



# The Influence Of Service, Transparency, And Accountability To The Satisfaction And Loyalty To Al- Falalah Social Funds Foundation

Muhammad Ichwanus Surur

Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul Ulum Lumajang



---

## ABSTRACT

This study aimed to empirically test the variables formulated in the research problem covering how the influence of Service (X1) to Satisfaction (Z) was, how the influence of Transparency (X2) to Satisfaction (Z) to Accountability (X3) to Satisfaction (Z) to Service (X1) to Loyalty (Y) to Transparency (X3) on Loyalty (Y), to Accountability (X3) to Loyalty (Y), and how the influence of Satisfaction (Z) on Loyalty (Y).

The data were collected by using purposive sampling technique consisting of 102 Muzakki from 3500 population. The analysis was done by using Path Analysis. The hypothesis was tested by applying Statistical Package for the Sciences (SPSS) version of 17 software.

The results of the analysis showed that the Service has a significant effect on the satisfaction., Transparency has a significant effect on the satisfaction, Accountability has a significant effect on the satisfaction, Service has no significant effect on loyalty, Transparency has a significant effect on loyalty, Accountability has a significant effect on loyalty, Satisfaction of the muzakki has a significant effect on loyalty.

---

\* E-mail address: [Ichwansr93@gmail.com](mailto:Ichwansr93@gmail.com)

Articel Submitted : 20 June 2024

Revised : 26 June 2024

Accepted : 29 June 2024

Published : 30 June 2024

---

## ARTICLE INFO

### Keywords:

Service

Transparency

Accountability

Satisfaction

Loyalty



# Pengaruh Pelayanan, Transparansi dan Akuntabilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Yayasan Dana Sosial Al-Falah Jember

Muhammad Ichwanus Surur

Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul Ulum Lumajang



## Abstrak

Salah satu permasalahan yang di hadapi oleh dunia perzakatan Indonesia adalah jauhnya selisih antara potensi Zakat Nasional dengan zakat yang terkumpulkan. Seharusnya, apabila potensi zakat tersebut dapat tercapai maka berbagai program dapat terlaksanakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi kemiskinan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris variabel-variabel dalam penelitian yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah. Yaitu bagaimana pengaruh Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan (Z), Transparansi (X2) terhadap Kepuasan (Z), terhadap Akuntabilitas (X3) terhadap Kepuasan (Z), bagaimana pengaruh Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas (Y), terhadap Transparansi (X3) terhadap Loyalitas (Y), terhadap Akuntabilitas (X3) terhadap Loyalitas (Y), terhadap bagaimana pengaruh Kepuasan (Z) terhadap Loyalitas (Y). pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik Purposive Sampling sejumlah 102 Muzakki dari 3500 Populasi Muzakki. Analisis yang dilakukan dengan menggunakan Path Analisis. Dan Uji hipotesis dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 17. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan para muzakki, Transparansi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan para muzakki, Akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan para muzakki, Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, Transparansi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, Akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, Kepuasan para muzakki berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

## Informasi Artikel

### Kata kunci:

Pelayanan,  
Transparansi,  
Akuntabilitas,  
Kepuasan  
Loyalitas

\* Alamat email: [Ichwansr93@gmail.com](mailto:Ichwansr93@gmail.com)

Artikel diserahkan : 20 Juni 2024

Direvisi : 26 Juni 2024

Diterima : 29 Juni 2024

Dipublikasi : 30 Juni 2024

## **Pendahuluan**

Dari segi bahasa, (Qardhawi,1991), zakat berasal dari kata dasar zaka yang berarti berkah, tumbuh, bersih dan baik. Sesuatu itu zaka berarti tumbuh dan berkembang. Sementara jika ditinjau dari segi istilah fiqih zakat berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan kepada orang-orang yang berhak, disamping berarti mengeluarkan jumlah tertentu itu sendiri

