

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM  
BERINFAQ DAN BERSEDEKAH DI KOMUNITAS PEJUANG SEDEKAH  
KECAMATAN GATAK**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada

Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

**TAMINIA SURYANINGSIH**

**NIM. 19.21.4.1.035**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF  
JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN FILANTROPI ISLAM  
FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM  
BERINFAQ DAN BERSEDEKAH DI KOMUNITAS PEJUANG SEDEKAH  
KECAMATAN GATAK**

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Syari'ah  
Dalam Bidang Ilmu Manajemen Zakat Dan Wakaf

Disusun Oleh:

**TAMINIA SURYANINGSIH**  
**NIM. 19.21.4.1.035**

Surakarta, 05 April 2023

Disetujui dan disahkan Oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Dosen Pembimbing Skripsi

Muhammad Julijanto, S.Ag., M.Ag.

NIP : 19720715 201411 1 003

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : TAMINIA SURYANINGSIH

NIM : 19.21.4.1.035

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM BERINFAQ DAN BERSEDEKAH DI KOMUNITAS PEJUANG SEDEKAH KECAMATAN GATAK”**.

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Surakarta, 05 April 2023



Taminia Suryaningsih

## NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Taminia Suryaningsih

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said

Di Surakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Taminia Suryaningsih, NIM : 19.21.4.1.035 yang berjudul :

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM BERINFAQ DAN BERSEDEKAH DI KOMUNITAS PEJUANG SEDEKAH KECAMATAN GATAK”** Sudah dapat dimunaqasyahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Manajemen Zakat dan Wakaf.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasyahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 05 April 2023

Dosen Pembimbing



Muhammad Julijanto, S.Ag., M.Ag.

NIP. 19720715 201411 1 003

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM  
BERINFAQ DAN BERSEDEKAH DI KOMUNITAS PEJUANG SEDEKAH  
KECAMATAN GATAK

Disusun Oleh:

TAMINIA SURYANINGSIH

NIM. 192.141.035

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosyah

Pada hari

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana  
Ekonomi (Di Bidang Manajemen Zakat dan Wakaf)

Penguji I

Dr. H. Farkhan, M.Ag.

NIP. 19640312 200012 1 001

Penguji II

Afthon Yazid, S.Sy., M.H.

NIP. 19900227 202012 1 006

Penguji III

Betty Eliya Rokhmah, SE., M.Sc.

NIP. 19830217 201810 2 014



Yahya, S.Ag., M.A.

NIP. 19750409 199903 1 001

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

"Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji."

(Al-Baqarah: 267)

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, dengan mengucapkan syukur kepada Allah Swt atas segala nikmat karunia dan kemudahan yang diberikan. Tak lupa sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, rasul pembawa sya'faat, rasul seluruh umat. Kupersembahkan karya ini untuk orang yang senantiasa memberi kasih sayang dan dukungan yang tak terhingga dalam kehidupanku, terkhususnya untuk:

1. Kedua orang tuaku Ayah Slamet Sukamto yang senantiasa memberi semangat, restu dan dukungan untukku dan Ibu Yatin sebagai penyemangatku, dan dengan restu beliau saya bisa sampai pada titik ini. Kakakku yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan baik moril maupun materiil, terimakasih dan sayangku untukmu.
2. Semua sahabat dan Teman-temanku yang telah membantu dan menemaniku dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih, kalian selalu ada untukku. Semoga kemudahan dan kebaikan selalu menyertai kalian. Aamiin

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta didasarkan pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988. Pedoman transliterasi tersebut adalah:

### 1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf serta tanda sekaligus. Daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin adalah sebagai berikut:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin        | Nama                       |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا          | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan         |
| ب          | Ba   | B                  | Be                         |
| ت          | Ta   | T                  | Te                         |
| ث          | ša   | š                  | Es (dengan titik di atas)  |
| ج          | Jim  | J                  | Je                         |
| ح          | ħa   | ħ                  | Ha (dengan titik di bawah) |
| خ          | Kha  | Kh                 | Ka dan ha                  |
| د          | Dal  | D                  | De                         |
| ذ          | Žal  | Ž                  | Zet (dengan titik di atas) |
| ر          | Ra   | R                  | Er                         |
| ز          | Zai  | Z                  | Zet                        |
| س          | Sin  | S                  | Es                         |
| ش          | Syin | Sy                 | Es dan ye                  |
| ص          | šad  | š                  | Es (dengan titik di bawah) |
| ض          | ḍad  | ḍ                  | De (dengan titik di bawah) |
| ط          | ṭa   | ṭ                  | Te (dengan titik di bawah) |



|   |        |      |                             |
|---|--------|------|-----------------------------|
| ظ | za     | z    | Zet (dengan titik di bawah) |
| ع | 'ain   | ...' | Koma terbalik di atas       |
| غ | Gain   | G    | Ge                          |
| ف | Fa     | F    | Ef                          |
| ق | Qaf    | Q    | Ki                          |
| ك | Kaf    | K    | Ka                          |
| ل | Lam    | L    | El                          |
| م | Mim    | M    | Em                          |
| ن | Nun    | N    | En                          |
| و | Wau    | W    | We                          |
| ه | Ha     | H    | Ha                          |
| ء | Hamzah | ...' | Apostrop                    |
| ي | Ya     | Y    | Ye                          |

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

| Tanda | Nama   | Huruf Latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
| ـَ    | Fathah | A           | A    |
| ـِ    | Kasrah | I           | I    |
| ـُ    | Dammah | U           | U    |

Contoh:

| No | Kata Bahasa Arab | Transiterasi |
|----|------------------|--------------|
| 1. | كاتب             | Kataba       |
| 2. | ذكر              | Žukira       |
| 3. | يذهب             | Yažhabu      |

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf maka transliterasinya gabungan huruf, yaitu :

| Tanda dan Huruf | Nama           | Gabungan Huruf | Nama    |
|-----------------|----------------|----------------|---------|
| أ...ى           | Fathah dan ya  | Ai             | a dan i |
| أ...و           | Fathah dan wau | Au             | a dan u |

### 3. Vokal Panjang (Maddah)

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut :

| Harakat dan Huruf | Nama                    | Huruf dan Tanda | Nama                |
|-------------------|-------------------------|-----------------|---------------------|
| أ...ي             | Fathah dan alif atau ya | Ā               | a dan garis di atas |
| أ...ي             | Kasrah dan ya           | Ī               | i dan garis di atas |
| أ...و             | Dammah dan wau          | Ū               | u dan garis di atas |

Contoh:

| No | Kata Bahasa Arab | Transliterasi |
|----|------------------|---------------|
| 1. | قال              | Qāla          |
| 2. | قيل              | Qīla          |
| 3. | يقول             | Yaqūlu        |
| 4. | رمي              | Ramā          |

#### 4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua (2), yaitu :

- a. Ta Marbutah hidup atau yang mendapatkan harakat fathah, kasrah atau dammah transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah /h/.
- c. Apabila pada suatu kata yang di akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang /al/ serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh :

| No | Kata Bahasa Arab | Transliterasi                    |
|----|------------------|----------------------------------|
| 1. | روضة الأطفال     | Rauḍah al-atfāl / rauḍatul atfāl |
| 2. | طلحة             | Ṭalhah                           |

#### 5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh :

| No | Kata Bahasa Arab | Transliterasi |
|----|------------------|---------------|
| 1. | رَبَّنَا         | Rabbanā       |
| 2. | نَزَّلَ          | Nazzala       |

#### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan huruf yaitu ال. Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Sedangkan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti dengan huruf Syamsiyyah atau Qamariyyah, kata sandang ditulis dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sambung.

Contoh :

| No | Kata Bahasa Arab | Transliterasi |
|----|------------------|---------------|
| 1. | الرَّجُل         | Ar-rajulu     |
| 2. | الجلال           | Al-Jalālu     |

## 7. Hamzah

Sebagaimana yang telah disebutkan di depan bahwa Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Apabila terletak di awal kata maka tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa huruf alif. Perhatikan contoh berikut ini :

| No | Kata Bahasa Arab | Transliterasi |
|----|------------------|---------------|
| 1. | أكل              | Akala         |
| 2. | تأخذون           | Ta'khużuna    |
| 3. | النوء            | An-Nau'       |

## 8. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem bahasa Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasinya huruf kapital itu digunakan seperti yang berlaku dalam EYD yaitu digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandangan maka yang ditulis dengan huruf kapital adalah nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya.

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

Contoh :

| No | Kata Bahasa Arab      | Transliterasi                    |
|----|-----------------------|----------------------------------|
|    | و ما محمد إلا رسول    | Wa mā Muhammadun illā rasūl      |
|    | الحمد لله رب العالمين | Al-ḥamdu lillahi rabbil 'ālamīna |

## 9. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata baik fi'il, isim, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka penulisan kata tersebut dalam transliterasinya bisa dilakukan dengan dua cara yaitu bisa dipisahkan pada setiap kata atau bisa dirangkai.

Contoh :

| No | Kata Bahasa Arab          | Transliterasi   |
|----|---------------------------|---|
|    | وإن الله لهو خير الرازقين | Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn /<br>Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn |
|    | فأوفوا الكيل والميزان     | Fa aufū al-Kaila wa al-mīzāna / Fa<br>auful-kaila wal mīzāna                  |

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat serta hidayah-Nya. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM BERINFAQ DAN BERSEDEKAH DI KOMUNITAS PEJUANG SEDEKAH KECAMATAN GATAK”**. Skripsi ini disusun guna untuk menyelesaikan Studi Jenjang Sarjana (S1) Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf UIN Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, penulis juga menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan syukur, terima kasih kepada semua pihak, terutama kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag., M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Ismail Yahya, S.Ag., M.A. selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta.
3. Dr. Ah. Kholis Hayatuddin, M.Ag selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah dan Filantropi Islam.
4. Masjupri, S.Ag., M.Hum selaku Sekertaris Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah dan Filantropi Islam.
5. Mansur Efendi, S.H.I., M.Si. selaku Koordinator Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf.
6. Dr. Ah. Kholis Hayatuddin, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Muhammad Julijanto, S.Ag., M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran, memberikan bimbingan serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

8. Seluruh Dosen Fakultas Syariah yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan dan pengalaman yang tidak ternilai, semoga segala ilmu yang telah diberikan dapat selalu bermanfaat di kehidupan yang akan datang.
9. Para pihak yang berkenan menjadi narasumber dalam penelitian ini.
10. Kedua orang tua penulis, Ayah Slamet Sukamto dan Ibu Yatin, serta kakak penulis Mitha Eka Hastuti, ucapan terimakasih yang telah memberikan kasih sayang, do'a, dan dorongan semangat serta banyak membantu secara moril dan materil, mungkin belum cukup untuk membalas apa yang telah kalian berikan kepada penulis selama ini, kalian menjadi penyemangat dan motivator terhebat dalam hidup.
11. Seluruh keluarga besar Narto Dikromo dan sahabat-sahabat terbaik yang selalu memberikan semangat, dukungan, nasehat.
12. Teman-teman seperjuangan Manajemen Zakat dan Wakaf Angkatan 2019, terkhusus untuk kelas MAZAWA B.
13. Keluarga besar KOPMA MAHAYUNING BAWONO sebagai tempat berproses di luar kelas.

Atas semua bantuannya, bimbingan serta semangat dari berbagai pihak, mudah-mudahan itu semua menjadi amal jariyah di sisi Allah SWT. Penulis meminta maaf atas segala kekhilafan dan kekurangan dalam penulisan ini kepada Allah penulis mohon ampun. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan pada umumnya dan semoga pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini mendapat pahala dari Allah SWT atas amal baik mereka.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 05 April 2023

Penyusun

Taminia Suryaningsih

## ABSTRAK

**TAMINIA SURYANINGSIH, NIM: 19.21.4.1.035 “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM BERINFAQ DAN BERSEDEKAH DI KOMUNITAS PEJUANG SEDEKAH KECAMATAN GATAK”.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah. Untuk memberdayakan dana infaq dan sedekah secara optimal, maka diperlukan sebuah lembaga filantropi yang profesional, amanah dan transparan. Sehingga menumbuhkan rasa kepercayaan masyarakat terhadap minat masyarakat untuk berinfaq dan bersedekah di lembaga filantropi. Selain kepercayaan terhadap lembaga, minat masyarakat untuk berinfaq dan bersedekah juga dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang ada di lembaga filantropi tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik *Probability Sampling* dalam pengambilan sampel. Data dikumpulkan dengan kuisioner, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji deskriptif responden, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah dengan program aplikasi SPSS Versi 24.0 bahwa nilai R square sebesar 36,1% minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti faktor citra lembaga, religiusitas dan kepuasan. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  artinya kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah. Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan ( $0,021 < 0,05$ ) dan tingkat kepercayaan ( $0,000 < 0,05$ ) artinya kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Tingkat kepercayaan, Minat, Infaq, Sedekah.



## **ABSTRACT**

*TAMINIA SURYANINGSIH, NIM: 19.21.4.1.035 "THE INFLUENCE OF OF SERVICE QUALITY AND TRUST LEVEL ON PUBLIC INTEREST IN INFAQ AND ALMS IN THE PEJUANG SEDEKAH COMMUNITY, GATAK SUB-DISTRICT". This study aims to analyze the effect of service quality and the level of public trust on people's interest in giving and giving alms in the Alms Warriors Community. To optimally empower infaq and alms funds, a philanthropic institution that is professional, trustworthy and transparent is needed. So as to foster a sense of public trust in the interest of the community to donate and give alms in philanthropic institutions. In addition to trust in institutions, the public's interest in giving donations and giving alms can also be influenced by the quality of services available at these philanthropic institutions.*

*This study uses quantitative research methods with probability sampling techniques in sampling. Data collected by questionnaires, interviews, and documentation. The data analysis technique used is descriptive respondent test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing.*

*Based on the results of research processed with the SPSS Version 24.0 application program, the R square value is 36.1%, the interest of the community to give charity and give alms in the Alms Warriors Community is influenced by other variables not included in this study, such as institutional image factors, religiosity and satisfaction. The results of the simultaneous test (Test F) show a significance value of  $0.000 < 0.05$  meaning that the quality of service and the level of trust have a significant simultaneous effect on the interest of the community in giving donations and giving alms in the Alms Warriors Community. The results of the partial test (T test) show that the significance value of service quality ( $0.021 < 0.05$ ) and the level of trust ( $0.000 < 0.05$ ) means that the quality of service and the level of trust have a significant influence on the interest of the community to donations and give alms in the Alms Warriors Community.*

