	5	29	4	5	5	5	19	
161	5	5	5	6	5	5	31	5	5	5	6	6	5	4	36	5	5	5	5	6	5	5	36	4	4	4	4	4	24	4	6	4	5	19	
162	4	5	6	5	5	6	31	6	5	5	5	5	6	4	36	5	6	5	5	4	5	5	35	5	4	6	5	5	4	29	4	6	6	4	20
163	5	4	5	6	4	4	28	5	5	4	6	5	4	5	34	4	4	5	4	6	4	4	31	5	6	5	5	6	33	5	5	4	4	19	
164	4	5	4	4	4	5	26	6	5	5	6	5	6	5	38	4	6	5	5	4	5	5	34	5	4	5	4	5	28	6	4	4	6	20	
165	4	5	4	5	5	5	28	4	6	5	5	5	5	4	34	5	5	4	6	6	5	36	6	5	5	4	5	30	5	5	4	5	19		
166	4	5	4	5	5	5	28	4	5	5	6	5	5	5	35	5	4	4	4	5	6	6	34	5	5	4	4	5	28	6	5	5	5	21	
167	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	30	4	4	5	6	19	
168	5	5																																	

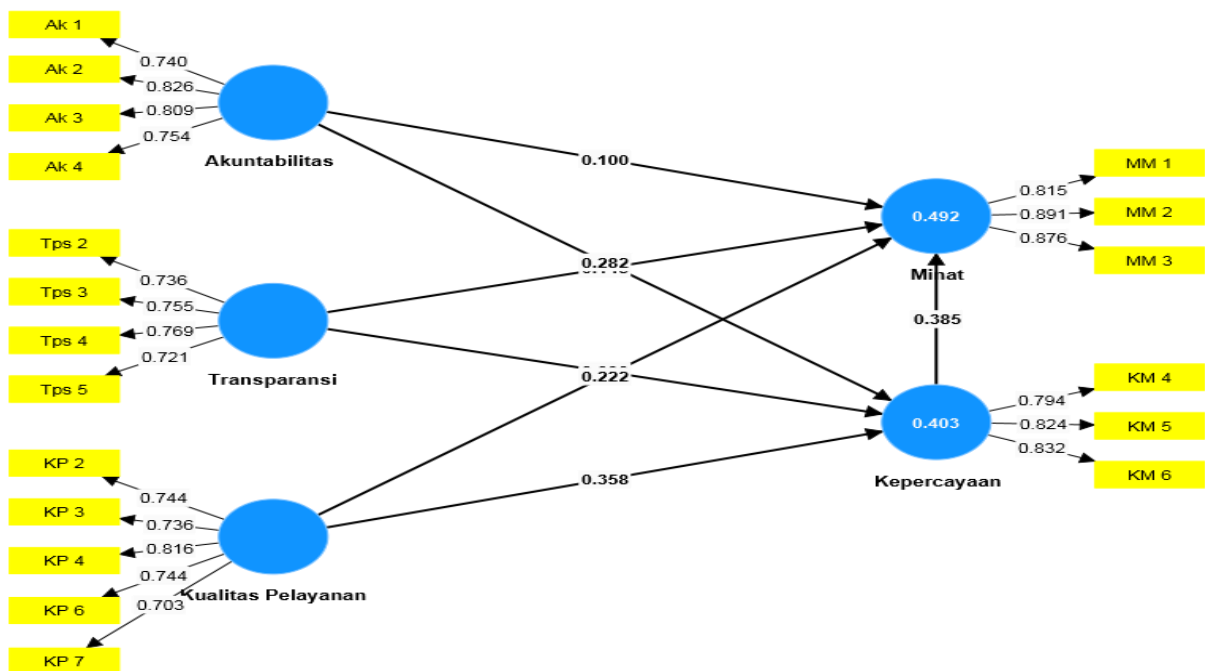
171	4	5	5	4	5	4	27	5	5	4	5	4	4	6	33	6	5	5	5	5	5	5	36	5	6	5	4	5	5	30	5	5	4	6	20	
172	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	4	5	5	34	5	5	5	4	5	4	4	32	6	5	5	4	5	4	29	6	5	5	4	20	
173	5	5	6	5	5	6	32	5	4	5	5	4	4	5	32	5	5	4	5	5	5	6	35	6	6	4	4	5	5	30	5	5	4	4	18	
174	4	5	4	5	6	6	30	5	5	5	4	4	5	6	34	5	5	5	5	5	5	4	34	5	5	5	5	6	6	32	6	6	6	5	23	
175	5	5	6	6	5	6	33	6	6	6	6	6	5	6	41	6	6	5	6	6	5	6	40	6	5	6	6	5	5	33	6	5	6	6	23	
176	4	5	6	6	6	5	32	5	6	6	5	5	5	5	37	4	5	5	5	5	6	6	36	4	6	6	6	6	6	34	5	6	6	6	23	
177	4	5	5	6	5	6	31	5	5	6	6	5	5	5	37	4	5	5	5	5	5	5	34	4	5	5	5	5	5	29	5	4	5	5	19	
178	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	5	6	36	5	5	6	6	5	5	6	38	5	5	5	6	6	6	33	6	5	5	5	21	
179	5	5	6	5	5	6	32	5	6	6	5	6	5	5	38	5	5	5	6	5	5	5	36	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	
180	5	5	5	6	6	5	32	5	5	5	5	6	5	6	37	5	5	6	5	5	5	5	36	6	6	6	5	5	5	33	5	5	4	5	19	
181	6	5	5	5	4	5	30	5	5	5	5	5	5	6	36	6	6	5	5	6	5	5	38	6	5	6	5	5	6	33	6	5	5	4	20	
182	5	4	4	4	5	5	27	4	5	5	5	5	4	4	32	6	6	4	5	4	4	6	35	6	5	5	6	6	5	33	5	6	6	6	23	