Perkembangan dunia pada sistem ekonomi kapitalisme ini telah menjadikan jurang perbedaan antara yang miskin dan yang kaya semakin lebar dan dalam, para intelektual Islampun menyadari bahwa sistem kapitalisme ini telah menelan banyak kesengsaraan bagi sebagian besar umat Islam yang notabene kalah bersaing dengan pemilik modal besar, mereka pun mulai menggali kedalam ajaran Islam tentang bagaimana perekonomian yang sesuai untuk Islam. Zakat sebagai sebuah instrumen perekonomian islam yang diharapkan dapat menjadi jembatan antara yang kaya dan yang miskin untuk mengatasi masalah kemiskinan malah menjadi polemik yang masih menarik untuk dibicarakan yang dari tahun ke tahun selalu saja ada kejadian yang berhubungan dengan zakat, termasuk kebiasaan berdesak-desakan dirumah Muzakki hanya demi uang Rp.20 ribu. Lalu dimanakah peran Badan Amil Zakat yang sudah bertahun-tahun didirikan namun masih banyak muzakki yang memilih menyalurkan zakatnya dengan caranya sendiri dan banyaknya mustahik zakat yang berdesak-desakan rela mengorbankan nyawa demi mendapat bagian yang tidak seberapa besar jumlahnya demi menyambung hidup? Kurang maksimalkah kerja Badan Amil Zakat dalam melakukan sosialisasi tentang pentingnya sebuah penyaluran zakat yang terorganisir ataukah pihak muzakki yang tidak percaya akan kinerja Badan Amil Zakat?(Kompasiana,2017).

Salah satu permasalahan yang di hadapi oleh dunia perzakatan Indonesia adalah jauhnya selisih antara potensi Zakat Nasional dengan zakat yang terkumpulkan. Dalam Rapat Kerja Nasional (RAKERNAS) Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah (LAZIS) Dewan dakwah di gedung menara dakwah, Jakarta Pusat, Direktur pemberdayaan Zakat Kementerian Agama RI Jaja Jaelani mengatakan bahwa potensi zakat di Indonesia menurut penelitian dari IPB dan BAZNAS mencapai 217 triliun tiap tahunnya. Sedangkan, dana yang

terhimpun hanya 1% dsri jumlah dana tersebut yakni sebesar 2,8 triliun. Rendahnya zakat ini disebabkan antara lain oleh tingkat kepercayaan publik terhadap lembaga pengelola zakat (LPZ) dan kebiasaan menyalurkan zakat secara langsung oleh muakki kepada mustahik (Forumzakat,2017) Seharusnya, apabila potensi zakat tersebut dapat tercapai maka berbagai program dapat terlaksanakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi kemiskinan (Beritasatu,2016)

Badan pengelola zakat termasuk Lembaga Amil Zakat dianggap tidak profesional (Khoiriyah dkk:2016) karena belum menerapkan prinsip akuntabilitas dan transparansi, maka untuk mempertahankan muzakki yang telah dimiliki oleh Lembaga Amil Zakat, LAZ harus meningkatkan profesionalitasnya dalam mengelola dana zakat. Peningkatan transparansi dan akuntabilitas LAZ dapat membuat muzakki semakin yakin untuk menyalurkan dana zakatnya kepada Lembaga Amil Zakat tersebut

Dengan rumusan masalah, apakah pelayanan, transparansi dan akuntabilitas berpengaruh terhadap kepuasan muzakki, dan apakah pelayanan, transparansi dan akuntabilitas berpengaruh terhadap loyalitas muzakki, serta apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas muzakki sdalam menyalurkan dana zakatnya..

### **Tinjauan Literatur**

#### **a. Pengertian Zakat**

Dari segi bahasa, menurut (Qardhawi,2000), zakat berasal dari kata dasar zaka yang berarti berkah, tumbuh, bersih dan baik. Sesuatu itu zaka berarti tumbuh dan berkembang. Sementara jika ditinjau dari segi istilah fiqih zakat berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan kepada orang-orang yang berhak, disamping berarti mengeluarkan jumlah tertentu itu sendiri.

Menurut (Qardhawi,2000), syarat harta yang wajib zakat (muzakki) terdiri dari enam syarat yaitu

1. Milik penuh dan tidak haram. Milik penuh dan tidak haram artinya kekayaan yang diperoleh dengan cara yang baik (tidak riba, gharar atau hasil menipu), harus berada di bawah kontrol dan di dalam kekuasaannya atau seperti yang dinyatakan sebagian

ahli fiqih bahwa kekayaan tersebut harus berada ditangannya, tidak tersangkut di dalamnya hak orang lain, dapat ia pergunakan dan faedahnya dapat ia nikmati.

2. Berkembang atau namaa' menurut terminologi berarti bertambah.

Bertambah di sini diartikan secara kongkret dan tidak kongkret. Bertambah secara kongkret adalah bertambah akibat pembiakan dan perdagangan atau sejenisnya. Sedangkan bertambah secara tidak kongkret adalah kekayaan itu berpotensi baik berada di tangannya maupun ada di tangan orang lain atas namanya.