*Keywords: Service Quality, Trust Level, Interest, Infaq, Alms.*

## DAFTAR ISI

|  |        |
|--|--------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....   | i      |
| <b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....  | ii     |
| <b>SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI</b> .....   | iii    |
| <b>NOTA DINAS</b> .....  | iv     |
| <b>PENGESAHAN</b> .....  | v      |
| <b>MOTTO</b> .....   | vi     |
| <b>PERSEMBAHAN</b> .....   | vii    |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....   | viii   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....  | xiv    |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | xvi    |
| <b>ABSTRACT</b> .....  | xvii   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | xviii  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....  | xxviii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....   | xxii   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....   | xxiii  |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....   | 1      |
| <b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....   | 1      |
| <b>B. Identifikasi Masalah</b> .....   | 6      |
| <b>C. Batasan Masalah</b> .....  | 6      |
| <b>D. Rumusan Masalah</b> .....  | 7      |
| <b>C. Tujuan Penelitian</b> .....  | 7      |
| <b>D. Manfaat Penelitian</b> .....   | 8      |
| <b>H. Sistematika Penulisan</b> .....  | 9      |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI TENTANG KUALITAS PELAYANAN,<br/>TINGKAT KEPERCAYAAN, MINAT, INFAQ DAN SEDEKAH</b> ..... | 11     |
| <b>A. Kajian Teori</b> .....   | 11     |
| 1. Kualitas Pelayanan.....   | 11     |
| 2. Tingkat Kepercayaan.....  | 16     |
| 3. Minat.....  | 23     |

|   |           |
|---|-----------|
| 4. Infaq.....   | 25        |
| 5. Sedekah .....  | 29        |
| <b>B. Hasil Penelitian Yang Relevan .....</b>   | <b>31</b> |
| <b>C. Kerangka Berpikir.....</b>  | <b>37</b> |
| <b>D. Hipotesis .....</b>   | <b>38</b> |
| <b>BAB III Metode Penelitian.....</b>   | <b>39</b> |
| <b>A. Waktu dan Tempat Penelitian.....</b>  | <b>39</b> |
| <b>B. Jenis Penelitian .....</b>  | <b>39</b> |
| <b>C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....</b>  | <b>40</b> |
| 1. Populasi .....   | 40        |
| 2. Sampel .....   | 40        |
| 3. Teknik Pengambilan Sampel.....   | 40        |
| <b>D. Data Dan Sumber Data.....</b>   | <b>42</b> |
| 1. Data Primer .....  | 42        |
| 2. Data Sekunder .....  | 42        |
| <b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>   | <b>43</b> |
| 1. Metode Angket (Kuisisioner).....   | 43        |
| 2. Metode Dokumentasi .....   | 44        |
| 3. Wawancara .....  | 44        |
| <b>F. Variabel Penelitian.....</b>  | <b>45</b> |
| 1. Variabel Independen (Variabel Bebas) .....   | 45        |
| 2. Variabel Dependen (Variabel Terikat).....  | 45        |
| <b>G. Definisi Operasional Variabel.....</b>  | <b>45</b> |
| <b>H. Teknik Analisis Data.....</b>   | <b>47</b> |
| 1. Uji Validitas.....   | 47        |
| 2. Uji Reliabilitas.....  | 48        |
| 3. Uji Asumsi Klasik.....   | 49        |
| 4. Analisis Regresi Linier Berganda .....   | 51        |
| 5. Uji Hipotesis .....  | 52        |
| <b>BAB IV GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN HASIL ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP</b> |           |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>MINAT BERINFAQ DAN BERSEDEKAH KOMUNITAS PEJUANG SEDEKAH</b> ..... | 54        |
| <b>A. Gambaran Umum Penelitian</b> .....                             | <b>54</b> |
| 1. Sejarah Komunitas Pejuang Sedekah.....                            | 54        |
| 2. Visi dan Misi .....   | 56        |
| 3. Struktur Organisasi .....   | 56        |
| <b>B. Pengujian Dan Hasil Analisis Data</b> .....                    | <b>57</b> |
| 1. Uji Validitas.....  | 57        |
| 2. Uji Reliabilitas.....   | 60        |
| 3. Uji Asumsi Klasik.....  | 61        |
| 4. Analisis dan Pembahasan Regresi Linier Berganda.....              | 64        |
| 5. Uji Hipotesis.....  | 67        |
| <b>C. Pembahasan Hasil Analisis</b> .....                            | <b>70</b> |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....   | 75        |
| <b>A. Kesimpulan</b> .....   | <b>75</b> |
| <b>B. Saran-saran</b> .....  | <b>76</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....  | 78        |
| <b>LAMPIRAN</b> .....  | 84        |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....                                    | 105       |

## **DAFTAR TABEL**

|  |    |
|--|----|
| Tabel 3.1 Skala Likert .....                           | 44 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....          | 46 |
| Tabel 4.1 Hasil Uji Kualitas Pelayanan .....           | 57 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Tingkat Kepercayaan .....          | 58 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Minat.....                         | 59 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas .....                 | 60 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas .....                   | 61 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas .....            | 64 |
| Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda ..... | 65 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji t Test .....                       | 67 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji f Test .....                       | 68 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....       | 69 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....            | 37 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas ..... | 63 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1 Jadwal Penelitian .....                 | 84  |
| Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian .....            | 85  |
| Lampiran 3 Data Kuisisioner .....                  | 88  |
| Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen .....               | 96  |
| Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....           | 101 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda ..... | 103 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis .....               | 104 |

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Indonesia sebagai negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam, hal ini tentunya mendorong banyak masyarakat muslim untuk menerapkan syariat dalam kehidupan sosial ekonomi mereka. Dalam kegiatan sosial ekonomi yang berlandaskan keislaman, tentu membutuhkan lembaga-lembaga yang memberikan kemudahan dalam bidang tersebut, salah satunya adalah lembaga filantropi seperti BAZNAS dan LAZIS. Dengan adanya lembaga filantropi tersebut bisa memberikan ketenangan kepada masyarakat, sebab para pengelolanya sudah mencurahkan seluruh tenaga untuk mensurvei orang-orang yang berhak menerima.<sup>1</sup> Selain BAZNAS dan LAZIS, sekarang sudah banyak berdiri lembaga-lembaga filantropi yang dapat dimanfaatkan oleh seluruh masyarakat muslim yang ingin membayar zakat, infaq dan sedekah.

Zakat, infaq dan sedekah merupakan suatu bentuk ibadah untuk mendekatkan diri dengan Allah. Adapun pengertian dari zakat, infaq dan sedekah yaitu: zakat adalah bagian tertentu dari harta yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim apabila telah mencapai batas nishab. Infaq adalah memberikan sebagian harta atau penghasilan kita kepada orang

---

<sup>1</sup> Rahmawati dan Pangestu, "Efektivitas Pendayagunaan Dana Sedekah Produktif Untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Duafa" *Jurnal Syarikah*, No 1, Vol 8, (2022). hlm. 61.



lain.<sup>2</sup> Sedangkan sedekah adalah memberikan sesuatu tanpa ada takarannya karena mengharap pahala dari Allah SWT.<sup>3</sup> Sebagai seorang muslim tentunya sudah mengetahuinya, bahkan sudah banyak dikaji dan diamalkan oleh sebagian masyarakat. Sebenarnya zakat, infaq dan sedekah tidak terbatas dengan harta atau materi. Salah satu contohnya yaitu sedekah yang dapat berupa tenaga, dengan kita menyumbangkan tenaga untuk membangun masjid tanpa mengharapkan imbalan juga termasuk dalam sedekah karena mengharap pahala dari Allah SWT.

Sistem pengelolaan zakat terdapat dalam Undang-undang No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, didalamnya mengatur tentang pengelolaan zakat dimulai dari perencanaan sampai pada tahap pendistribusian dan pendayagunaan.<sup>4</sup> Adapun pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan dana infaq dan sedekah yang telah dikelola secara maksimal harus dilakukan secara kreatif dan inovatif.<sup>5</sup> Untuk mengoptimalkan pengelolaan dana infaq dan sedekah, masyarakat membutuhkan lembaga filantropi baik resmi maupun non-resmi yang

---

<sup>2</sup> Andre Kurniawan, "Memahami Perbedaan Infaq dan Sedekah, Amalan Penting Untuk Kesejahteraan Umat" <https://m.merdeka.com/jabar/memahami-perbedaan-infaq-dan-sedekah-amalan-penting-untuk-kesejahteraan-umat-kl.html?page=3>, (diakses pada tanggal 16 Oktober 2022, Pukul 19.00)

<sup>3</sup> Amelia Riskita, "Apa Perbedaan Infaq dan Sedekah?" <https://www-orami-co-id.cdn.ampproject.org/v/s/www.orami.co.id/magazine/amp/perbedaan-infaq-dan-sedekah?>, (diakses pada tanggal 16 Oktober 2022, Pukul 18.30 WIB).

<sup>4</sup> Pemerintah Indonesia. Undang-Undang (UU) Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat. LL Sekretariat Negara No.5587. Jakarta

<sup>5</sup> Muhammad Zumar Aminudin dan Lila Pangestu Hadiningrum "Pengelolaan ZIS Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Dan Penganggulangan Kemiskinan", *Jurnal Zakat dan Wakaf*, Vol.6, Nomor 1, (2019), hlm. 86.

mengelola dana infaq dan sedekah. Dalam menentukan lembaga filantropi untuk berinfaq dan bersedekah masyarakat harus memiliki kriteria lembaga dengan kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan yang baik, sehingga dana tersebut dapat didistribusikan dengan baik untuk keperluan konsumtif maupun produktif.<sup>6</sup>

Komunitas Pejuang Sedekah merupakan sebuah lembaga filantropi yang berada di Wilayah Kecamatan Gatak. Di mana dari data yang diperoleh melalui website Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sukoharjo jumlah masyarakat di Wilayah Kecamatan Gatak sebanyak 53.263 orang.<sup>7</sup> Berdasarkan hasil wawancara bersama Galuh Noor Andesti sebagai ketua dari Komunitas Pejuang Sedekah. Beliau mengatakan bahwa Komunitas Pejuang Sedekah merupakan salah satu Komunitas yang didirikan oleh masyarakat yang berfokus pada pengelolaan infaq dan sedekah. Sebagai lembaga swadaya masyarakat Komunitas Pejuang Sedekah selain mengelola dana infaq dan sedekah juga bekerja sama dengan Komunitas Sedekah Berjamaah (SABER), dengan menyediakan layanan mobil ambulans gratis untuk membantu masyarakat yang membutuhkan transportasi. Dengan memberikan pelayanan yang baik serta kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat sekitar, menjadikan komunitas ini dapat mempermudah dalam pengelolaan

---

<sup>6</sup> Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*, (Jakarta: Alvabeth, 2000) hlm. 44.

<sup>7</sup> Ira Fitriani Widianingrum, "Jumlah Penduduk Per Kecamatan Semester 1 Tahun 2022" <https://dispendukcapil.sukoharijab.go.id/submenu/jumlah-penduduk-per-kecamatan-semester-1-tahun-2022> (diakses pada tanggal 12 Mei 2023, Pukul 08.36 WIB).

dana infaq dan sedekah. Sehingga bisa membantu masyarakat yang membutuhkan bantuan.<sup>8</sup>

Setiap lembaga filantropi tentunya memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat termasuk Komunitas Pejuang Sedekah. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai cara untuk membandingkan persepsi masyarakat yang berinfaq dan bersedekah.<sup>9</sup> Pelayanan merupakan salah satu bentuk strategi yang digunakan untuk menarik calon donatur. Secara umum pelayanan yang diberikan Komunitas Pejuang Sedekah sama dengan lembaga filantropi lainnya yaitu dengan 5S (Salam, Senyum, Sapa, Sopan dan Santun) dalam melayani setiap donatur maupun masyarakat. Koordinator pelaksana Komunitas Pejuang Sedekah percaya bahwa dengan memberikan pelayanan yang sopan dan ramah kepada masyarakat maka, kepercayaan yang diberikan masyarakat kepada Komunitas Pejuang Sedekah dapat dibuktikan dengan bertambahnya jumlah masyarakat yang berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.<sup>10</sup> Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai suatu harapan donatur bahwa dana infaq dan sedekah yang telah diberikan dapat tersalurkan dengan baik, sehingga dapat membantu masyarakat yang membutuhkan bantuan tersebut.

---

<sup>8</sup> Galuh Noor Andesti, Selaku Ketua Komunitas Pejuang Sedekah, *Wawancara Pribadi*, Pada tanggal 13 Oktober 2022, pukul 10.00 WIB.

<sup>9</sup> Naulul Ridho, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Transparansi dan Citra Lembaga Terhadap Keputusan Masyarakat Membayar Zakat, Infak, Sedekah di LAZISNU Kota Pekalongan" *Skripsi*, (Pekalongan: IAIN Pekalongan, 2020) hlm. 5.

<sup>10</sup> Surati, Selaku Koordinator Bagian Pelaksana Komunitas Pejuang Sedekah, *Wawancara Pribadi*, Pada tanggal 14 Oktober 2022, pukul 10.00 WIB.

Komunitas Pejuang Sedekah memiliki beberapa dan layanan yaitu program santunan anak yatim, santunan dhuafa, kajian ummahat, sedekah jum'at, santunan disabilitas dan peduli bencana. Selain itu juga Komunitas Pejuang Sedekah memiliki layanan yang memudahkan masyarakat untuk menyalurkan dana infaq dan sedekah yaitu dengan layanan jemput donasi, transfer melalui rekening dan juga layanan *ambulance* gratis untuk masyarakat yang membutuhkan transportasi untuk kerumah sakit. Tentunya hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat terhadap Komunitas Pejuang Sedekah.

Dengan demikian, apabila pelayanan yang diberikan memuaskan, tentunya masyarakat akan puas serta semakin percaya dan loyal dalam menyalurkan infaq dan sedekahnya melalui komunitas tersebut.<sup>11</sup> Dengan demikian kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Komunitas Pejuang Sedekah merupakan faktor penting yang menentukan keputusan masyarakat, dalam memberikan infaq dan sedekah.

Berdasarkan pemaparan di atas, serta penelitian yang pernah dilakukan oleh Ahmad Rendi (2017) mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra Lembaga terhadap minat masyarakat berinfaq di LAZNAS DPU Cabang Palembang. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan citra Lembaga terhadap minat masyarakat untuk berinfaq di LAZNAS DPU

---

<sup>11</sup> Sutomo, Mukhamad Najib, dan Setiadi Djohar, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki", *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, No. 1, Vol. 3, (2016). hlm. 60.

Cabang Palembang. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap komunitas pejuang sedekah, penulis mendapatkan data donatur tersebut dari pengelola komunitas pejuang sedekah. Sehingga penulis dapat melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berinfaq Dan Bersedekah Di Komunitas Pejuang Sedekah Kecamatan Gatak”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Komunitas Pejuang Sedekah merupakan salah satu lembaga filantropi yang dibentuk oleh masyarakat. Dengan adanya Komunitas Pejuang Sedekah ini diharapkan mampu mengajak seluruh masyarakat untuk membantu orang yang membutuhkan dengan menyisihkan sebagian dari penghasilan untuk berinfaq dan bersedekah. Penelitian yang berkaitan dengan keputusan minat masyarakat untuk berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah ini sangat perlu dilakukan guna mengetahui bagaimana masyarakat dan calon donatur tertarik dan memutuskan untuk berdonasi.

## **C. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini peneliti hanya menetapkan dua variabel yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah yaitu Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan.

#### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berinfaq Dan Bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah Kecamatan Gatak” adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah?
2. Apakah tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah?
3. Apakah kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan pada penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berinfaq Dan Bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah Kecamatan Gatak” adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.
2. Untuk mengetahui apakah variabel tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.

3. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan dan variabel tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

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

- a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan peneliti khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan dan minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.
- b) Bagi akademisi diharapkan dapat memberikan manfaat dalam hal pengembangan ilmu ekonomi, melalui pendekatan dan cakupan variabel yang digunakan, terutama hal-hal yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah.
- c) Hasil penelitian ini diharapkan mampu mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan dan minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah.

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

- a) Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan lebih kepada penulis sehingga dapat

menambah ilmu yang demikian, khususnya tentang kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam infaq dan sedekah di suatu lembaga atau komunitas.

- b) Bagi Komunitas Pejuang Sedekah, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Komunitas Pejuang Sedekah tentang pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.
- c) Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi informasi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan terkait ilmu ekonomi pembangunan.

#### **G. Sistematika Penulisan**

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

Bab I Pendahuluan. Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisannya.

Bab II Landasan Teori. Dalam bab ini menguraikan tentang kajian teori (teori kualitas pelayanan, teori tingkat kepercayaan, teori minat, teori



infaq, teori sedekah), hasil penelitian yang relevan, kerangka berpikir dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian. Dalam bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yang meliputi: waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil Analisis dan Pembahasan. Dalam bab ini penulis akan membahas tentang gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisa data, dan pembahasan hasil analisa.

Bab V Kesimpulan. Dalam bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI TENTANG KUALITAS PELAYANAN, TINGKAT KEPERCAYAAN, MINAT, INFAQ DAN SEDEKAH

#### A. Kajian Teori

##### 1. Kualitas Pelayanan

###### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Hal tersebut diperoleh dari perbandingan antara jenis pelayanan satu dengan pelayanan yang lain. Sehingga konsumen dapat membandingkan tingkat kualitas pelayanan antara lembaga A dan lembaga B.<sup>1</sup>

Definisi pelayanan menurut Hasibuan, adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan menggunakan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>2</sup> Sedangkan menurut Wyckop dalam Rosady, kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jika layanan jasa yang

---

<sup>1</sup> Nanda, "Kualitas Pelayanan Adalah: Tujuan, Fungsi, dan Cara Mengukur" <https://komerce.id/blog/kualitas-pelayanan-adalah/> (diakses pada tanggal 25 Oktober 2022, Pukul 19.35 WIB)

<sup>2</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hlm. 152

diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dinilai sebagai kualitas yang 'ideal' (unggul). Begitu pula sebaliknya jika layanan jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dinilai sebagai pelayanan buruk. Maka dengan demikian baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia layanan suatu jasa dalam upaya untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten, tepat dan memuaskan.<sup>3</sup>

Menurut Tho'in, bahwa kualitas pelayanan lebih menitik beratkan pada kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja karyawan baik internal maupun eksternal. Kualitas, dalam organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah didefinisikan, karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen. Secara umum dikatakan bahwa, kualitas adalah karakteristik produk/jasa, yang ditentukan oleh pemakai dan diperoleh melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 281.