183	5	5	5	5	6	6	32	6	6	6	6	6	6	6	42	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	5	4	4	4	26	6	5	4	5	20	
184	5	5	6	6	6	4	32	5	6	5	6	6	6	5	39	6	5	5	5	5	5	5	6	37	5	5	5	6	6	6	33	6	6	5	6	23
185	5	6	6	5	6	6	34	5	5	5	5	6	5	5	36	5	5	6	6	5	6	6	39	6	5	6	5	5	6	33	4	5	6	6	21	
186	5	6	6	6	6	4	33	4	6	5	5	6	5	4	35	5	6	6	6	6	5	5	39	6	4	4	6	5	6	31	6	6	6	5	23	
187	6	6	5	4	5	4	30	4	5	5	4	4	5	4	31	5	6	6	5	4	6	6	38	4	5	5	5	5	4	28	6	6	5	5	22	
188	5	5	5	6	5	4	30	5	6	6	6	5	6	5	39	6	5	4	6	6	5	5	37	6	5	5	6	6	6	34	5	6	6	5	22	
189	6	5	5	5	5	5	31	6	4	5	5	5	5	5	35	6	5	5	5	4	5	5	35	6	5	5	6	6	6	34	5	5	5	6	21	
190	5	5	4	4	5	4	27	6	5	6	6	5	5	4	37	5	5	5	6	5	4	5	35	6	6	6	6	6	5	35	4	6	6	6	22	
191	6	5	5	5	5	5	31	5	5	5	5	5	5	5	35	4	5	5	5	5	5	5	34	5	6	5	5	5	5	31	5	4	4	5	18	
192	5	5	5	4	6	6	31	5	5	5	4	6	6	6	37	5	5	5	5	5	4	6	35	5	5	5	4	6	5	30	5	5	5	5	20	
193	5	5	6	5	5	4	30	5	5	5	5	5	5	4	34	5	6	6	6	5	6	5	39	5	5	5	5	4	4	28	6	5	5	5	21	
194	5	4	6	6	5	5	31	6	6	5	5	4	6	6	38	5	5	5	4	5	5	5	34	5	5	6	6	4	5	31	4	6	5	5	20	
195	4	4	4	4	6	5	27	5	5	6	5	6	5	5	37	4	6	6	5	5	6	6	38	5	4	4	5	4	5	27	5	5	5	5	20	
196	5	5	5	5	6	5	31	6	5	6	6	5	5	6	39	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	6	6	6	23	
197	5	5	5	6	6	6	33	5	6	5	5	5	5	6	37	4	6	5	4	5	6	5	35	5	5	6	5	4	5	30	5	5	6	6	22	
198	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	6	5	6	5	37	5	5	5	4	5	5	5	34	5	4	6	6	6	5	32	5	5	5	5	20	
199	6	6	6	6	6	6	36	5	6	5	5	6	5	6	38	5	6	6	5	5	5	5	37	6	5	6	6	5	5	33	4	4	6	6	20	
200	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	4	33	5	4	4	5	4	5	5	32	5	4	5	5	4	5	28	5	6	5	5	21	
201	5	4	5	5	5	4	28	5	6	5	5	4	6	5	36	5	6	5	4	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	4	18	