Senishab, diartikan bahwa kekayaan yang terkena kewajiban zakat harus sampai sejumlah tertentu .

3. Lebih dari kebutuhan pokok menurut Zuhayly (Adilatul, 2008). Artinya lebih dari kebutuhan rutin atau sesuatu yang mesti ada untuk ketahanan hidupnya.
4. Bebas dari hutang. Artinya bila pemilik mempunyai hutang yang sampai menghabiskan atau mengurangi jumlah senishab itu, maka zakat tidaklah wajib. Landasannya adalah pertama, karena kepemilikan orang yang berhutang itu lemah dan tidak utuh. Kedua, pemilik piutanglah yang dianggap lebih tepat terkena kewajiban zakat karena piutang adalah kekayaannya dan ia adalah pemilik sesungguhnya. Dan yang ketiga, orang yang mempunyai hutang adalah orang yang sedang berada dalam kesulitan untuk membayar hutangnya.
5. Berlaku setahun. Artinya kepemilikan yang berada di tangan si pemilik sudah berlalu masanya dua belas bulan qomariyah untuk zakat atas modal seperti binatang ternak, uang, harta benda atau perdagangan. Sementara hasil pertanian, buah-buahan, madu, logam mulia, harta karun dan lain-lain merupakan zakat pendapatan yang terbebas dari persyaratan ini

- b. Organisasi Pengelola Zakat

Menurut peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 14 tahun 2014 tentang pelaksanaan undang-undang nomor 23 tahun 2011 pengelolaan Zakat adalah kegiatan perencanaan, pengelolaan dan pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan Zakat (UU RI,2011)

Badan Amil Zakat Nasional adalah lembaga yang melakukan pengelolaan Zakat secara nasional. Sedangkan Lembaga Amil Zakat yang selanjutnya disingkat LAZ adalah lembaga yang dibentuk oleh masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan Zakat.

Adapun Unit Pengumpul Zakat yang selanjutnya disingkat UPZ adalah satuan organisasi yang dibentuk oleh BAZNAS untuk membantu pengumpulan Zakat (UU RI,2014)

c. Konsep Pelayanan

Kualitas pelayanan (Lusiati,2010) merupakan faktor penting dalam keberhasilan sebuah organisasi, terutama organisasi yang bergerak dalam bidang jasa. Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dapat dilasifikasikan menjadi dua yaitu profit services dan non profit services. Jasa nirlaba memiliki karakteristik khusus, yaitu masalah yang ditangani lebih luas, memiliki dua kelompok utama (kelompok donator dan kelompok klien)

Adapun Dalam konteks islam, pelayanan memiliki prinsip-prinsip FAST (Lusiati 2010), yaitu fathanah, amanah, shiddiq, dan tabligh. Fatonah jika diterjemahkan dalam nilai-nilai bisnis dan manajemen berarti cerdas, memiliki manajemen bervisi, sadar produk dan jasa serta mau belajar secara berkelanjutan. Amanah berarti bertanggung jawab dan dapat dipercaya. Shiddiq berarti jujur, benar dan tidak berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Shiddiq juga berarti tahan uji serta memiliki kesinambungan emosional. Tabligh berarti mampu berkomunikasi dengan baik, menjalin dan menjaga hubungan baik dengan relasi, kolega, klien dan sebagainya

d. Konsep Transparansi

Transparansi (Lusiati 2010) dibangun atas dasar arus informasi yang bebas diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan dan informasi yang tersedia harus memadai, mudah diserap dan mudah dimengerti. Transparansi bermakna tersedianya informasi yang cukup, akurat serta tepat waktu sehingga masyarakat dapat ikut serta dalam mengawasi kebijakan publik yang dibuat

e. Konsep Akuntabilitas

Akuntabilitas adalah (Mardiasmo 2009) prinsip pertanggungjawaban publik yang berarti bahwa proses penganggaran mulai dari perencanaan, penyusunan dan pelaksanaan

harus benar-benar dapat dilaporkan dan dipertanggungjawabkan kepada masyarakat. Akuntabilitas mensyaratkan bahwa pengambil keputusan berperilaku sesuai dengan mandat yang diterimanya. Untuk ini, perumusan kebijakan, bersama-sama dengan cara dan hasil kebijakan tersebut harus dapat diakses dan dikomunikasikan secara vertikal maupun horizontal dengan baik

f. Konsep Kepuasan

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Metode pengukuran kepuasan menurut Tjiptono (2007:104) adalah sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran
2. Ghost Shopping
3. Lost Customer Analysis
4. Survey Kepuasan Konsumen

g. Konsep Loyalitas

Oliver (loyalty) mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan konsumen beralih (Kotler dan Keller 2009)