<sup>4</sup> Muhammad Tho'in, "Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali", *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah STAIN Salatiga*, Vol. 2 2011, hlm. 73.

## b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan pada umumnya meliputi hal-hal sebagai berikut:<sup>5</sup>

### 1) *Tangible* (berwujud)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan extensinya kepada pihak external. Penampilan dan kemampuan, sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik seperti: gedung, gudang, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, dan pegawai.

### 2) *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

### 3) *Responsiveness* (ketanggapan)

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan

---

<sup>5</sup> Evi Nurkhasanah “Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Anggota Untuk Menabung Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek” *Skripsi*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2018), hlm. 24.

penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4) *Assurance* (jaminan)

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*Communication*), kredibilitas (*Credibilitas*), keamanan (*Security*), kompetensi (*Competence*), dan sopan santun (*Courtesy*).

5) *Empathy* (empati)

Memberikan pelayanan yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock (2002) sebagaimana dikutip oleh Pandu terdapat berbagai faktor penentu kualitas pelayanan yaitu:<sup>6</sup>

- 1) *Information*, misalnya: jasa memenuhi atau sesuai dengan keinginan konsumen. Apabila konsumen menerima informasi

---

<sup>6</sup> Pandu Andre Harlan, "Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bess Finance" *Skripsi*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2014), hlm. 14.

dari pihak perusahaan atau karyawan dengan jelas maka akan semakin meningkatkan kualitas pelayanan di mata konsumen tersebut.

- 2) *Consultation*, konsultasi melalui nasehat, kolaborasi, konseling. Apabila perusahaan memberikan konseling dan adanya kolaborasi yang baik maka ini berarti kualitas pelayanan yang semakin baik.
- 3) *Order taking*, cara pemesanan misal menjadi member, melalui telepon dan fasilitas yang tersedia. Jika tersedia adanya member, kemudian adanya fasilitas yang memadai dari sebuah perusahaan maka menunjukkan bahwa perusahaan memiliki nilai tambah di mata konsumennya.
- 4) *Hospitality*, keramahan dan kesopanan karyawan misal dalam memberi salam. Apabila karyawan ramah dan sopan berarti sebuah perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik dimata konsumennya.
- 5) *Caretaking*, peduli pada kebutuhan konsumen seperti perhatian, memberikan empati. Apabila karyawan memiliki perhatian dan memberikan empati kepada pihak perusahaan berarti memiliki kualitas pelayanan yang baik.
- 6) *Exceptions*, cara memecahkan masalah atau memberikan solusi kepada konsumen. Jika perusahaan memberikan solusi atau

pemecahan masalah kepada konsumennya, berarti memenuhi harapan konsumen.

- 7) *Billing*, cara penagihan, sistem aktivitas akuntansi perusahaan. Apabila perusahaan memiliki cara penagihan dan aktivitas akuntansi perusahaan yang baik berarti menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik.
- 8) *Payment*, cara pembayaran seperti membayar sendiri, autodebet, dll. Semakin lengkap cara pembayaran dan semakin praktis berarti menjadi nilai tambah di mata konsumennya.

## 2. Tingkat Kepercayaan

### a. Pengertian Kepercayaan

Menurut Schurr dan Ozane dalam Dwyer, kepercayaan adalah suatu keyakinan bahwa pernyataan pihak lain dapat diandalkan untuk memenuhi kewajibannya.<sup>7</sup> Morgan dan Hunt dalam Dharmmesta, berpendapat bahwa ketika satu pihak mempunyai keyakinan (*Confidence*) bahwa pihak lain yang terlibat dalam pertukaran mempunyai rehabilitasi dan integritas, maka dapat dikatakan ada *trust*.<sup>8</sup>

Dari definisi di atas maka dapat dikatakan bahwa *trust* adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan

---

<sup>7</sup> Dwyer, R. F., Schurr, P. H., & Oh, S., "Output Sector Munificence Effect On The Internal Political Economy Of Marketing Channels", *Journal of Marketing Research*, No. 24, (2000), hlm. 347-358.

<sup>8</sup> Darsono, L.I dan Dharmmesta, B.S., "Kontribusi Involvement dan Thrust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, No 3, Vol 20, (2005), hlm. 27.

hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya dengan baik sesuai yang diharapkan.<sup>9</sup> Jadi kepercayaan merupakan suatu hal yang paling penting untuk sebuah komitmen atau janji. Kepercayaan akan meningkat apabila informasi yang diterima dinilai akurat, relevan dan lengkap. Tingkat kepercayaan juga dipengaruhi oleh pengalaman dimasa lalu, pengalaman positif dengan suatu pihak akan meningkatkan hubungan yang baik dimasa yang akan mendatang.

b. Indikator Kepercayaan

Menurut Kotler & Keller (2012) sebagaimana dikutip oleh Faradilah kepercayaan dapat diukur dengan indikator:<sup>10</sup>

- 1) Kompetensi (*Competence*)
- 2) Integritas (*Integrity*)
- 3) Kejujuran (*Honesty*)
- 4) Kebijakan (*Benevolence*)

Menurut Flavian dan Giunaliu sebagaimana dikutip oleh Siti, kepercayaan terbentuk dari tiga hal yaitu:<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Siti Maliyah, “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan (Trust) dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Henan Putihrai Asset Management”, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol.1 No.1 (Maret 2015), hlm,13.

<sup>10</sup> Faradilah Meida, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19” *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, No. 2, Vol. 5 (2022), hlm. 160.

<sup>11</sup> Siti Maliyah, “Pengaruh Citra Merek ..., hlm.14.



- 1) Kejujuran (*Honesty*) adalah percaya pada kata-kata, percaya bahwa mereka akan menepati janjinya dan bersikap tulus pada kita.
- 2) Kebajikan (*Benevolence*) adalah tindakan yang mendahulukan kepentingan umum daripada kepentingan pribadi.
- 3) Kompetensi (*Competence*) adalah persepsi atau pengetahuan, kemampuan untuk menyelesaikan masalah dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pihak lain yang dimiliki suatu pihak.

c. Komponen Kepercayaan

Menurut Green yang dikutip oleh Fasochah, menyatakan bahwa komponen-komponen kepercayaan adalah:<sup>12</sup>

- 1) Kredibilitas berarti bahwa karyawan jujur dan kata-katanya dapat dipercaya.
- 2) Reliabilitas berarti sesuatu yang bersifat reliable atau dapat diandalkan. Ini berarti berhubungan dengan kualitas individu/organisasi.
- 3) Integritas yang berarti karyawan memiliki kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat. Integritas menunjukkan adanya internal *Consistency*, ada kesesuaian

---

<sup>12</sup> Fasochah, "Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel Mediasi (Studi Pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal)", *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, No. 13, (2013), hlm. 22.

antara apa yang dikatakan dan dilakukan, ada konsistensi antara pikiran dan tindakan. Selain itu integritas menunjukkan adanya ketulusan.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Kepercayaan sangat bermanfaat dan penting untuk membangun kepuasan walaupun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan seseorang. McKnight et al, menyatakan bahwa ada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen yaitu *reputation* dan *perceived quality*.<sup>13</sup>

- 1) *Reputation* merupakan suatu tanda yang diberikan kepada penjual berdasarkan pada informasi dari orang atau sumber lain. Reputasi dapat menjadi penting untuk membangun kepercayaan seorang konsumen terhadap penjual karena konsumen tidak memiliki pengalaman pribadi dengan penjual, Reputasi dari mulut ke mulut yang juga dapat menjadi kunci ketertarikan konsumen. Informasi positif yang didengar oleh konsumen tentang penjual dapat mengurangi persepsi terhadap resiko dan ketidakamanan ketika bertransaksi dengan penjual. Hal ini dapat membantu

---

<sup>13</sup> McKnight et al, "Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology", *Information Systems Research*, No. 3, Vol. 13, (September, 2002), hlm. 334-359.

meningkatkan kepercayaan konsumen tentang kompetensi, kebijakan, dan integritas pada penjual.

- 2) *Perceived quality* yaitu persepsi akan kualitas baik itu dari segi produk, pelayanan maupun penghargaan. Tampilan serta desain perusahaan juga dapat mempengaruhi kesan pertama yang terbentuk.

e. Strategi Membangun Kepercayaan

Untuk membangun sebuah kepercayaan diperlukan tujuh *core values*, yaitu sebagai berikut:<sup>14</sup>

- 1) Keterbukaan, kerahasiaan dan kurangnya transparansi dalam menjalankan sesuatu akan mengganggu *trust building*. Oleh karena itu diperlukan keterbukaan antara kedua belah pihak agar keduanya dapat saling percaya antara satu sama lain.
- 2) Kompeten merupakan kemampuan untuk melaksanakan suatu tugas atau peran dalam membangun pengetahuan dan keterampilan yang didasarkan pada pengalaman dan pembelajaran. Yakni sebagai syarat untuk dianggap mampu oleh masyarakat dalam melaksanakan tugas dibidang pekerjaan tertentu.
- 3) Kejujuran merupakan elemen terpenting dalam mendapatkan sebuah kepercayaan, hal ini dimaksudkan untuk menghindari kecurangan yang bersifat merugikan yang lain. Jujur

---

<sup>14</sup> Wibowo, *Manajemen Perubahan*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2006), hlm. 380

bermakna keselarasan antara berita dengan kenyataan yang ada. Dengan kata lain jujur adalah berkata atau memberikan suatu informasi yang sesuai kenyataan dan kebenaran. Dalam penerapannya, secara hukum tingkat kejujuran seseorang biasanya dinilai dari ketepatan pengakuan atau apa yang dibicarakan dengan kebenaran dan kenyataan yang terjadi.

- 4) Integritas adalah keselarasan antara niat, pikiran, perkataan dan perbuatan. Dalam prosesnya, berjanji akan melaksanakan tugas secara bersih, transparan, dan profesional dalam arti akan mengerahkan segala kemampuan dan sumber daya secara optimal untuk memberikan hasil kerja terbaik. Orang yang berintegritas tinggi mempunyai sikap yang tulus, jujur, berperilaku konsisten serta berpegang teguh pada prinsip kebenaran untuk menjalankan apa yang dikatakan secara bertanggung jawab.
- 5) Akuntabilitas merupakan dorongan psikologi sosial yang dimiliki seseorang untuk mempertanggungjawabkan sesuatu yang telah dikerjakan kepada lingkungannya atau orang lain. Akuntabilitas sekiranya dapat diukur dengan pertanyaan-pertanyaan tentang seberapa besar motivasi menyelesaikan pekerjaan dan seberapa besar usaha (daya pikir) untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan tersebut.

- 6) Sharing adalah sebuah pengakuan atau pengungkapan diri terhadap orang lain yang berfungsi untuk berbagi sesuatu untuk meringankan sebuah masalah. Sharing merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan karena mempunyai manfaat nilai psikologis yakni membantu membangun hubungan yang lebih baik antara satu sama lain. Termasuk didalamnya sharing informasi, ketrampilan, pengalaman dan keahlian.
- 7) Penghargaan untuk mendorong sebuah kepercayaan maka harus terdapat respek saling menghargai antara satu sama lain.

Menurut Hoffman dan Bateson dalam Sherren dan Hartiwi, menyatakan beberapa strategi dalam membangun kepercayaan pelanggan, yakni:<sup>15</sup>

- 1) Perlindungan informasi yang rahasia
- 2) Menahan diri untuk tidak membuat komentar yang meremehkan tentang pelanggan dan pesaing lainnya
- 3) Memberikan informasi kepada pelanggan yang sebenarnya, walaupun itu sangat menyakitkan.
- 4) Menyediakan pelanggan dengan informasi yang penuh baik secara pro dan kontra.

---

<sup>15</sup> Sherren dan Hartiwi Prabowo, "Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Dampaknya Pada Retensi Pelanggan JNE Pangkalpinang". *Thesis Binus Jakarta*. (2012), hlm. 45.

- 5) Menjadi perusahaan yang bisa diandalkan, sopan dan penuh perhatian kepada pelanggan.
- 6) Aktif dan terlibat dalam urusan masyarakat.

### 3. Minat

#### a. Pengertian Minat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan.<sup>16</sup> Secara sederhana minat dapat diartikan kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau sesuatu yang menjadi objek dari minat tersebut disertai perasaan senang.<sup>17</sup>

Menurut Sutjipto sebagaimana dikutip oleh Patra, minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu obyek, orang, masalah atau situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya.<sup>18</sup> Jadi minat adalah keinginan atau kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu keinginan atau aktivitas yang ingin dilakukan. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal.

#### b. Aspek-aspek Minat

---

<sup>16</sup> Anton M. Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Cetakan ke-3 (Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, dan Balai Pustaka, 1990), hlm. 225.

<sup>17</sup> Abdurrahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 262-263.

<sup>18</sup> Patra Rusdianto, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Pada Lambada Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa", *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2016) hlm. 26.

Lucas dan Britt sebagaimana dikutip oleh Kartika, aspek-aspek yang terdapat dalam minat antara lain adalah sebagai berikut:<sup>19</sup>

- 1) Ketertarikan (*Interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
- 2) Keinginan (*Desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan ingin memiliki.
- 3) Keyakinan (*Conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Crow and Crow dalam bukunya Abdul Rahman Saleh, berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:<sup>20</sup>

- 1) Dorongan dari dalam diri individu, missal dorongan makan, dan rasa ingin tahu.
- 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas.
- 3) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

---

<sup>19</sup> Kartika Mandasari, "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih jasa perhotelan: studi kasus pada hotel GRASIA Semarang", *Skripsi tidak diterbitkan*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), hlm. 15-16.

<sup>20</sup> Abdul Rahman Saleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 264.

d. Macam macam minat

- 1) Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi dua yaitu, minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, seperti kebutuhan akan makanan. Sedangkan minat kultural adalah minat yang timbul karena proses belajar.
- 2) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibagi menjadi dua yaitu, minat intrinsik dan minat ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktifitas itu sendiri (minat asli). Sedangkan minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- 3) Berdasarkan cara pengungkapan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu: *expressed interest*, *manifest interest*, *tested interest*, dan *inventoried interest*.<sup>21</sup>

#### 4. Infaq

a. Pengertian Infaq

Secara Bahasa, infaq berasal dari kata *anfaqa* yang berarti pemberian (sumbangan) harta dan sebagainya untuk kebaikan.<sup>22</sup> Sedangkan menurut istilah infaq yaitu memberikan sesuatu kepada

---

<sup>21</sup> Ibid., hlm. 265.

<sup>22</sup> W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 1989) hlm. 330.



orang lain baik berupa harta maupun penghasilan untuk kepentingan sesuai dengan perintah agama Islam.<sup>23</sup>

Hukum dari infaq adalah wajib atau *fardhu khifayah*, yaitu suatu kewajiban bagi sekelompok orang untuk melaksanakan perintah Allah SWT sesuai ketentuan syariat. Jika zakat memiliki nisab, maka infaq tidak memiliki batas nisab. Allah memberi kebebasan kepada pemiliknya untuk menentukan waktu dan besaran harta yang dikeluarkannya sebagai cerminan kadar keimanan seseorang. Dalam Al-Qur'an perintah infaq ditujukan kepada setiap orang yang bertakwa, baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah.<sup>24</sup>

#### b. Dasar Hukum Infaq

Hukum infaq sudah tertuang jelas dalam Al-Qur'an. Dalam syariat Islam telah memberikan panduan kepada kita dalam berinfaq atau membelanjakan harta. Dalam membelanjakan harta itu hendaklah yang dibelanjakan adalah harta yang baik, bukan yang buruk, khususnya dalam menunaikan infaq.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Ahmad Rendi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga Terhadap Minat Masyarakat Berinfaq di LAZNAS DPU DT Cabang Palembang" *Skripsi*, (Palembang: UIN Raden Fatah, 2017) hlm. 36.

<sup>24</sup> Adhi Muhammad Daryono, "Perbedaan Zakat, Infaq dan Sedekah yang Wajib Kamu Ketahui" <https://alamisharia.co.id/blogs/perbedaan-zakat-dan-infak-sedekah/?amp> (diakses pada tanggal 30 Oktober 2022, Pukul 11.25 WIB)

<sup>25</sup> Zallum Abdul Qadim, *Al Amwal Fi Dawatil Khilafah*, cetakan 1 (Beirut: Darul Ilmi Lil Malayin. 1983) hlm. 55.