LAMPIRAN III : Hasil Olah Data

Model Awal



Model Akhir



Nilai outer loading model awal

	Outer loadings
Ak 1 <- Akuntabilitas	0,691
Ak 2 <- Akuntabilitas	0,783
Ak 3 <- Akuntabilitas	0,774
Ak 4 <- Akuntabilitas	0,704
Ak 5 <- Akuntabilitas	0,640
Ak 6 <- Akuntabilitas	0,639
KM 1 <- Kepercayaan	0,657
KM 2 <- Kepercayaan	0,697
KM 3 <- Kepercayaan	0,686
KM 4 <- Kepercayaan	0,709
KM 5 <- Kepercayaan	0,692
KM 6 <- Kepercayaan	0,736
KP 1 <- Kualitas Pelayanan	0,668
KP 2 <- Kualitas Pelayanan	0,721
KP 3 <- Kualitas Pelayanan	0,673
KP 4 <- Kualitas Pelayanan	0,748
KP 5 <- Kualitas Pelayanan	0,618
KP 6 <- Kualitas Pelayanan	0,699
KP 7 <- Kualitas Pelayanan	0,704
MM 1 <- Minat	0,688
MM 2 <- Minat	0,795
MM 3 <- Minat	0,820
MM 4 <- Minat	0,638
Tps 1 <- Transparansi	0,696
Tps 2 <- Transparansi	0,674
Tps 3 <- Transparansi	0,692
Tps 4 <- Transparansi	0,707
Tps 5 <- Transparansi	0,701
Tps 6 <- Transparansi	0,665
Tps 7 <- Transparansi	0,616

Nilai outer loading model akhir

	Outer loadings
Ak 1 <- Akuntabilitas	0,748
Ak 2 <- Akuntabilitas	0,807
Ak 3 <- Akuntabilitas	0,785
Ak 4 <- Akuntabilitas	0,722
KM 3 <- Kepercayaan	0,712
KM 4 <- Kepercayaan	0,782
KM 5 <- Kepercayaan	0,737
KM 6 <- Kepercayaan	0,774
KP 1 <- Kualitas Pelayanan	0,706
KP 2 <- Kualitas Pelayanan	0,740
KP 4 <- Kualitas Pelayanan	0,766
KP 6 <- Kualitas Pelayanan	0,710
KP 7 <- Kualitas Pelayanan	0,745
MM 1 <- Minat	0,749
MM 2 <- Minat	0,831
MM 3 <- Minat	0,812
Tps 1 <- Transparansi	0,703
Tps 2 <- Transparansi	0,721
Tps 3 <- Transparansi	0,734
Tps 4 <- Transparansi	0,741
Tps 5 <- Transparansi	0,714

Cross Loading

	Akuntabilitas	Kepercayaan	Kualitas Pelayanan	Minat	Transparansi
Ak 1	0,748	0,444	0,474	0,367	0,410
Ak 2	0,807	0,407	0,510	0,422	0,438
Ak 3	0,785	0,389	0,367	0,399	0,478
Ak 4	0,722	0,358	0,350	0,334	0,483
KM 3	0,402	0,712	0,409	0,444	0,447
KM 4	0,457	0,782	0,496	0,487	0,446
KM 5	0,287	0,737	0,379	0,450	0,358
KM 6	0,412	0,774	0,399	0,484	0,409
KP 1	0,364	0,421	0,706	0,323	0,418
KP 2	0,367	0,358	0,740	0,374	0,465
KP 4	0,479	0,499	0,766	0,477	0,494
KP 6	0,429	0,367	0,710	0,361	0,452
KP 7	0,396	0,396	0,745	0,379	0,398
MM 1	0,375	0,455	0,427	0,749	0,439
MM 2	0,389	0,455	0,435	0,831	0,496
MM 3	0,426	0,569	0,405	0,812	0,493
Tps 1	0,414	0,391	0,391	0,398	0,703
Tps 2	0,417	0,364	0,426	0,419	0,721
Tps 3	0,401	0,365	0,454	0,443	0,734
Tps 4	0,421	0,461	0,410	0,404	0,741
Tps 5	0,465	0,414	0,510	0,489	0,714

Construct reliability and validity

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Akuntabilitas	0,765	0,769	0,850	0,587
Kepercayaan	0,743	0,746	0,838	0,565
Kualitas Pelayanan	0,787	0,794	0,854	0,538
Minat	0,715	0,719	0,840	0,637
Transparansi	0,771	0,772	0,845	0,522

(Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas konstruk)

Fornell-Larcker criterion

	Akuntabilitas	Kepercayaan	Kualitas Pelayanan	Minat	Transparansi
Akuntabilitas	0,766				
Kepercayaan	0,523	0,752			
Kualitas Pelayanan	0,559	0,563	0,734		
Minat	0,498	0,621	0,528	0,798	
Transparansi	0,588	0,554	0,609	0,598	0,722