**Metode, Data, dan Analisis**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang ada karakteristik masalah yang diteliti dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai *explanatory research* atau *confirmatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal dan menguji keterkaitan antara beberapa variabel melalui pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan (Singarimbun dan Efendi, 1995). Penelitian ini dilakukan kepada muzakki YDSF Jember.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dapat dilakukan berdasarkan beberapa cara. Salah satu adalah berdasarkan pendapat Ferdinand (2006) bahwa dalam menentukan jumlah sampel yang representative adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan sampel minimal 100

responden, sehingga jumlah sampel yang representatif pada penelitian ialah  $17 \times 6 = 102$  responden

Dalam penelitian ini metode yang akan di gunakan peneliti yaitu Angket/kuisisioner dan Dokumentasi. Untuk penelitian ini, skala pengukuran Menurut Siregar (2017) yang di gunakan adalah skala likert Rentan yang digunakan untuk mengukur derajat sangat setuju atau sangat tidak setuju untuk indikator variabel dalam penelitian ini adalah 1 sampai 5. Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kriteria validitas setiap item atau butir pertanyaan adalah jika  $r$  (koefisien korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor)  $> 0,30$  berarti item atau butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Siregar, 2017).

Menurut Siregar (2017) jika jumlah butir pertanyaan untuk masing-masing variabel kurang dari sepuluh item, maka angka kriteria untuk mengukur reliabilitas instrumen adalah 0,6. Jika nilai  $\alpha > 0,6$  maka seluruh butir pertanyaan adalah reliabel, dengan kata lain instrumen layak dan dapat digunakan sedangkan Jika nilai  $\alpha < 0,6$  maka seluruh butir pertanyaan adalah tidak reliabel, dengan kata lain instrumen tidak layak dan tidak dapat digunakan.

Metode Analisis Data yang digunakan adalah Analisis Jalur (Path Analysis) dengan Uji Asumsi Klasik yang berisikan Multikolonieritas, Heterokedstisitas, Uji Normalitas, Uji  $t$ , Menghitung Jalur..

## Hasil dan Diskusi

### a. Analisis Jalur (Path Analysis)

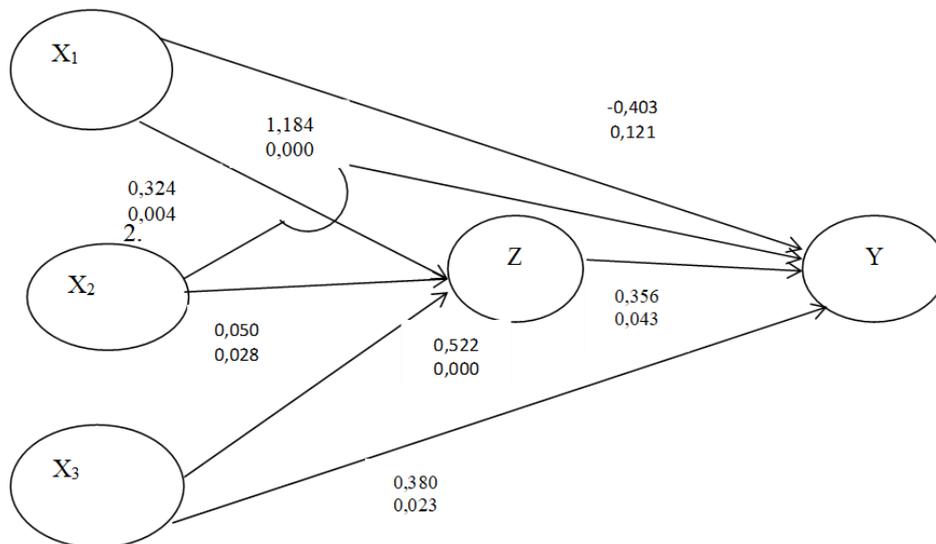
#### Pengaruh Langsung

#### 4.1: Koefisien Jalur Pengaruh Langsung.

Variabel Independent	Variabel Dependent	Koefisien Standardize	p-value	Keterangan
Pelayanan	Kepuasan	1.184	.000	Signifikan
Transparansi	Kepuasan	.050	.028	Signifikan
Akuntabilitas	Kepuasan	.522	.000	Signifikan
Pelayanan	Loyalitas	-.403	.121	Tidak signifikan
Transparansi	Loyalitas	.324	.004	Signifikan
Akuntabilitas	Loyalitas	.380	.023	Signifikan
Kepuasan	Loyalitas	.356	.043	Signifikan