Adapun dasar hukum infaq banyak dijelaskan dalam Al-Qur'an diantaranya sebagai berikut:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ ۚ وَأَحْسِنُوا ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ  
الْمُحْسِنِينَ

*Artinya: "Berinfaklah di jalan Allah, janganlah jerumuskan dirimu ke dalam kebinasaan, dan berbuatbaiklah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik." (Al-Baqarah: 195)<sup>26</sup>*

Selain itu dalam surat Al-Baqarah: 267 juga disebutkan, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۚ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا  
أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ

*Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji." (Al-Baqarah: 267)<sup>27</sup>*

Menurut Undang-undang pasal 1 ayat 3 UU No. 23 Tahun 2011 yaitu "Infaq adalah harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum".<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Kementerian Agama RI, Al Qur'an Tajwid Kode, Transliterasi Per Kata, Terjemah Per Kata, (Bekasi: Yayasan Penyelenggara Penafsir Al Qur'an, 2013) hlm. 30.

<sup>27</sup> Ibid., hlm. 45.

<sup>28</sup> Pemerintah Indonesia. Undang-Undang (UU) Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat. LL Sekretariat Negara No.5587. Jakarta

### c. Macam-macam Infaq

Dalam Islam infaq dibagi menjadi 4 macam antara lain sebagai berikut:<sup>29</sup>

- 1) Infaq wajib merupakan infaq yang wajib dikeluarkan oleh seseorang seperti membayar mas kawin, kafarat, dan memberi nafkah keluarga.
- 2) Infaq sunnah merupakan infaq yang dilakukan dengan tujuan untuk bersedekah di jalan Allah SWT. Infaq sunnah terbagi menjadi 2 yaitu infaq jihad dan infaq untuk membantu orang yang membutuhkan.
- 3) Infaq mubah merupakan infaq yang dilakukan untuk hal-hal yang memiliki hukum mubah seperti bercocok tanam, bertani, dan berdagang.
- 4) Infaq haram merupakan infaq yang mengeluarkan harta dengan tujuan yang dilarang oleh ajaran agama Islam. Misalnya berinfaq dengan niat hanya ingin dipuji orang lain maupun infaqnya untuk orang kafir yang menghalangi syiar Islam.

---

<sup>29</sup> Abdul Roqib, "4 Jenis Infak Dalam Islam Yang Wajib Diketahui" <https://yatimmandiri.org/blog/berbagi/jenis-infak/> (diakses pada tanggal 30 Oktober 2022, Pukul 11.50 WIB)

## 5. Sedekah

### a. Pengertian Sedekah

Sedekah berasal dari bahasa Arab *ash-shadaqa*, yang artinya benar. Benar dalam artian sejalanannya perbuatan dan ucapan serta keyakinan. Sedangkan secara terminologi sedekah adalah memberikansesuatu tanpa ada takarannya karena mengharapkan pahala dari Allah SWT.<sup>30</sup> Menurut Syed Mahmudunnasir yang dikutip oleh muhlin, sedekah adalah pemberian derma yaitu pemberian sebagian dari harta karena Allah kepada orang-orang fakir dan miskin. Menurut Amir Ali yang dikutip oleh muhlin, sedekah berarti suatu pemberian dengan tujuan memperoleh ridha Allah atau ganjaran yang akan datang.<sup>31</sup>

Adapun secara terminologi, sedekah berarti pemberian secara sukarela kepada orang lain yang tidak ditentukan jenis, jumlah maupun waktunya.<sup>32</sup> Sedekah bukanlah suatu kewajiban, tetapi adalah perbuatan baik. Sedekah tidak hanya dalam bentuk material saja tetapi juga dapat berupa jasa yang bermanfaat untuk orang lain. Hukum dari sedekah adalah sunnah, yaitu amalan yang jika

---

<sup>30</sup> Haroen Nasrun, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Gaya Media Pratama, 2000) hlm. 88-89.

<sup>31</sup> Mushlin, "Pengertian Sedekah Menurut Ulama" <https://www.referensimakalah.com/2012/12/pengertian-sedekah-menurut-ulama.html?m=1> (diakses pada tanggal 3 Desember 2022, Pukul 10.12 WIB)

<sup>32</sup> Khikam Aziz, "Apa itu Zakat, dan Apa pula Perbedaannya dengan Infak, dan Sedekah?" <https://purbalingga.kemenag.go.id/apa-itu-zakat-dan-apa-pula-perbedaannya-dengan-infak-dan-sedekah/> (diakses pada tanggal 30 Oktober 2022, Pukul 13.10 WIB)

dilakukan akan mendapatkan pahala dan tidak dilakukan tidak akan mendapatkan dosa.

b. Dasar Hukum Sedekah

Hukum sedekah dalam Islam yaitu sunah *muakkad*, sebagai bagian dari amalan yang dianjurkan. Mengeluarkan sedekah sesuai dengan sunah Rasulullah tentu memiliki banyak keutamaan, yakni mampu mendatangkan banyak pahala dari Allah. Sedekah disunnahkan bagi orang yang memiliki kelebihan harta, yaitu dari biaya untuk dirinya sendiri dan biaya untuk orang-orang yang dinafkahkan apabila seseorang memberikan sedekah sehingga orang-orang yang dinafkahkan menjadi kekurangan, maka ia berdosa, berdasarkan sabda Nabi SAW:

*“Telah bercerita kepada kami Muhammad bin Kasir, telah mengabarkan kepada kami Sufyan, telah bercerita kepada kami Abu Ishak dari Wahab bin Jabir hawani dari Abdullah bi Amru berkata. Telah bersabda Rasulullah SAW cukuplah seseorang dinilai berdosa apabila ia menyia-nyia orang-orang yang harus dinafkahkan”. (HR. Abu Daud)<sup>33</sup>*

Adapun dasar hukum sedekah dijelaskan dalam Al-Qur’an diantaranya sebagai berikut:

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرِي الصَّدَقَاتِ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ

*Artinya: “Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa”. (Al-Baqarah: 276)<sup>34</sup>*

<sup>33</sup> Zulkifli, *Panduan Praktis Memahami Zakat, Infaq, Shodaqah, Wakaf Dan Pajak*, cetakan 1 (Yogyakarta: Kalimedia. 2020) hlm. 32.

<sup>34</sup> Kementerian Agama RI, *Al Qur’an Tajwid ...*, hlm. 47.

Menurut Undang-undang pasal 1 ayat 4 UU No. 23 Tahun 2011 yaitu “Sedekah adalah harta atau non-harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum”.<sup>35</sup>

### c. Macam-macam Sedekah

Dalam bersedekah, tidak ada atasan kepada siapa sedekah diberikan, dalam bentuk apa sedekah diberikan, maupun besaran sedekah yang diberikan. Tapi ada beberapa macam sedekah yang lebih diutamakan yaitu sebagai berikut:<sup>36</sup>

- 1) Sedekah *khofiyyah* (sedekah tersembunyi)
- 2) Sedekah *jāriyah*
- 3) Sedekah kepada kerabat

## B. Hasil Penelitian Yang Relevan

Dalam studi literatur ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh beberapa pihak, sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh penulis. Berdasarkan pengamatan dan pengkajian yang telah dilakukan terhadap beberapa sumber kepustakaan terkait dengan permasalahan dalam penulisan penelitian ini. Beberapa penelitian yang memiliki korelasi dengan penelitian ini adalah:

---

<sup>35</sup> Pemerintah Indonesia. Undang-Undang (UU) Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat. LL Sekretariat Negara No.5587. Jakarta

<sup>36</sup> Umi Septia, “3 Sedekah Yang Paling Utama di Sisi Allah, Apa Saja? Ketahui” <https://www.liputan6.com/islami/read/2963481/3-sedekah-yang-paling-utama-di-sisi-allah-apa-saja> (diakses pada tanggal 30 Oktober 2022, Pukul 12.20 WIB)

1. Hanwar Ahmad Sidiq dengan judul Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Kepercayaan, Tingkat Religiusitas, Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Lembaga Zakat Di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah dosen, karyawan dan mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *Convenience Sampling*, sedangkan penentuan jumlah sampel menggunakan Rumus Slovin. Hasil analisis yang dilakukan diperoleh kesimpulan berdasarkan uji validitas pengaruh uji T pada signifikansi  $\alpha$  sebesar 0,05. Pengetahuan zakat berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat dengan koefisien sebesar 0.199615. Sedangkan untuk variable tingkat pendapatan dan tingkat religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat pada tingkat  $\alpha$  sampai dengan 95%. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat tentang zakat berpengaruh terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat. Sedangkan untuk tingkat penghasilan dan tingkat religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Hanwar Ahmad Sidiq “Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Kepercayaan, Tingkat Religiusitas, Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Lembaga Zakat Di Universitas Muhammadiyah Surakarta” *Skripsi*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015) hlm. 59.

2. Hanifah Nur'aini dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga, dan Religiusitas Terhadap Minat Muzzaki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi Pada Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Cabang Yogyakarta. Hasil dari penelitian yang di olah dengan program SPSS versi 17,0 menunjukkan bahwa nilai Adjust R square sebesar 0,747% minat muzzaki untuk menyalurkan zakat profesi pada PKPU Cabang Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, citra lembaga, dan religiusitas sedangkan sisanya sebesar 25,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji parsial (uji T) menunjukkan bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan ( $0,668 > 0,05$ ), citra lembaga ( $0,519 > 0,05$ ) dan religiusitas ( $0,000 < 0,05$ ). Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa minat muzzaki untuk menyalurkan zakat profesinya tergantung dari kualitas pelayanan, citra lembaga, dan religiusitas dari PKPU Cabang Semarang.<sup>38</sup>
3. Eddo Rakasiwi dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada BMT Perkasa Semarang). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan BMT Perkasa Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

---

<sup>38</sup> Hanifah Nur'aini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi di Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Cabang Yogyakarta" *Skripsi*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015) hlm. 227.



*Purposive Sampling*. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan uji T sebesar 3,534 dengan signifikansi 0,001. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan uji T sebesar 3,009 dengan signifikansi 0,003. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan uji T sebesar 7,843 dengan signifikansi 0,000. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di BMT Perkasa Semarang.<sup>39</sup>

4. M. Abdul Rouf penelitian ini membahas mengenai Pengelolaan Dana Zakat Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Rumah Zakat Cabang Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, religiusitas, dan pendapatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang. Terlihat F hitung 45,477 dan signifikan pada  $0,000 < \text{dari } \alpha = 0,05 > F \text{ table } (3.953)$  yang berarti kepercayaan, religiusitas dan pendapatan berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, religiusitas, dan pendapatan

---

<sup>39</sup> Eddo Rakasiwi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada BMT Perkasa Semarang)" *Skripsi*, (Semarang: Universitas Dian Nuswantoro) hlm. 12.

berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk membayar zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang.<sup>40</sup>

5. Sutomo, Mukhamad Najib, dan Setiadi Djohar dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki (Studi Kasus LAZ PKPU Yogyakarta). Instrumen penelitian ini menggunakan kuisisioner dan dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat dimensi yaitu *Compliance*, *Assurance*, *Reliability* dan *Empathy* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hasil analisis IPA menunjukkan bahwa atribut pelayanan yang harus ditingkatkan kinerjanya yaitu permasalahan zakat diselesaikan dengan cepat dan segera dan karyawan merespon dan menindaklanjuti keluhan kesah. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan *Muzakki* Memengaruhi loyalitas dan nilai indeks kepuasan *Muzakki* sebesar 82,34% yang berarti bahwa *Muzakki* telah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan tingkat loyalitas *Muzakki* sebesar 84,7% yang berarti bahwa *Muzakki* telah loyal kepada LAZ PKPU Yogyakarta.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> M. Abdul Rouf, "Pengelolaan Dana Zakat Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Rumah Zakat Cabang Semarang" *Skripsi*, (Semarang: IAIN Walisonggo, 2011) hlm. 104.

<sup>41</sup> Sutomo, Mukhamad Najib, dan Setiadi Djohar "Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki (Studi Kasus LAZ PKPU Yogyakarta)", *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, Vol.3, Nomor 1, (2016) hlm. 59.

6. Indri Aningsih dengan judul Pengaruh Pendapatan, Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat Maal LAZ-UQ Jombang. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari Pendapatan, Citra Lembaga dan Kualitas Pelayanan terhadap minat membayar zakat maal melalui LAZ Ummul Quro di Jombang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi berganda. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 67 responden dengan teknik Random Sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pendapatan, Citra Lembaga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat membayar zakat maal di LAZ-UQ Jombang. Kemudian, pada Uji Simultan (serentak) Pendapatan, Citra Lembaga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat membayar zakat maal di LAZ-UQ Jombang.<sup>42</sup>

Berbeda dengan penelitian yang terdahulu, dapat ditemukan persamaan dan perbedaan pada jenis dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini. Persamaan terletak pada variabel dependen yang digunakan yaitu kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan. Metode yang analisis data juga memiliki kesamaan yaitu dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

---

<sup>42</sup> Indri Aningsih, "Pengaruh Pendapatan, Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat Maal LAZ-UQ Jombang". *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.2, Nomor 3, (2019) hlm. 99.

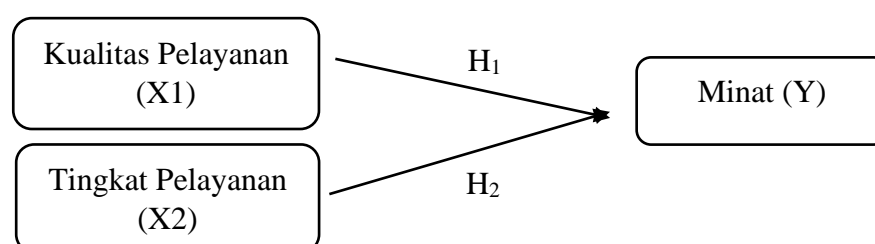
Sedangkan, untuk perbedaanya penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah: pertama, variabel independen penelitian yang digunakan yaitu minat berinfaq dan bersedekah; kedua, tempat penelitian yaitu Komunitas Pejuang Sedekah yang berada di wilayah Kecamatan Gatak. Dengan demikian bahwa penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah merupakan penelitian yang belum pernah dilakukan.

### C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan di atas maka terbentuklah kerangka berpikir dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah.

Pada bagian kerangka berpikir ini, dapat dijelaskan atau digambarkan bagaimana hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah.

Gambar 2.1  
Kerangka Berpikir



#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.<sup>43</sup>

Berdasarkan uraian landasan teori serta beberapa penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah Kecamatan Gatak.

H2 : Tingkat kepercayaan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah Kecamatan Gatak.

H3 : Kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.

---

<sup>43</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (mixed medhods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016) hlm. 99.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Komunitas Pejuang Sedekah yang berada di Kecamatan Gatak. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam berinfak dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah Wilayah Kecamatan Gatak.

#### B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yakni pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti guna mendapatkan data yang relevan.<sup>1</sup> Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, karena data yang digunakan berupa angka. Pendekatan kuantitatif diterapkan dengan bantuan perhitungan yang menggunakan Aplikasi SPSS versi 24.

Metode pengumpulan data didasarkan pada jumlah populasi dan sampel. Teknik pengambilan sampel dipilih secara acak (*Probability Sample*). Adapun cara pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cluster Random Sampling*. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu kualitas pelayanan (X1), tingkat kepercayaan (X2) sebagai variabel bebas (*Independent*) dan minat (Y) sebagai variabel terikat (*Dependent*).

---

<sup>1</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008) hlm. 17.

### C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>2</sup> Dalam penelitian ini populasinya adalah masyarakat yang berada di Wilayah Kecamatan Gatak yang berjumlah 53.263 orang.

#### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu, sehingga sampel dapat dikatakan mewakili populasi.<sup>3</sup> Adapun sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 orang dari total masyarakat yang berjumlah 53.263 orang.

#### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel

---

<sup>2</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan ke-26 (Bandung: Alfabeta, 2015) hlm. 61.

<sup>3</sup> Nanag Martono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014) hlm. 76.

yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota (populasi) untuk dipilih menjadi sampel.<sup>4</sup>

Cara pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling* yaitu cara pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>5</sup> Pengambilan sampel diperoleh berdasarkan Rumus Slovin.<sup>6</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Di mana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau di inginkan (10%)

Adapun perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{53.263}{1 + 53.263(0,1)^2}$$

---

<sup>4</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian...*, hlm. 65.

<sup>5</sup> Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, Cetakan ke-4 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2020) hlm. 62.