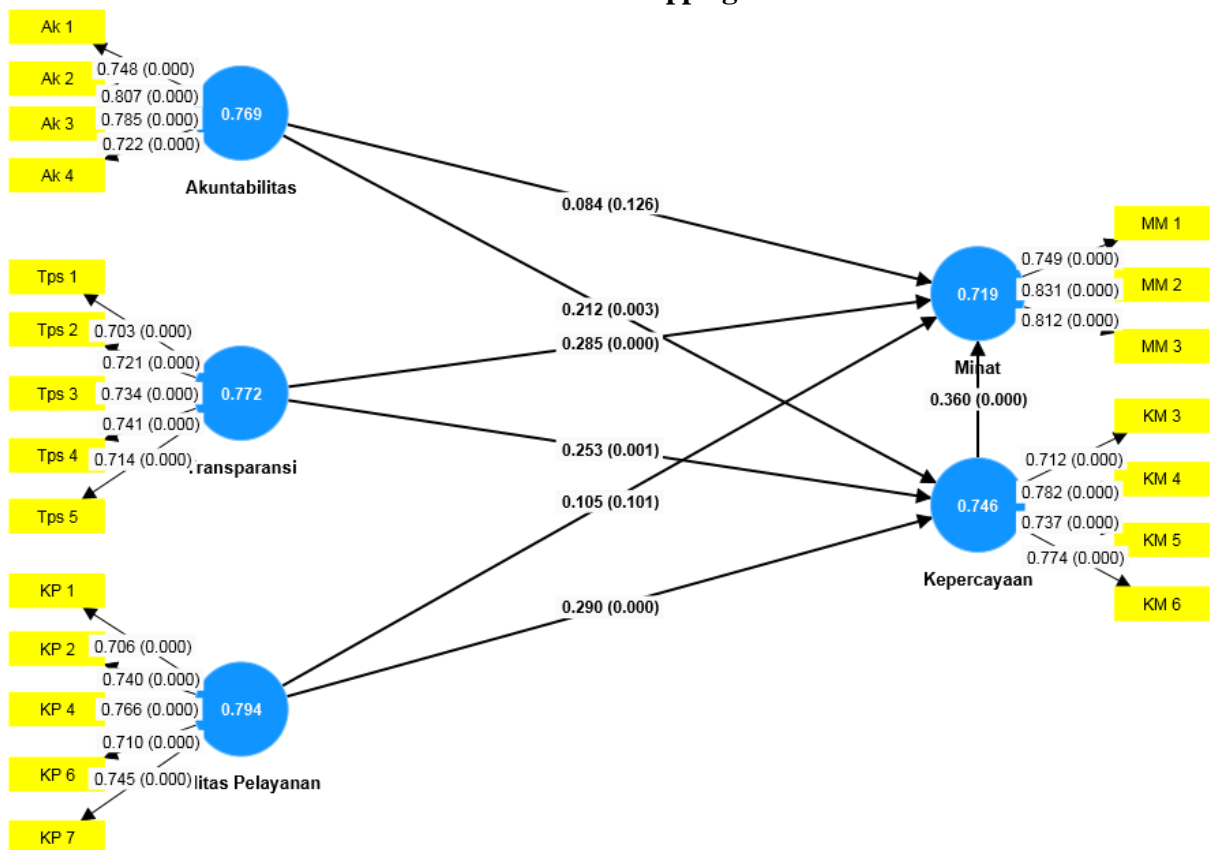
(Korelasi Antar Variabel)

R-Square

	R-square	R-square adjusted
Kepercayaan	0,415	0,406
Minat	0,491	0,481

Pengujian Inner Model

Hasil Bootstrapping



Hasil uji hipotesis direct effect

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Akuntabilitas -> Kepercayaan	0,212	0,214	0,076	2,794	0,003
Akuntabilitas -> Minat	0,084	0,086	0,073	1,146	0,126
Kepercayaan -> Minat	0,360	0,356	0,076	4,723	0,000
Kualitas Pelayanan -> Kepercayaan	0,290	0,292	0,079	3,653	0,000
Kualitas Pelayanan -> Minat	0,105	0,105	0,083	1,276	0,101
Transparansi -> Kepercayaan	0,253	0,255	0,083	3,061	0,001
Transparansi -> Minat	0,285	0,293	0,067	4,278	0,000

Hasil uji hipotesis indirect effect

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Akuntabilitas -> Kepercayaan -> Minat	0,077	0,077	0,033	2,288	0,011
Kualitas Pelayanan -> Kepercayaan -> Minat	0,104	0,104	0,037	2,843	0,002
Transparansi -> Kepercayaan -> Minat	0,091	0,090	0,035	2,608	0,005