Dilihat dari tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh dominan terhadap kepuasan muzakki dengan koefisien jalur pengaruh langsung 1,184 atau jalur dari pelayanan menuju kepuasan adalah jalur yang paling kuat, transparansi menuju kepuasan dengan koefisien langsung 0,050, dan jalur akuntabilitas menuju kepuasan dengan koefisien jalur pengaruh langsung 0,522 sedangkan akuntabilitas menuju loyalitas dengan koefisien jalur pengaruh langsung 0,380 atau jalur akuntabilitas menuju loyalitas adalah jalur yang paling kuat. Kepuasan menuju loyalitas dengan koefisien jalur pengaruh langsung 0,356, jalur transparansi menuju loyalitas koefisien jalur pengaruh langsung 0,324, pelayanan menuju loyalitas dengan koefisien jalur pengaruh langsung -0.403.

#### 4.2 Model Analisis Jalur Berdasarkan Koefisien Pengaruh Langsung



#### b. Pengujian Statistik Inferensial

##### Uji F

Koefisien Determinasi Total (R<sup>2</sup><sub>m</sub>)

Total keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model diukur dengan menggunakan rumus:

$$R^2_m = 1 - (Pe_1)^2 - (Pe_2)^2$$

$$Pe_i = (1 - R^2_i)$$

R<sup>2</sup><sub>m</sub> = koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)

= interpretasi terhadap R<sup>2</sup>

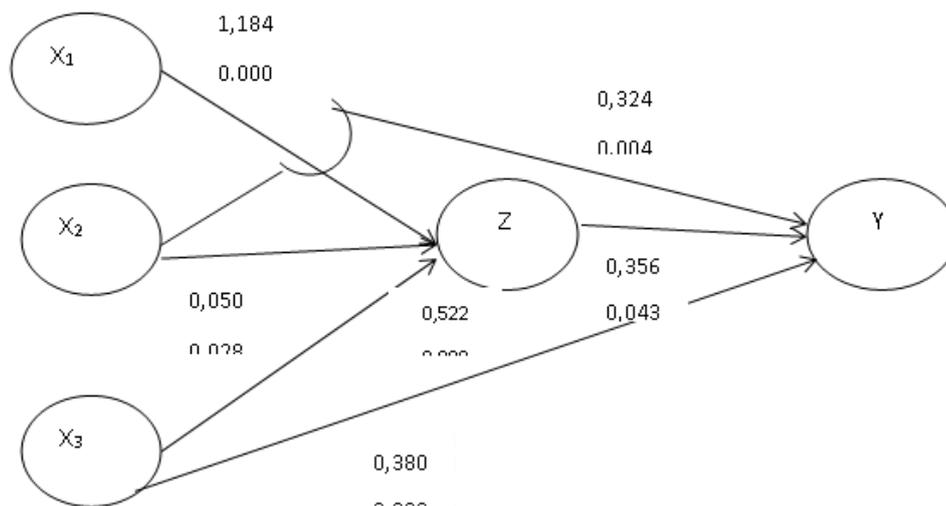
sama dengan interpretasi koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada analisis regresi

Dengan demikian

$$\begin{aligned} R^2_m &= 1 - (Pe_1)^2 - (Pe_2)^2 \\ &= 1 - (1 - 0,727)^2 - (1 - 0,203)^2 \\ &= 0,524 \end{aligned}$$

Artinya keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model tersebut adalah sebesar 52,4%, atau dengan kata lain informasi yang terkandung didalam data sebesar 52,4% dapat dijelaskan oleh model tersebut, sedangkan 47,6% dijelaskan oleh variabel lain yang belum terdapat didalam model dan error.