<sup>6</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003) hlm. 78.



$$n = \frac{53.263}{1 + 53.263(0,01)}$$

$$n = \frac{53.263}{1 + 532,63}$$

$$n = \frac{53.263}{533,63}$$

$$n = 99,81$$

$$n = 100$$

Jadi jumlah sampel yang diambil adalah 100 orang dengan tingkat kesalahan 10%.

#### **D. Data dan Sumber Data**

Ada dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder.

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.<sup>7</sup> Dalam penelitian ini data primernya adalah hasil wawancara dengan pihak Komunitas Pejuang Sedekah dan kuisisioner yang dibagikan kepada masyarakat yang berada di Wilayah Kecamatan Gatak.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui buku-buku, brosur dan artikel dari website yang berkaitan

---

<sup>7</sup> Husen Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005) hlm. 42.

dengan penelitian.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi data sekondernya berasal dari literatur dan sumber-sumber yang menunjang laporan penelitian.

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

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### 1. Metode Angket (kuisisioner)

Metode kuisisioner adalah suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan responden merespon daftar pertanyaan atau pernyataan tersebut. Instrumen dalam penelitian tersebut bersifat terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah jika jawaban tidak disediakan sebelumnya, sedangkan yang bersifat tertutup adalah jika alternatif jawaban telah disediakan.<sup>9</sup>

Kuisisioner yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan. Adapun pengukurannya menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan jawaban.<sup>10</sup> Berikut ini adalah contoh pengukuran indikator dari variabel tersebut di atas:

---

<sup>8</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Public Ilmu-Ilmu Social Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005) hlm. 119.

<sup>9</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis ...*, hlm. 49-50.

<sup>10</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*) Cetakan IV, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005) hlm. 45.

Tabel 3.1  
Alternatif Jawaban Dengan Skala *Likert*

| Simbol | Alternatif Jawaban  | Nilai |
|--------|---------------------|-------|
| SS     | Sangat Setuju       | 5     |
| S      | Setuju              | 4     |
| KS     | Kurang Setuju       | 3     |
| TS     | Tidak Setuju        | 2     |
| STS    | Sangat Tidak Setuju | 1     |

Kuisioner dalam penelitian ini diberikan kepada masyarakat yang berada di Wilayah Kecamatan Gatak, terkait dengan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah Kecamatan Gatak.

## 2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, buku harian, transkrip, buku, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan obyek pembahasan sebagai bahan analisis.<sup>11</sup> Dalam hal ini peneliti ingin mendapatkan data tentang profil dan pendayagunaan dana infaq dan sedekah di Komunitas Pejuang Sedekah Kecamatan Gatak.

## 3. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek

---

<sup>11</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Renika Cipta, 2006) hlm. 231.

penelitian.<sup>12</sup> Wawancara ini ditujukan kepada pihak koordinator pelaksana bagian pengumpulan untuk mendapatkan informasi mengenai data jumlah dana infaq dan sedekah, perkembangan Komunitas Pejuang Sedekah Kecamatan Gatak dan sebagainya.

## **F. Variabel Penelitian**

Menurut Kerlinger dalam Sugiyono, variabel adalah konstruk (*Construct*) atau sifat yang akan dipelajari. Dalam skripsi ini penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:<sup>13</sup>

### 1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel independen (X) pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan tingkat kepercayaan (X2).

### 2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel dependen (Y) pada penelitian ini adalah minat.

## **G. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional adalah suatu denifisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau mengspesifikasikan pengertian kegiatan ataupun memberikan suatu

---

<sup>12</sup> Nur Indriantoro dan Bambang Supono, *Metode Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, Buku 2 (Jakarta: Salemba Empat, 2004) hlm. 323.

<sup>13</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian ...*, hlm. 3-4

operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk.<sup>14</sup> Adapun definisi operasional pada skripsi ini dapat di lihat pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2  
Definisi Operasional

| No | Variabel            | Definisi Operasional   | Indikator   | Skala Pengukuran |
|----|---------------------|--|---|------------------|
| 1. | Kualitas Pelayanan  | Kualitas pelayanan lebih menitik beratkan pada kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. <sup>15</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bukti langsung</li> <li>• Kehandalan</li> <li>• Daya Tanggap</li> <li>• Jaminan</li> <li>• Empati</li> </ul> | Skala Likert     |
| 2. | Tingkat Kepercayaan | Kepercayaan adalah suatu kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya kepada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan kepada pihak lain. <sup>16</sup>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kejujuran</li> <li>• Kebajikan</li> <li>• Kompetensi</li> <li>• Integritas</li> </ul>                        | Skala Likert     |

<sup>14</sup> M. Nazir, *Metodologi Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hlm.126.

<sup>15</sup> Muhammad Tho'in, *Pengaruh Faktor-faktor Kualitas ...*, hlm. 73-89.

<sup>16</sup> Jennifer Adji dan Hatane Samuel, "Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) di Starbucks The Squire Surabaya", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2 No. 1 (2014). hlm. 4.

|    |       |  |  |              |
|----|-------|--|--|--------------|
| 3. | Minat | Minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu obyek, orang, masalah atau situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya. <sup>17</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketertarikan (<i>Interest</i>)</li> <li>• Keinginan (<i>Desire</i>)</li> <li>• Keyakinan (<i>Conviction</i>)</li> </ul> | Skala Likert |
|----|-------|--|--|--------------|

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Kuncoro menyatakan analisis kuantitatif adalah pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi.<sup>18</sup> Beberapa metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

### 1. Uji Validitas

Analisis untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data. Suatu pengukur dikatakan valid, jika alat itu mengukur apa yang harus diukur alat itu.<sup>19</sup> Validitas dapat diukur dengan cara bila korelasi (*Corrected Item Total*) yaitu mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang *over* estimasi. Kemudian pengujian signifiaksi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji

<sup>17</sup> Patra Rusdianto, *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan ...*, hlm. 26.

<sup>18</sup> Kuncoro, Mudrajat. 2001. *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis Ekonomi*, (Yogyakarta: UPPSTIM YKPN. 2007) hlm. 37-46.

<sup>19</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustaka, 2009) hlm. 96.

dua sisi. Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item dapat dikatakan valid, jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka item dinyatakan tidak valid.<sup>20</sup>

Untuk menghitung validitas tiap item instrumen dalam penelitian ini digunakan korelasi *product moment*, yaitu dengan menggunakan rumus:<sup>21</sup>

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Di mana:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$  = Jumlah perkalian antara variabel X dan variabel Y

$\sum x^2$  = jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$  = jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$  = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$  = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen penelitian.<sup>22</sup> Dalam bukunya Sujianto, megemukakan bahwa reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai

---

<sup>20</sup> Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2014) hlm. 52.

<sup>21</sup> Suharsimi Arikunto, "*Prosedur Penelitian Suatu ...*", hlm. 274.

<sup>22</sup> Husein Umar, "*Metode Riset Bisnis ...*", hlm. 55.

hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.<sup>23</sup>

Untuk mencari reliabilitas menggunakan rumus *Alpha*:<sup>24</sup>

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Di mana:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$n$  = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah varians tiap item

$\sigma_t^2$  = Varian total

Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan *reliable* jika memiliki *Croanbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.<sup>25</sup> Uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji

---

<sup>23</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan ...*, hlm. 97.

<sup>24</sup> Suharsimi Arikunto, "*Prosedur Penelitian Suatu ...*", hlm. 195.

<sup>25</sup> Julia brannen, *Memadu Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Ofset, 2005) hlm. 55.



normalitas dari *Kolmogorov Smirnov*. Kriteria pengujian yaitu jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka berdistribusi tidak normal sedangkan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka berdistribusi normal.<sup>26</sup>

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel. Pada model regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya dengan melihat (1) nilai *tolerance* dan lawannya, (2) *variance inflation factor*.<sup>27</sup>

Dasar kriteria dalam pengambilan keputusan yaitu:

1) Berdasarkan nilai *tolerance*

$Tolerance > 0,10$  tidak terjadi multikolinearitas

$Tolerance < 0,10$  terjadi multikolinearitas

2) Berdasarkan VIF

$VIF < 10$  tidak terjadi multikolinearitas

$VIF > 10$  terjadi multikolinearitas

c) Uji Heterokedastisitas

---

<sup>26</sup> Nurhasanah, "Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di LAZ Yayasan Insan Madani Jambi" *Skripsi*, (Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2019) hlm. 44.

<sup>27</sup> Patra Rusdianto, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan ..., hlm.58.

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual data yang ada. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami gejala heterokedastisitas.<sup>28</sup> Dasar kriteria dalam pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis di mana data pengamatan biasanya tidak hanya disebabkan oleh satu variabel melainkan oleh beberapa atau bahkan banyak variabel.<sup>29</sup>

Analisis persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$$

Di mana:

Y = Minat

a = Koefisien regresi konstan

X<sub>1</sub> = Kualitas pelayanan

---

<sup>28</sup> Ahmad Rendi "Pengaruh Kualitas Pelayanan ...", hlm. 52.

<sup>29</sup> Husen Umar, *Metode Penelitian Untuk ...*, hlm.126.

$X_2$  = Tingkat kepercayaan

$b_1 - b_2$  = Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan  $X_1$  dan  $X_2$

## 5. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, maka pengujian dilakukan dengan menggunakan:

- a) Uji Parsial (t test) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>30</sup>

Dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya secara parsial tidak mendapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$H_a : b \neq 0$$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_0$  diterima, apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$

$H_a$  diterima, apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$

- b) Uji Simultan (F test) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.<sup>31</sup> Melalui uji statistik dengan

Langkah-langkah sebagai berikut:

---

<sup>30</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate ...*, hlm. 164.

<sup>31</sup> Husen Umar, *Metode Penelitian Untuk ...*, hlm. 163.

$$H_0 : b_1=b_2=0$$

Artinya secara bersama-sama atau simultan tidak dapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Artinya secara bersama-sama atau simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

$H_0$  diterima, apabila  $F$  hitung  $< F$  tabel pada  $\alpha = 0.05$

$H_a$  diterima, apabila  $F$  hitung  $> F$  tabel pada  $\alpha = 0.05$

- c) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.<sup>32</sup> Untuk menentukan nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai Adjusted  $R^2$ .

---

<sup>32</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate ...*, hlm. 87.

**BAB IV**

**GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN**

**HASIL ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT**

**KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BERINFAQ DAN BERSEDEKAH**

**KOMUNITAS PEJUANG SEDEKAH**

**A. Gambaran Umum Penelitian**

1. Sejarah Komunitas Pejuang Sedekah<sup>1</sup>

Komunitas pejuang sedekah merupakan lembaga filantropi milik masyarakat yang bergerak dibidang *Fundraising* (Pengumpulan) dan pedayagunaan dana infaq dan sedekah dari perorangan, kelompok, maupun lembaga. Komunitas Pejuang Sedekah berfokus pada pengelolaan infaq dan sedekah dengan mengutamakan program untuk jum'at sedekah, kajian ummahat, santunan anak yatim, santunan duafa, santunan disabilitas dan peduli bencana. Didirikan pada tanggal 21 Desember 2018 oleh Galuh Noor Andesti sebagai Ketua dari Komunitas Pejuang Sedekah dengan tekad menjadi komunitas yang amanah, professional dan akuntabel.

Latar belakang berdirinya komunitas pejuang sedekah ini adalah pada awalnya dimulai dari 3 orang yang menjadi penggagas hingga sekarang bertambah menjadi 8 orang. Seiring berjalannya waktu banyak warga yang tertarik untuk ikut bergabung mendedekahkan hartanya. Dari situlah beberapa warga membentuk komunitas yang

---

<sup>1</sup> Galuh Noor Andesti, Selaku Ketua Komunitas Pejuang Sedekah, *Wawancara Pribadi*, Pada tanggal 27 Februari 2023, pukul 13.00 WIB.

bertujuan ingin membantu masyarakat yang membutuhkan serta memperoleh ridho dari Allah SWT.

Berdirinya komunitas tersebut didasari oleh keinginan masyarakat yang ingin menyisihkan sebagian harta mereka untuk orang lain. Dengan kata lain jumlah donatur yang bersedia menyedekahkan hartanya semakin bertambah, berdasarkan data terakhir di tahun 2022 lalu, donatur yang tercatat dalam data yang dibuat oleh komunitas tercatat sebanyak 80 orang, dan kemungkinan untuk tahun 2023 jumlah donatur yang tercatat sudah bertambah. Dalam hal ini, Komunitas Pejuang Sedekah juga sudah menghitung jumlah dana yang diperoleh dari para donatur yang ikut andil dalam bersedekah, adapun besar dana yang diperoleh selama 1 tahun pada tahun 2022 yang berkisar sebesar Rp 48.000.000.,

Komunitas ini sangat disegani dikalangan masyarakat, terutama pada lembaga filantropi yang mendukung tindakan komunitas tersebut. Meskipun hal tersebut terlihat sepele, akan tetapi bagi para masyarakat yang membutuhkan bantuan dana dari lembaga maupun komunitas sosial tersebut sangatlah berarti. Dana yang diperoleh pun tidak diambil untung sendiri, melainkan didistribusikan kepada masyarakat yang membutuhkan, terutama masyarakat duafa, miskin, atau anak yatim piatu.

Tindakan komunitas ini berawal dari orang yang bersimpati kepada masyarakat miskin, kemudian diikuti oleh orang-orang yang

memiliki sedikit lebih harta. Seiring berjalannya waktu bertambahnya donatur-donatur yang tergugah hatinya untuk menyedekahkan sebagian hartanya kepada yang membutuhkan melalui komunitas tersebut. Dan terciptalah komunitas yang sudah cukup berkembang dikalangan masyarakat.

## 2. Visi dan Misi

- a) Mengenalkan kepada masyarakat tentang keutamaan berinfaq dan bersedekah
- b) Memberdakwah kepada masyarakat sigran dan pada khususnya lingkungan sekitar

## 3. Struktur Organisasi

Ketua : Galuh Nur Andesti

Bendahara : Eny Jumiwati

Sekretaris : Okta

Koordinator

- a) Tutut Setyo Palupi (Sedekah Jum'at)
- b) Surati (Infaq Subuh)
- c) Galuh Noor Andesti (Kajian Ummahat)

Pelaksana

- a) Otik Umayah (Bidang Infaq Subuh)
- b) Kristin Marcella (Bidang Infaq Subuh)
- c) Desi Riyanti (Bidang Infaq Subuh)

## B. Pengujian Dan Hasil Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan dan kelayakan setiap butir angket yang diajukan sehingga suatu variabel dapat diidentifikasi. Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu angket atau kuesioner adalah angka hasil korelasi antara skor angket dengan skor keseluruhan responden terhadap informasi dalam kuesioner.

Ukuran valid tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat dari output SPSS versi 24 berupa nilai item total statistik masing-masing bulir angket. Suatu bulir angket dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  dan  $df = n-2 = 100 - 2 = 98$  sebesar 0,199. Hasil output SPSS versi 24 yang diperoleh untuk uji validitas variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Tingkat Kepercayaan (X2) terhadap Minat (Y) Masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 4.1  
Hasil Uji Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

| Item Pertanyaan | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|-----------------|--------------|-------------|------------|
| X1.1            | 0,435        | 0,199       | Valid      |
| X1.2            | 0,671        | 0,199       | Valid      |
| X1.3            | 0,791        | 0,199       | Valid      |
| X1.4            | 0,784        | 0,199       | Valid      |



|       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|
| X1.5  | 0,743 | 0,199 | Valid |
| X1.6  | 0,785 | 0,199 | Valid |
| X1.7  | 0,681 | 0,199 | Valid |
| X1.8  | 0,537 | 0,199 | Valid |
| X1.9  | 0,603 | 0,199 | Valid |
| X1.10 | 0,649 | 0,199 | Valid |
| X1.11 | 0,728 | 0,199 | Valid |
| X1.12 | 0,645 | 0,199 | Valid |

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Dari tabel 4.5 bisa dilihat pada *Correct Item-Total Correlation* ( $r$  hitung), nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai  $r$  tabel sebesar 0,199, hasil analisis dapat dilihat bahwa seluruh item variabel X1 lebih besar dari  $r$  tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item variabel Independen X1 Valid.