### c. *Trimming Theory*



### 4.3 Model Analisis Jalur Berdasarkan *Trimming Theory*

Berdasarkan theory trimming, maka jalur-jalur yang tidak signifikan dibuang, sehingga diperoleh model yang didukung oleh data empirik (Kuncoro,2008)

### d. Perhitungan Jalur

Bagian ini menjelaskan tentang perhitungan perbandingan pengaruh langsung pelayanan (X1), transparansi (X2), dan akuntabilitas (X3), terhadap kepuasan (Z) dan pengaruh pelayanan (X1), transparansi (X2), dan akuntabilitas (X3), terhadap loyalitas (Y) melalui variabel intervening kepuasan (Z).

Berdasarkan gambar diatas tentang model analisis jalur berdasarkan *Trimming Theory* didapatkan

Pengaruh Langsung (Direct Effect atau DE):

1. Pengaruh variabel pelayanan (X1) terhadap kepuasan (Z)

$$DE_{zx1} = X1 \quad Z$$

$$DE_{zx1} = 1,184$$

2. Pengaruh variabel transparansi (X2) terhadap kepuasan (Z)

$$DE_{zx2} = X2 \quad Z$$

$$DE_{zx2} = 0,050$$

3. Pengaruh variabel akuntabilitas (X3) terhadap kepuasan (Z)

$$DE_{zx3} = X3 \quad Z$$

$$DE_{zx3} = 0,522$$

4. Pengaruh Pelayanan (X1) terhadap loyalitas (Y)

$$DE_{yx1} = X1 \quad Y$$

$$DE_{yx1} = -0,403$$

5. Pengaruh transparansi (X2) terhadap loyalitas (Y)

$$DE_{yx2} = X2 \quad Y$$

$$DE_{yx2} = 0,324$$

6. Pengaruh akuntabilitas (X3) terhadap loyalitas (Y)

$$DE_{yx3} = X3 \quad Y$$

$$DE_{yx3} = 0,380$$

7. Pengaruh variabel kepuasan (Z) terhadap loyalitas (Y)

$$DE_{yz} = Z \quad Y$$

$$DE_{yz} = 0,356$$

Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect atau IE)

Pengujian pengaruh tidak langsung dilakukan dengan melihat hasil pengujian jalur-jalur yang dilalui, jika semua jalur yang dilalui signifikan maka pengaruh tidak langsungnya juga signifikan, dan jika terdapat minimal satu jalur yang tidak signifikan maka pengaruh tidak langsungnya dikatakan tidak signifikan

1. Pengaruh variabel pelayanan (X1) terhadap loyalitas (Y) melalui kepuasan (Z)

$$IE_{yzx1} = X1 \quad Z \quad Y$$

$$IE_{yzx1} = (1,184) (0,356)$$

$$= 0,421$$

2. Pengaruh variabel transparansi (X2) terhadap loyalitas (Y) melalui kepuasan (Z)

$$IE_{yzx2} = X_2 \quad Z \quad Y$$

$$IE_{yzx2} = (0,050) (0,356)$$

$$= 0,017$$

3. Pengaruh variabel akuntabilitas (X3) terhadap loyalitas (Y) melalui kepuasan (Z)

$$IE_{yzx3} = X_3 \quad Z \quad Y$$

$$IE_{yzx3} = (0,522) (0,356)$$

$$= 0,185$$

**Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung**

Variabel Independent	Variabel Intervening	Variabel Dependent	Koefisien Standardize	Keterangan
Pelayanan	Kepuasan	Loyalitas	0,421	Signifika
Transparansi	Kepuasan	Loyalitas	0,017	Signifika
Akuntabilitas	Kepuasan	Loyalitas	0,185	Signifika

Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur seperti pada tabel diatas maka model tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan (sistem persamaan simultan). Analisis jalur dalam bentuk persamaan disajikan sebagai berikut

$$Z = 1,184X_1 + 0,050X_2 + 0,522X_3$$

$$Y = -0,403X_1 + 0,324X_2 + 0,380X_3 + 0,356Z$$

Pengaruh Total

1. X<sub>1</sub> Pelayanan

$$1. \text{ Pengaruh Langsung } X_1 \quad Y = 0$$

$$2. \text{ Pengaruh Tidak Langsung } X_1 \quad Z_1 \quad Y_1 \quad (1,184) (0,356) = 0,421.$$