Tabel 4.2

Hasil Uji Variabel Tingkat Kepercayaan (X2)

| Item Pertanyaan | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|-----------------|--------------|-------------|------------|
| X2.1            | 0,655        | 0,199       | Valid      |
| X2.2            | 0,742        | 0,199       | Valid      |
| X2.3            | 0,706        | 0,199       | Valid      |
| X2.4            | 0,667        | 0,199       | Valid      |
| X2.5            | 0,626        | 0,199       | Valid      |

|      |       |       |       |
|------|-------|-------|-------|
| X2.6 | 0,600 | 0,199 | Valid |
|------|-------|-------|-------|

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Dari tabel 4.6 bisa dilihat pada *Correct Item-Total Correlation* ( $r$  hitung), nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai  $r$  tabel sebesar 0,199, hasil analisis dapat dilihat bahwa seluruh item variabel X2 lebih besar dari  $r$  tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item variabel Independen X2 Valid.

Tabel 4.3  
Hasil Uji Variabel Minat (Y)

| Item Pertanyaan | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|-----------------|--------------|-------------|------------|
| Y1              | 0,714        | 0,199       | Valid      |
| Y2              | 0,689        | 0,199       | Valid      |
| Y3              | 0,729        | 0,199       | Valid      |
| Y4              | 0,669        | 0,199       | Valid      |
| Y5              | 0,730        | 0,199       | Valid      |
| Y6              | 0,685        | 0,199       | Valid      |

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Dari tabel 4.7 bisa dilihat pada *Correct Item-Total Correlation* ( $r$  hitung), nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai  $r$  tabel sebesar 0,199, hasil analisis dapat dilihat bahwa seluruh item variabel Y lebih besar dari  $r$  tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item variabel Independen Y Valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.

Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a) Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 – 0,20 berarti kurang reliabel
- b) Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 – 0,40 berarti agak reliabel
- c) Nilai *Alpha Cronbach* 0,42 – 0,60 berarti cukup reliabel
- d) Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 – 0,80 berarti reliabel
- e) Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 – 1,00 berarti sangat reliabel

Tabel 4.4  
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel                 | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>Standard</i> | Keterangan      |
|--------------------------|-------------------------|-----------------|-----------------|
| Kualitas Pelayanan (X1)  | 0,887                   | 0,60            | Sangat Reliabel |
| Tingkat Kepercayaan (X2) | 0,748                   | 0,60            | Reliabel        |
| Minat (Y)                | 0,795                   | 0,60            | Reliabel        |

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 uji reliabel di atas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,887 untuk variabel kualitas pelayanan (X1), nilai *Cronbach's Alpha* 0,748 untuk variabel tingkat kepercayaan (X2), dan *Cronbach's Alpha* 0,795 untuk variabel minat (Y) adalah reliabel. Reliabilitas suatu variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha *Cronbach's*  $> 0,61$  maka seluruh item dikatakan reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residu memiliki distribusi normal atau tidak. Data berdistribusi normal, jika nilai signifikansi  $> 0,05$ . Sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai signifikansi  $< 0,05$ . Berikut adalah hasil pengujian dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 4.5  
Hasil Uji Normalitas

| <b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b> |                | Unstandardized<br>Residual |
|---|----------------|----------------------------|
| N   |                | 100                        |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>          | Mean           | .0000000                   |
|   | Std. Deviation | 1.69902200                 |
| Most Extreme Differences                  | Absolute       | .059                       |
|   | Positive       | .039                       |
|   | Negative       | -.059                      |
| Test Statistic                            |                | .059                       |

|                        |                     |
|------------------------|---------------------|
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .200 <sup>c,d</sup> |
|------------------------|---------------------|

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

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 24, 2023

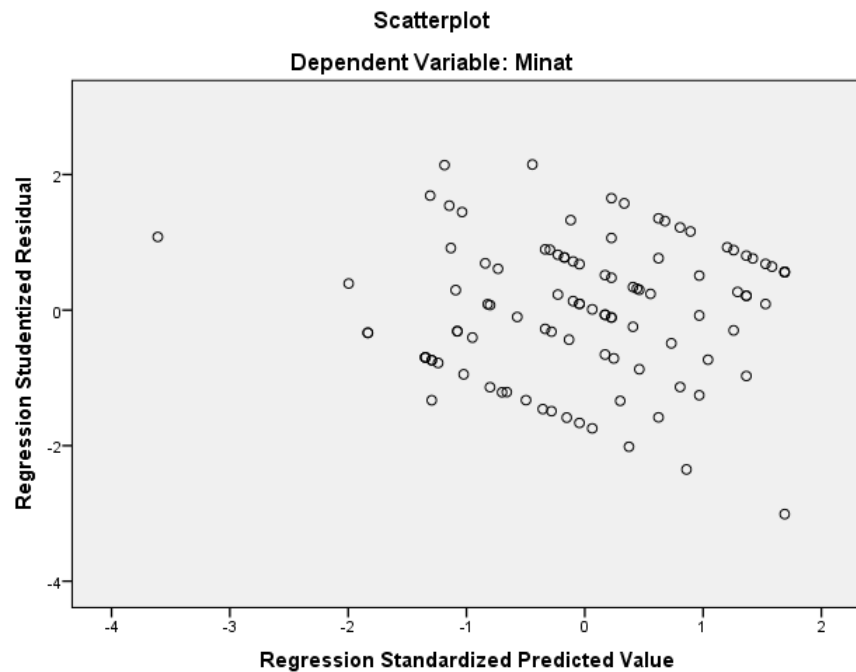
Dari hasil pengujian normalitas di atas nilai signifikansi pada Kolmogorov yaitu  $0,200 > 0,05$ , sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

Gambar 4.1  
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 24, 2023

Dari pola gambar *Scatterplot* model di atas, maka model tidak terdapat heteroskedastisitas karena penyebaran titik-titik tidak berpola, titik-titik data menyebar di sekitar angka 0 dan titik-titik data tidak hanya mengumpul di atas atau di bawah saja.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan korelasi yang signifikan antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) serta besaran korelasi antar variabel

independen. Adapun nilai VIF harus lebih kecil dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* lebih dari 0,1. Hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan SPSS versi 24 ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6  
Hasil Uji Multikolinearitas

| Model               | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      | Collinearity Statistics |       |
|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Tolerance               | VIF   |
|                     | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |                         |       |
| 1 (Constant)        | 9.676                       | 2.335      |                           | 4.144 | .000 |                         |       |
| Kualitas Pelayanan  | .069                        | .029       | .200                      | 2.340 | .021 | .900                    | 1.111 |
| Tingkat Kepercayaan | .508                        | .086       | .506                      | 5.919 | .000 | .900                    | 1.111 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 24, 2023

Dari tabel 4.9 pada bagian *Collinearity Statistics* untuk kedua variabel bebas menunjukkan angka VIF < 10 dan angka *tolerance* lebih dari 0, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas artinya tidak adanya hubungan antar variabel bebas.

#### 4. Analisis dan pembahasan regresi linear berganda

Hasil pengujian pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan) terhadap variabel dependen (minat) dengan menggunakan uji regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.7  
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

|       |                     | Coefficients <sup>a</sup> |            |              |       |      |
|-------|---------------------|---------------------------|------------|--------------|-------|------|
|       |                     | Unstandardized            |            | Standardized |       |      |
|       |                     | Coefficients              |            | Coefficients |       |      |
| Model |                     | B                         | Std. Error | Beta         | T     | Sig. |
| 1     | (Constant)          | 9.676                     | 2.335      |              | 4.144 | .000 |
|       | Kualitas Pelayanan  | .069                      | .029       | .200         | 2.340 | .021 |
|       | Tingkat Kepercayaan | .508                      | .086       | .506         | 5.919 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 24, 2023

Dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa  $\alpha$  (konstanta) sebesar 9,676 artinya kedua variabel yaitu kualitas pelayanan (X1) dan tingkat kepercayaan (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel minat (Y) sebesar 9,676. koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,069 dan koefisien regresi linier variabel tingkat kepercayaan (X2) sebesar 0,508. Dengan demikian model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 9,676 + 0,069 X_1 + 0,508 X_2 + e$$

Di mana:

Y = variabel dependen (minat)

X1 = variabel independent (kualitas pelayanan)

X2 = variabel independen (tingkat kepercayaan)

Dari persamaan regresi di atas, maka diperoleh hasil sebagai berikut:



- a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah

Hasil uji empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah menunjukkan nilai t hitung 2,335 dan p value (sig) sebesar 0,021 di bawah alpha 5%. Artinya bahwa artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah. Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel kualitas pelayanan menunjukkan angka sebesar 0,069, artinya bahwa besaran koefisien kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah 6,9%.

- b. Pengaruh tingkat kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah

Hasil uji empiris pengaruh tingkat kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah menunjukkan nilai t hitung 2,335 dan p value (sig) sebesar 0,000 di bawah alpha 5%. Artinya bahwa artinya tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah. Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel kualitas pelayanan menunjukkan angka sebesar 0,508, artinya bahwa besaran

koefisien tingkat kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam berinfag dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah 50,8%.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji t (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen (kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan) terhadap variabel dependen (minat). Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program aplikasi SPSS 24 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8  
Hasil Uji t Test

|       |                     | <b>Coefficients<sup>a</sup></b> |            |                           |       |      |
|-------|---------------------|---------------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                     | Unstandardized Coefficients     |            | Standardized Coefficients |       |      |
| Model |                     | B                               | Std. Error | Beta                      | T     | Sig. |
| 1     | (Constant)          | 9.676                           | 2.335      |                           | 4.144 | .000 |
|       | Kualitas Pelayanan  | .069                            | .029       | .200                      | 2.340 | .021 |
|       | Tingkat Kepercayaan | .508                            | .086       | .506                      | 5.919 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 24, 2023

#### 1) Uji t variabel kualitas pelayanan

Besarnya nilai t hitung variabel kualitas pelayanan adalah  $2,335 > t$  tabel (1,985) dan signifikan pada  $0,021 < 0,05$  hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam berinfag

dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah karena nilai signifikan di bawah 0,05.

2) Uji t variabel tingkat kepercayaan

Besarnya nilai t hitung variabel tingkat kepercayaan adalah  $2,335 > t$  tabel (1,985) dan signifikan pada  $0,000 < 0,05$  hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah karena nilai signifikan di bawah 0,05.

b. Uji F (Simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Hasil pengujian dengan menggunakan program aplikasi SPSS 24 dapat dilihat pada tabel berikut dengan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9  
Hasil Uji F Test

|       |            | ANOVA <sup>a</sup> |    |             |        |                   |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model |            | Sum of Squares     | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1     | Regression | 161.219            | 2  | 80.610      | 27.361 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 285.781            | 97 | 2.946       |        |                   |
|       | Total      | 447.000            | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan  
 Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 24, 2023

Dari tabel 4.13 di atas dapat diketahui bahwa dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 27,361 dan signifikan pada  $0,000 < \alpha = 0.05$  maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil analisis koefisien determinasi terhadap Komunitas Pejuang Sedekah:

Tabel 4.10  
 Hasil Uji Koefisien Determinasi

| <b>Model Summary<sup>b</sup></b> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                            | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                                | .601 <sup>a</sup> | .361     | .347              | 1.716                      |

a. Predictors: (Constant), Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 24, 2023

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa R Square sebesar 0,361 artinya 36,1% yang berarti bahwa pengaruh variabel independen yakni kualitas pelayanan (X1) dan tingkat kepercayaan

(X2) terhadap variabel dependen yakni minat (Y) sebesar 36,1% sementara sisanya 63,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar variabel yang diteliti.

### **C. Pembahasan Hasil Analisis**

Pembahasan dalam penelitian ini menguraikan pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah Kecamatan Gatak.

#### **1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah**

Kualitas pelayanan merupakan suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan terbaik pada konsumen dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja karyawan baik internal maupun eksternal. Dengan memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen dapat memberikan kepuasan kepada konsumen itu sendiri.

Dari hasil regresi yang diperoleh nilai koefisien regresi untuk kualitas pelayanan sebesar 0,069, selain itu memiliki t hitung  $2,335 > t$  tabel (1,985) dan signifikan pada  $0,021 < 0,05$ , sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk berinfaq dan bersedekah. Hal ini

berarti semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat masyarakat untuk infaq dan sedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.

Hal ini sesuai dengan teori Wyckop yang berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>2</sup> Ketika pelayanan yang diterima memenuhi keinginan masyarakat maka akan mempengaruhi minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 100 responden yang tercatat di Komunitas Pejuang Sedekah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.

## 2. Pengaruh tingkat kepercayaan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah

Tingkat kepercayaan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dan dipertahankan oleh sebuah lembaga filantropi. Semakin masyarakat percaya terhadap lembaga filantropi, maka masyarakat akan semakin menunjukkan minat untuk infaq dan sedekah di lembaga filantropi. Secara empiris dilapangan, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Komunitas Pejuang Sedekah relatif tinggi,

---

<sup>84</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations ...*, hlm. 281.

sehingga minat masyarakat untuk membayar di Komunitas Pejuang Sedekah meningkat.

Dari hasil regresi yang diperoleh nilai koefisien regresi untuk tingkat kepercayaan sebesar 0,508, selain itu memiliki t hitung  $2,335 > t$  tabel (1,985) dan signifikan pada  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat dikatakan bahwa ttingkat kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk berinfaq dan bersedekah.

Hal ini sesuai dengan teori Dwyer dan Oh yang berpendapat bahwa mempercayai adalah keinginan untuk mencapai tujuan yang berlangsung dalam jangka panjang.<sup>3</sup> Kepercayaan akan meningkat apabila informasi yang diterima dinilai akurat, relevan dan lengkap. Kepercayaan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya dengan baik sesuai yang diharapkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 100 responden yang tercatat di Komunitas Pejuang Sedekah terdapat pengaruh yang signifikan tingkat kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah

---

<sup>3</sup> Gaseenheimer, J.B. and Manolis, Chris, "The Influence ...", hlm. 435.

Dalam penelitian ini hasil analisis regresi linear berganda yang terdapat dalam tabel diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan R Square adalah 0,361 atau 36,1%. Artinya sebesar 36,1% menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah. Sedangkan untuk sisanya sebesar 63,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Berdasarkan hasil uji F, nilai F hitung sebesar 27,361 sedangkan nilai F tabel sebesar 27,361 sedangkan nilai F tabel sebesar 3,09 maka dapat diketahui  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan Tho'in yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan lebih menitik beratkan pada kepuasan konsumen,<sup>4</sup> Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka dari itu, dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik maka akan mendorong minat masyarakat untuk berinfaq dan bersedekah. Selain itu juga dengan variabel kualitas pelayanan terhadap minat membuat variabel

---

<sup>4</sup> Muhammad Tho'in, "Pengaruh Faktor-faktor ..., hlm. 73.



tingkat kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah, di mana tingkat kepercayaan suatu masyarakat merupakan salah satu faktor yang penting yang dapat memengaruhi minat masyarakat untuk berinfaq dan bersedekah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah. Dengan nilai t hitung 2,335 dan signifikan pada  $0,021 < 0,05$ , artinya hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat minat masyarakat untuk berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.
2. Variabel tingkat kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah. Dengan nilai t hitung 2,335 dan signifikan pada  $0,000 < 0,05$ , artinya hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan mempengaruhi minat masyarakat untuk berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.
3. Variabel kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah. Dengan nilai F hitung 27,361 dan

signifikansi pada  $0,000 < 0,05$ , yang berarti kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Komunitas Pejuang kepercayaan masyarakat terhadap Komunitas Pejuang Sedekah sekiranya perlu dipertahankan sehingga masyarakat tetap berkomitmen untuk berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah. Selain itu sebaiknya kualitas pelayanan lebih ditambahkan lagi seperti halnya keamanan data para donatur untuk lebih ditingkatkan lagi dalam hal keamanan dokumen misalnya untuk menyalin data para donatur dalam bentuk *file document*. Dan untuk lokasi akan lebih baik untuk ditingkatkan lagi seperti membuat kantor khusus supaya pengurus maupun masyarakat maupun calon donatur yang ingin berinfaq dan bersedekah secara langsung dapat mengetahui lokasi komunitas tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk lebih memperluas lagi variabel-variabel yang mempengaruhi minat masyarakat dengan lebih banyak dan bervariasi yang sesuai dengan situasi, kondisi, budaya, faktor ekonomi, dan agama pada obyek penelitian yang bersangkutan.

3. Bagi akademik penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang berbeda sehingga dapat memperkaya khasanah kajian ekonomi Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Arifin, Zainul. *Memahami Bank Syariah Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*, (Jakarta: Alvabeth, 2000)

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Renika Cipta, 2006)

Brannen, Julia. *Memadu Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Ofset, 2005)

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Public Ilmu-Ilmu Social Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005)

Dalimunthe, Reza Pahlevi. *100 Kesalahan Dalam Sedekah* (Jakarta: Qultum Media, 2010)

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Cetakan IV*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005)

Hasibuan, Malayu S.P. *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011)

Hikmawati, Fenti. *Metodologi Penelitian*, Cetakan ke-4(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2020)

Indriantoro, Nur dan Bambang Supono, *Metode Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, Buku 2 (Jakarta: Salemba Empat, 2004)

Kementrian Agama RI, *Al Qur'an Tajwid Kode, Transliterasi Per Kata, Terjemah Per Kata*, (Bekasi: Yayasan Penyelenggara Penafsir Al Qur'an, 2013)

Kuncoro, Mudrajat. 2001. *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis Ekonomi*, (Yogyakarta: UPPSTIM YKPN. 2007)

M. Nazir, *Metodologi Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)

M.Moeliono, Anton. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Cetakan ke-3 (Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, dan Balai Pustaka, 1990)

Martono, Nanag. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014)

Nasrun, Haroen. *Fiqih Muamalah* (Jakarta: PT. Gaya Media Pratama, 2000)

Pemerintah Indonesia. Undang-Undang (UU) Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat. LL Sekretariat Negara No.5587. Jakarta

Priyanto, Duwi. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2014)

Qadim, Zallum Abdul. *Al Amwal Fi Dawatil Khilafah*, cetakan 1 (Beirut: Darul Ilmi Lil Malayin. 1983)

Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016)

Saleh, Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004)

Shaleh, Abdurrahman. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004)

Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008)

Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (mixed medhods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016)

Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan ke-26 (Bandung: Alfabeta, 2015)

Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustaka, 2009)

Umar, Husein. *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003)

Umar, Husen. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005)

Wibowo, *Manajemen Perubahan*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2006)

W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 1989)

Zulkifli. *Panduan Praktis Memahami Zakat, Infaq, Shodaqah, Wakaf Dan Pajak*, cetakan 1 (Yogyakarta: Kalimedia. 2020)

## **Jurnal**

Adji, Jennifer dan Hatane Samuel, “Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) di Starbucks The Squere Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2 No. 1 (2014)

Aminudin, Muhammad Zumar dan Lila Pangestu Hadiningrum “Pengelolaan ZIS Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Dan Penganggulan Kemiskinan”, *Jurnal Zakat dan Wakaf*, Vol.6, Nomor 1, (2019)

Aningsih, Indri. “Pengaruh Pendapatan, Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat Maal LAZ-UQ Jombang”. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.2, Nomor 3, (2019)

Darsono, L.I dan Dharmmesta, B.S., “Kontribusi Involvement dan Thrust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, No 3, Vol 20, (2005)

Dwyer, R. F., Schurr, P. H., & Oh, S,”Output Sector Munificence Effect On The Internal Political Economy Of Marketing Channels”, *Journal of Marketing Research*, No. 24, (2000)

Fasochah, “Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel Mediasi (Studi Pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal)”, *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, No. 13, (2013)

Maliyah, Siti. “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan (Trust) dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Henan Putihrai Asset Management”, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol.1 No.1 (Maret 2015)

McKnight et al, “Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology”, *Information Systems Research*, No. 3, Vol. 13, (September, 2002)

Meida, Faradilah dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19” *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, No. 2, Vol. 5 (2022)

Rahmawati dan Pangestu, “Efektivitas Pendayagunaan Dana Sedekah Produktif Untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Duafa” *Jurnal Syarikah*, No 1, Vol 8, (2022)

Sutomo, Mukhamad Najib, dan Setiadi Djohar “Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki (Studi Kasus LAZ PKPU Yogyakarta)”, *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, Vol.3, Nomor 1, (2016)

Sutomo, Mukhamad Najib, dan Setiadi Djohar, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki”, *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, No. 1, Vol. 3, (2016)

Tho'in, Muhammad. "Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali", *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah STAIN Salatiga*, Vol. 2 (2011)

### **Skripsi dan Tesis**

Harlan, Pandu Andre. "Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bess Finance" *Skripsi*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2014)

Mandasari, Kartika. "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih jasa perhotelan: studi kasus pada hotel GRASIA Semarang", *Skripsi tidak diterbitkan*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011)

Nur'aini, Hanifah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi di Pada Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Cabang Yogyakarta" *Skripsi*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015)

Nurhasanah, "Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di LAZ Yayasan Insan Madani Jambi" *Skripsi*, (Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2019)

Nurkhasanah, Evi "Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Anggota Untuk Menabung Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek" *Skripsi*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2018)

Rakasiwi, Eddo. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada BMT Perkasa Semarang)" *Skripsi*, (Semarang: Universitas Dian Nuswantoro)

Rendi, Ahmad. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga Terhadap Minat Masyarakat Berinfaq di LAZNAS DPU DT Cabang Palembang" *Skripsi*, (Palembang: UIN Raden Fatah, 2017)

Ridho, Naulul. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Transparansi dan Citra Lembaga Terhadap Keputusan Masyarakat Membayar Zakat, Infak, Sedekah di LAZISNU Kota Pekalongan" *Skripsi*, (Pekalongan: IAIN Pekalongan, 2020)

Rouf, M. Abdul. "Pengelolaan Dana Zakat Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Rumah Zakat Cabang Semarang" *Skripsi*, (Semarang: IAIN Walisonggo, 2011)

Rusdianto, Patra "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Pada Lambada Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa", *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2016)



Sherren dan Hartiwi Prabowo, “Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Dampaknya Pada Retensi Pelanggan JNE Pangkalpinang”. *Thesis Binus Jakarta*. (2012)

Sidiq, Hanwar Ahmad. “Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Kepercayaan, Tingkat Religiusitas, Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Lembaga Zakat Di Universitas Muhammadiyah Surakarta” *Skripsi*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015)

### Internet

Aziz, Khikam. “Apa itu Zakat, dan Apa pula Perbedaannya dengan Infak, dan Sedekah?” <https://purbalingga.kemenag.go.id/apa-itu-zakat-dan-apa-pula-perbedaannya-dengan-infak-dan-sedekah/> (diakses pada tanggal 30 Oktober 2022, Pukul 13.10 WIB)

Daryono, Adhi Muhammad. “Perbedaan Zakat, Infaq dan Sedekah yang Wajib Kamu Ketahui” <https://alamisharia.co.id/blogs/perbedaan-zakat-dan-infak-sedekah/?amp> (diakses pada tanggal 30 Oktober 2022, Pukul 11.25 WIB)

Hutomo, Dimas. “Pengelolaan Zakat, Infaq , dan Sedekah oleh BAZNAS” [.Pengelolaan Zakat, Infak dan Sedekah oleh BAZNAS - Klinik Hukumonline](https://www.klinikhukumonline.com/pengelolaan-zakat-infak-dan-sedekah-oleh-baznas) (diakses pada tanggal 7 Februari 2023, Pukul 14.00 WIB)

Kurniawan, Andre. “Memahami Perbedaan Infaq dan Sedekah, Amalan Penting Untuk Kesejahteraan Umat” <https://m.merdeka.com/jabar/memahami-perbedaan-infaq-dan-sedekah-amalan-penting-untuk-kesejahteraan-umat-kln.html?page=3>, (diakses pada tanggal 16 Oktober 2022, Pukul 19.00)

Mushlihin, “Pengertian Sedekah Menurut Ulama” <https://www.referensimakalah.com/2012/12/pengertian-sedekah-menurut-ulama.html?m=1> (diakses pada tanggal 3 Desember 2022, Pukul 10.12 WIB)

Nanda, “Kualitas Pelayanan Adalah: Tujuan, Fungsi, dan Cara Mengukur” <https://komerce.id/blog/kualitas-pelayanan-adalah/> (diakses pada tanggal 25 Oktober 2022, Pukul 19.35 WIB)

Riskita, Amelia. “Apa Perbedaan Infaq dan Sedekah?” <https://www-orami-co-id.cdn.ampproject.org/v/s/www.orami.co.id/magazine/amp/perbedaan-infak-dan-sedekah?>, (diakses pada tanggal 16 Oktober 2022, Pukul 18.30 WIB).

Roqib, Abdul. “4 Jenis Infak Dalam Islam Yang Wajib di Ketahui” <https://yatimmandiri.org/blog/berbagi/jenis-infak/> (diakses pada tanggal 30 Oktober 2022, Pukul 11.50 WIB)

Septia, Umi. “3 Sedekah Yang Paling Utama di Sisi Allah, Apa Saja? Ketahui” <https://www.liputan6.com/islami/read/2963481/3-sedekah-yang-paling->

[utama-di-sisi-allah-apa-saja](#) (diakses pada tanggal 30 Oktober 2022, Pukul 12.20 WIB)

Widianingrum, Ira Fitriani. “*Jumlah Penduduk Per Kecamatan Semester 1 Tahun 2022*” <https://dispendukcapil.sukoharjokab.go.id/submenu/jumlah-penduduk-per-kecamatan-semester-1-tahun-2022> (diakses pada tanggal 12 Mei 2023, Pukul 08.36 WIB).

### **Wawancara**

Andesti, Galuh Noor Selaku Ketua Komunitas Pejuang Sedekah, *Wawancara Pribadi*, Pada tanggal 13 Oktober 2022, pukul 10.00 WIB.

Surati, Selaku Koordinator Bagian Pelaksana Komunitas Pejuang Sedekah, *Wawancara Pribadi*, Pada tanggal 14 Oktober 2022, pukul 10.00 WIB.



## Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian

### KUISISIONER PENELITIAN

#### A. Identitas Responden

Nama :  
 Alamat :  
 Usia :  
 Pekerjaan :  
 Pendidikan Terakhir :  
 Jenis Kelamin :

#### B. Petunjuk Pengisian

Kami telah menyediakan pernyataan berikut ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Sdri dengan cara memberi tanda (V) pada salah satu kolom dari lima pilihan kotak yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:

- Sangat Setuju (SS)
- Setuju (S)
- Kurang Setuju (KS)
- Tidak Setuju (TS)
- Sangat Tidak Setuju (STS)

##### 1. Kualitas Pelayanan

| No | Pernyataan  | SS | S | KS | TS | STS |
|----|---|----|---|----|----|-----|
|    |   | 5  | 4 | 3  | 2  | 1   |
| 1. | Peralatan dan perlengkapan layanan yang digunakan memadai           |    |   |    |    |     |
| 2. | Penampilan dari pengelola Komunitas Pejuang Sedekah rapi dan bersih |    |   |    |    |     |
| 3. | Pelayanan dari pengelola Komunitas Pejuang Sedekah cepat dan akurat |    |   |    |    |     |

|     |   |  |  |  |  |  |
|-----|---|--|--|--|--|--|
| 4.  | Pengelola Komunitas Pejuang Sedekah selalu cepat tanggap dalam mengatasi keluhan masyarakat                                 |  |  |  |  |  |
| 5.  | pengelola Komunitas Pejuang Sedekah selalu tepat waktu dalam memberikan pelayanan   |  |  |  |  |  |
| 6.  | Pengelola Komunitas Pejuang Sedekah memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat dengan jelas, tepat dan dapat dipercaya |  |  |  |  |  |
| 7.  | Pihak Komunitas Pejuang Sedekah secara cepat dalam mengatasi setiap masalah yang timbul                                     |  |  |  |  |  |
| 8.  | Komunitas Pejuang Sedekah memberikan jaminan keamanan dalam pelayanan   |  |  |  |  |  |
| 9.  | Komunitas Pejuang Sedekah memberikan jaminan pelayanan yang dapat dipercaya   |  |  |  |  |  |
| 10. | Pengelola Komunitas Pejuang Sedekah memahami kebutuhan masyarakat   |  |  |  |  |  |
| 11. | Penegelola Komunitas Pejuang Sedekah selalu siap membantu apabila masyarakat mengalami kesulitan                            |  |  |  |  |  |
| 12. | Pengelola Komunitas Pejuang Sedekah bersedia memberikan pelayanan yang lebih lama bila dibutuhkan masyarakat                |  |  |  |  |  |

## 2. Tingkat Kepercayaan

| No | Pernyataan   | SS | S | TS | KS | STS |
|----|--|----|---|----|----|-----|
|    |  | 5  | 4 | 3  | 2  | 1   |
| 1. | Saya yakin bahwa dana infaq dan sedekah yang saya berikan akan diberikan kepada orang yang membutuhkan |    |   |    |    |     |

|    |   |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 2. | Saya percaya bahwa Komunitas Pejuang Sedekah merupakan komunitas yang Amanah kepada masyarakat                      |  |  |  |  |  |
| 3. | Saya percaya bahwa Komunitas Pejuang Sedekah melayani masyarakat dengan baik  |  |  |  |  |  |
| 4. | Saya percaya pihak peneglola di Komunitas Pejuang Sedekah selalu transparansi dalam penyaluran infaq dan sedekahnya |  |  |  |  |  |
| 5. | Komunitas Pejuang Sedekah selalu jujur dalam segala informasi/berita kepada masyarakat                              |  |  |  |  |  |
| 6. | Saya percaya Komunitas Pejuang Sedekah bertanggungjawab terhadap setiap layanan yang disediakan                     |  |  |  |  |  |

### 3. Minat

| No | Pernyataan   | SS | S | TS | KS | STS |
|----|--|----|---|----|----|-----|
|    |  | 5  | 4 | 3  | 2  | 1   |
| 1. | Saya berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah karena kemudahan berdonasinya                |    |   |    |    |     |
| 2. | Saya berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah karena keinginan saya sendiri                |    |   |    |    |     |
| 3. | Saya berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah karena ingin membantu orang yang membutuhkan |    |   |    |    |     |
| 4. | Saya berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah karena ingin menjalankan perintah Allah SWT  |    |   |    |    |     |
| 5. | Saya ingin secara rutin berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah                           |    |   |    |    |     |
| 6. | Saya yakin berinfaq dan bersedekah di Komunitas Pejuang Sedekah karena pengelolaannya baik             |    |   |    |    |     |



|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 40 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 41 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 54 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 |
| 43 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 54 |
| 44 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 57 |
| 45 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 53 |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 53 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 57 |
| 48 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 52 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 50 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 54 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 |
| 52 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 50 |
| 53 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 54 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 52 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 49 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 49 |
| 59 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 52 |
| 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 61 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 54 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 64 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 57 |
| 65 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 55 |
| 66 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 51 |
| 67 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 52 |
| 68 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 55 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 70 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 51 |
| 71 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 72 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 73 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 52 |
| 74 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 54 |
| 75 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 57 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 49 |
| 77 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 49 |
| 78 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 52 |
| 79 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 56 |
| 80 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 55 |



|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 81  | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 54 |
| 82  | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 55 |
| 83  | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 51 |
| 84  | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 |
| 85  | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 53 |
| 86  | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 56 |
| 87  | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 55 |
| 88  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 53 |
| 89  | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 54 |
| 90  | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 54 |
| 91  | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 55 |
| 92  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 49 |
| 93  | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 54 |
| 94  | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 52 |
| 95  | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 54 |
| 96  | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 55 |
| 97  | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 51 |
| 98  | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 51 |
| 99  | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 55 |
| 100 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 55 |

| Hasil Responden X2 TINGKAT KEPERCAYAAN |      |      |      |      |      |      |       |
|--|------|------|------|------|------|------|-------|
| NO                                     | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | TOTAL |
| 1                                      | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30    |
| 2                                      | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 26    |
| 3                                      | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 24    |
| 4                                      | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30    |
| 5                                      | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 28    |
| 6                                      | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 24    |
| 7                                      | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 29    |
| 8                                      | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 29    |
| 9                                      | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30    |
| 10                                     | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 26    |
| 11                                     | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 24    |
| 12                                     | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 26    |
| 13                                     | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 24    |
| 14                                     | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 26    |
| 15                                     | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30    |
| 16                                     | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30    |
| 17                                     | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 25    |
| 18                                     | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 29    |

|           |   |   |   |   |   |   |    |
|-----------|---|---|---|---|---|---|----|
| <b>19</b> | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| <b>20</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>21</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>22</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>23</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| <b>24</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>25</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| <b>26</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>27</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| <b>28</b> | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| <b>29</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| <b>30</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| <b>31</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| <b>32</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| <b>33</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>34</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| <b>35</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>36</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>37</b> | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| <b>38</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| <b>39</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| <b>40</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| <b>41</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| <b>42</b> | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| <b>43</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| <b>44</b> | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| <b>45</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>46</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>47</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>48</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>49</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>50</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| <b>51</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28 |
| <b>52</b> | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| <b>53</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>54</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| <b>55</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| <b>56</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| <b>57</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>58</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>59</b> | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| <b>60</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |

|            |   |   |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|---|---|----|
| <b>61</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>62</b>  | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| <b>63</b>  | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| <b>64</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>65</b>  | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| <b>66</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>67</b>  | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| <b>68</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>69</b>  | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| <b>70</b>  | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| <b>71</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| <b>72</b>  | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| <b>73</b>  | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| <b>74</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>75</b>  | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| <b>76</b>  | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| <b>77</b>  | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| <b>78</b>  | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| <b>79</b>  | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| <b>80</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| <b>81</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>82</b>  | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| <b>83</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>84</b>  | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| <b>85</b>  | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| <b>86</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| <b>87</b>  | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| <b>88</b>  | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| <b>89</b>  | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| <b>90</b>  | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| <b>91</b>  | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| <b>92</b>  | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| <b>93</b>  | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| <b>94</b>  | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| <b>95</b>  | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| <b>96</b>  | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| <b>97</b>  | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| <b>98</b>  | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| <b>99</b>  | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| <b>100</b> | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |

|                                |
|--------------------------------|
| <b>HASIL RESPONDEN Y MINAT</b> |
|--------------------------------|

| <b>NO</b> | <b>Y1</b> | <b>Y2</b> | <b>Y3</b> | <b>Y4</b> | <b>Y5</b> | <b>Y6</b> | <b>TOTAL</b> |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------|
| 1         | 5         | 5         | 4         | 4         | 4         | 5         | 27           |
| 2         | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 30           |
| 3         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 4         | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 30           |
| 5         | 4         | 4         | 5         | 5         | 4         | 4         | 26           |
| 6         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 7         | 5         | 4         | 5         | 5         | 5         | 4         | 28           |
| 8         | 5         | 4         | 5         | 5         | 5         | 5         | 29           |
| 9         | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 30           |
| 10        | 4         | 4         | 5         | 5         | 4         | 4         | 26           |
| 11        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 12        | 4         | 4         | 5         | 5         | 4         | 4         | 26           |
| 13        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 14        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 15        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 16        | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 30           |
| 17        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 18        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 19        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 20        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 21        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 22        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 23        | 5         | 4         | 4         | 5         | 4         | 4         | 26           |
| 24        | 4         | 4         | 4         | 5         | 4         | 4         | 25           |
| 25        | 4         | 5         | 5         | 5         | 5         | 4         | 28           |
| 26        | 5         | 5         | 5         | 5         | 4         | 4         | 28           |
| 27        | 4         | 4         | 5         | 5         | 4         | 4         | 26           |
| 28        | 5         | 5         | 5         | 5         | 4         | 4         | 28           |
| 29        | 4         | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 29           |
| 30        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 31        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 32        | 4         | 4         | 5         | 5         | 4         | 5         | 27           |
| 33        | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 4         | 29           |
| 34        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 35        | 5         | 5         | 5         | 5         | 4         | 4         | 28           |
| 36        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 37        | 5         | 5         | 4         | 4         | 5         | 4         | 27           |
| 38        | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 30           |
| 39        | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         | 24           |
| 40        | 4         | 4         | 4         | 4         | 5         | 5         | 26           |
| 41        | 4         | 4         | 4         | 5         | 5         | 5         | 27           |

|    |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 42 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 43 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 44 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 48 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 50 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 52 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 57 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 23 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 59 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 63 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 64 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 65 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 66 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 68 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 69 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 71 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 72 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 73 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 74 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 75 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 76 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 78 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 80 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 81 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 82 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 83 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |

|            |   |   |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|---|---|----|
| <b>84</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>85</b>  | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| <b>86</b>  | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| <b>87</b>  | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| <b>88</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>89</b>  | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| <b>90</b>  | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| <b>91</b>  | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| <b>92</b>  | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| <b>93</b>  | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| <b>94</b>  | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| <b>95</b>  | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| <b>96</b>  | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| <b>97</b>  | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| <b>98</b>  | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| <b>99</b>  | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| <b>100</b> | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |



|           |                     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-----------|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| X1.7      | Pearson Correlation | .271* | .340* | .475* | .619* | .458* | .563* | 1     | .411* | .234* | .333* | .373* | .288* | .681* |
|           | Sig. (2-tailed)     | .006  | .001  | .000  | .000  | .000  | .000  |       | .000  | .019  | .001  | .000  | .004  | .000  |
|           | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| X1.8      | Pearson Correlation | .235* | .326* | .375* | .352* | .305* | .466* | .411* | 1     | .289* | .142  | .299* | .202* | .537* |
|           | Sig. (2-tailed)     | .018  | .001  | .000  | .000  | .002  | .000  | .000  |       | .003  | .160  | .003  | .044  | .000  |
|           | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| X1.9      | Pearson Correlation | .236* | .384* | .436* | .300* | .406* | .467* | .234* | .289* | 1     | .470* | .470* | .373* | .603* |
|           | Sig. (2-tailed)     | .018  | .000  | .000  | .002  | .000  | .000  | .019  | .003  |       | .000  | .000  | .000  | .000  |
|           | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| X1.10     | Pearson Correlation | .148  | .361* | .455* | .444* | .337* | .466* | .333* | .142  | .470* | 1     | .691* | .481* | .649* |
|           | Sig. (2-tailed)     | .141  | .000  | .000  | .000  | .001  | .000  | .001  | .160  | .000  |       | .000  | .000  | .000  |
|           | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| X1.11     | Pearson Correlation | .105  | .340* | .483* | .472* | .512* | .535* | .373* | .299* | .470* | .691* | 1     | .644* | .728* |
|           | Sig. (2-tailed)     | .297  | .001  | .000  | .000  | .000  | .000  | .000  | .003  | .000  | .000  |       | .000  | .000  |
|           | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| X1.12     | Pearson Correlation | .161  | .376* | .457* | .350* | .484* | .382* | .288* | .202* | .373* | .481* | .644* | 1     | .645* |
|           | Sig. (2-tailed)     | .110  | .000  | .000  | .000  | .000  | .000  | .004  | .044  | .000  | .000  | .000  |       | .000  |
|           | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| TO TA LX1 | Pearson Correlation | .435* | .671* | .791* | .784* | .743* | .785* | .681* | .537* | .603* | .649* | .728* | .645* | 1     |
|           | Sig. (2-tailed)     | .000  | .000  | .000  | .000  | .000  | .000  | .000  | .000  | .000  | .000  | .000  | .000  |       |
|           | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |

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

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



## Correlations

|      |                 | X2.1   | X2.2   | X2.3   | X2.4   | X2.5   | X2.6   | TOTAL<br>X2 |
|------|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------|
| X2.1 | Pearson         | 1      | .517** | .280** | .249*  | .181   | .265** | .655**      |
|      | Correlation     |        |        |        |        |        |        |             |
|      | Sig. (2-tailed) |        | .000   | .005   | .013   | .072   | .008   | .000        |
|      | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X2.2 | Pearson         | .517** | 1      | .503** | .363** | .216*  | .308** | .742**      |
|      | Correlation     |        |        |        |        |        |        |             |
|      | Sig. (2-tailed) | .000   |        | .000   | .000   | .031   | .002   | .000        |
|      | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X2.3 | Pearson         | .280** | .503** | 1      | .414** | .403** | .270** | .706**      |
|      | Correlation     |        |        |        |        |        |        |             |
|      | Sig. (2-tailed) | .005   | .000   |        | .000   | .000   | .007   | .000        |
|      | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X2.4 | Pearson         | .249*  | .363** | .414** | 1      | .441** | .256*  | .667**      |
|      | Correlation     |        |        |        |        |        |        |             |
|      | Sig. (2-tailed) | .013   | .000   | .000   |        | .000   | .010   | .000        |
|      | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X2.5 | Pearson         | .181   | .216*  | .403** | .441** | 1      | .341** | .626**      |
|      | Correlation     |        |        |        |        |        |        |             |
|      | Sig. (2-tailed) | .072   | .031   | .000   | .000   |        | .001   | .000        |
|      | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X2.6 | Pearson         | .265** | .308** | .270** | .256*  | .341** | 1      | .600**      |
|      | Correlation     |        |        |        |        |        |        |             |
|      | Sig. (2-tailed) | .008   | .002   | .007   | .010   | .001   |        | .000        |
|      | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| TOT  | Pearson         | .655** | .742** | .706** | .667** | .626** | .600** | 1           |
| ALX2 | Correlation     |        |        |        |        |        |        |             |
|      | Sig. (2-tailed) | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |             |
|      | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |

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

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

## Correlations

|     |                 | Y1     | Y2     | Y3     | Y4     | Y5     | Y6     | TOTAL<br>Y |
|-----|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|
| Y1  | Pearson         | 1      | .496** | .365** | .288** | .485** | .368** | .714**     |
|     | Correlation     |        |        |        |        |        |        |            |
|     | Sig. (2-tailed) |        | .000   | .000   | .004   | .000   | .000   | .000       |
|     | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100        |
| Y2  | Pearson         | .496** | 1      | .359** | .299** | .353** | .398** | .689**     |
|     | Correlation     |        |        |        |        |        |        |            |
|     | Sig. (2-tailed) | .000   |        | .000   | .003   | .000   | .000   | .000       |
|     | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100        |
| Y3  | Pearson         | .365** | .359** | 1      | .593** | .411** | .342** | .729**     |
|     | Correlation     |        |        |        |        |        |        |            |
|     | Sig. (2-tailed) | .000   | .000   |        | .000   | .000   | .000   | .000       |
|     | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100        |
| Y4  | Pearson         | .288** | .299** | .593** | 1      | .370** | .301** | .669**     |
|     | Correlation     |        |        |        |        |        |        |            |
|     | Sig. (2-tailed) | .004   | .003   | .000   |        | .000   | .002   | .000       |
|     | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100        |
| Y5  | Pearson         | .485** | .353** | .411** | .370** | 1      | .466** | .730**     |
|     | Correlation     |        |        |        |        |        |        |            |
|     | Sig. (2-tailed) | .000   | .000   | .000   | .000   |        | .000   | .000       |
|     | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100        |
| Y6  | Pearson         | .368** | .398** | .342** | .301** | .466** | 1      | .685**     |
|     | Correlation     |        |        |        |        |        |        |            |
|     | Sig. (2-tailed) | .000   | .000   | .000   | .002   | .000   |        | .000       |
|     | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100        |
| TOT | Pearson         | .714** | .689** | .729** | .669** | .730** | .685** | 1          |
| ALY | Correlation     |        |        |        |        |        |        |            |
|     | Sig. (2-tailed) | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |            |
|     | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100        |

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

## Hasil Uji Reliabilitas

### Kualitas Pelayanan

#### Case Processing Summary

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | .0    |
|       | Total                 | 100 | 100.0 |

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

#### Reliability Statistics

| Cronbach's | N of Items |
|------------|------------|
| Alpha      |            |
| .887       | 12         |

### Tingkat Kepercayaan

#### Case Processing Summary

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | .0    |
|       | Total                 | 100 | 100.0 |

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

#### Reliability Statistics

| Cronbach's | N of Items |
|------------|------------|
| Alpha      |            |
| .748       | 6          |

### Minat

#### Case Processing Summary

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | .0    |
|       | Total                 | 100 | 100.0 |

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

#### Reliability Statistics

| Cronbach's | N of Items |
|------------|------------|
| Alpha      |            |
| .795       | 6          |

## Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik

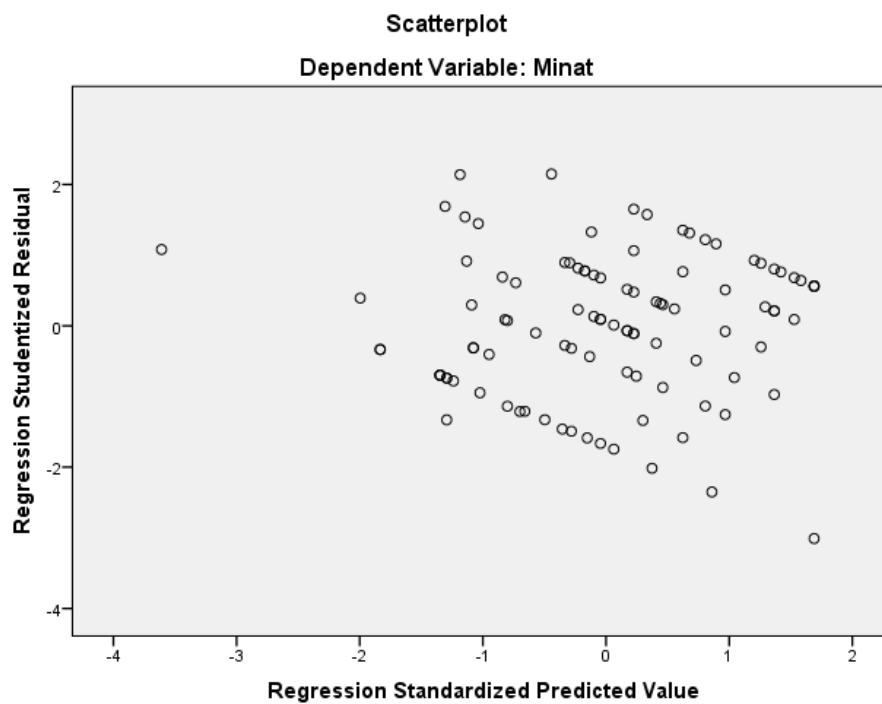
### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Unstandardized<br>Residual |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|
| N                                |                | 100                        |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                   |
|                                  | Std. Deviation | 1.69902200                 |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .059                       |
|                                  | Positive       | .039                       |
|                                  | Negative       | -.059                      |
| Test Statistic                   |                | .059                       |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup>        |

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

### Uji Heterokedastisitas



## Uji Multikolinearitas

| Model               | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      | Collinearity Statistics |       |
|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Tolerance               | VIF   |
|                     | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |                         |       |
| 1 (Constant)        | 9.676                       | 2.335      |                           | 4.144 | .000 |                         |       |
| Kualitas Pelayanan  | .069                        | .029       | .200                      | 2.340 | .021 | .900                    | 1.111 |
| Tingkat Kepercayaan | .508                        | .086       | .506                      | 5.919 | .000 | .900                    | 1.111 |

a. Dependent Variable: Minat

### Lampiran 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

|       |                     | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |
|-------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      |
| Model |                     | B                           | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |
| 1     | (Constant)          | 9.676                       | 2.335      |                           | 4.144 | .000 |
|       | Kualitas Pelayanan  | .069                        | .029       | .200                      | 2.340 | .021 |
|       | Tingkat Kepercayaan | .508                        | .086       | .506                      | 5.919 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat

## Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis

### Hasil Uji T Test

|       |                     | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |
|-------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      |
| Model |                     | B                           | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |
| 1     | (Constant)          | 9.676                       | 2.335      |                           | 4.144 | .000 |
|       | Kualitas Pelayanan  | .069                        | .029       | .200                      | 2.340 | .021 |
|       | Tingkat Kepercayaan | .508                        | .086       | .506                      | 5.919 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat

### Hasil Uji F Test

|       |            | ANOVA <sup>a</sup> |    |             |        |                   |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model |            | Sum of Squares     | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1     | Regression | 161.219            | 2  | 80.610      | 27.361 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 285.781            | 97 | 2.946       |        |                   |
|       | Total      | 447.000            | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

|       |                   | Model Summary <sup>b</sup> |                   |                            |  |
|-------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------------------------|--|
| Model | R                 | R Square                   | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |  |
| 1     | .601 <sup>a</sup> | .361                       | .347              | 1.716                      |  |

a. Predictors: (Constant), Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Taminia Suryaningsih

Tempat Tanggal Lahir : Sukoharjo, 15 Januari 2000

Jenis Kelamin : Perempuan

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Status : Lajang

Alamat : Kaworan, RT. 05/ RW.05  
Geneng, Gatak, Sukoharjo, Jawa Tengah

Telepon : 0895363101949

Email : [taminia6@gmail.com](mailto:taminia6@gmail.com)

IPK : 3.75

### PENDIDIKAN FORMAL

1. TK PERTIWI GENENG 2 (2005-2006)
2. SDN GENENG 02 (2006-2012)
3. SMPN 02 BAKI (2012-2015)
4. SMKN 06 SUKOHARJO (2015-2018)
5. UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA (2019-2023)