$$\text{Pengaruh Total } X_1 \quad Y_1 = 0,421$$

2. X<sub>2</sub> Transparansi

$$a. \text{ Pengaruh Langsung } X_2 \quad Y_1 = 0,234$$

$$b. \text{ Pengaruh Tidak Langsung } X_2 \rightarrow Z_1 \quad Y_1 (0,050) (0,356) \quad = 0,017$$

$$\text{Pengaruh Total } X_2 \quad Y_1 \quad 0.251$$

3.  $X_3$  Akuntabilitas

$$a. \text{ Pengaruh Langsung } X_3 \quad Y_1 \quad = 0.380$$

$$b. \text{ Pengaruh Tidak Langsung } X_3 \rightarrow Z_1 \quad Y_1 (0,522) (0,356) \quad = 0,185$$

$$\text{Pengaruh Total } X_3 \quad Y_1 \quad 0.565$$

4. Z Kepuasan

$$a. \text{ Pengaruh Langsung } Y_1 \quad = 0.356$$

$$b. \text{ Pengaruh Tidak Langsung } Z \quad Y \quad = 0.$$

$$\text{Pengaruh Total } Z \quad Y_1 \quad 0.356$$

e. Hasil Pengujian Hipotesis atau Uji t

1. Hipotesis Pertama (Ha1)

4.4 Nilai Koefisien Jalur dan Hipotesis Pertama

Variabel bebas	Variabel terikat	Beta	p-value	keterangan
X <sub>1</sub>	Z	1.184	000	Berpengaruh signifikan

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilakukan pengujian hipotesis penelitian. Dari hasil analisis jalur menggunakan program SPSS, pada tingkat kepercayaan 5% diperoleh koefisien jalur langsung (beta standardize) sebesar 1,187 dengan p-valuenya 0,000 karena  $p\text{-value} < \alpha$  atau  $0,000 < 0,050$  maka  $H_a$  diterima dapat disimpulkan bahwasanya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan

## 2. Hipotesis Kedua (Ha2)

### 4.5 Nilai Koefisien Jalur Dan Hipotesis Kedua

Variabel bebas	Variabel terikat	Beta	<i>p-value</i>	Keterangan
X <sub>2</sub>	Z	.050	028	Berpengaruh signifikan

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilakukan pengujian hipotesis penelitian. Dari hasil analisis jalur menggunakan program SPSS, pada tingkat kepercayaan 5% diperoleh koefisien jalur langsung (beta standardize) sebesar 0.050 dengan p-valuenya 0,028, karena  $p\text{-value} < \alpha$  atau  $0,028 < 0,050$  maka  $H_0$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwasanya variabel transparansi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan.

## 3. Hipotesis Ketiga (Ha3)

### 4.6 Nilai koefisien jalur dan hipotesis ketiga

Variabel bebas	Variabel terikat	Beta	<i>p-value</i>	Keterangan
X <sub>3</sub>	Z	.522	.000	Berpengaruh signifikan

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilakukan pengujian hipotesis penelitian. Dari hasil analisis jalur menggunakan program SPSS, pada tingkat kepercayaan 5% diperoleh koefisien jalur (beta standardize) sebesar 0.522 dengan p-valuenya 000, karena  $p\text{-value} > \alpha$  atau  $000 < 0,50$  maka  $H_0$  diterima dan dapat disimpulkan bahwasanya variabel akuntabilitas berpengaruh terhadap kepuasan

## 5. Hipotesis Keempat (Ha4)

### 4.7 Nilai Koefisien Jalur Hipotesis Keempat

Variabel bebas	Variabel terikat	Beta	<i>p-value</i>	Keterangan
X <sub>1</sub>	Y	-.403	.121	Tidak berpengaruh signifikan

Dari hasil perhitungan tabel 4.7 dapat dilihat nilai beta, t-hitung, koefisien determinasi ( $r^2$ ) dan nilai p-value. Berdasarkan tabel 4.19 dapat dilakukan pengujian hipotesis penelitian. Dari hasil analisis jalur menggunakan program SPSS, pada tingkat kepercayaan 5% diperoleh koefisien jalur langsung (beta standardize) sebesar -.403 dengan p- valuenya.121 karena  $p\text{-value} > \alpha$  atau  $0,121 < 0,050$  maka  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwasanya variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas

6. Hipotesis Kelima ( $H_{a5}$ )

4.8 Nilai Koefisien Jalur Hipotesis Kelima

Variabel bebas	Variabel terikat	Beta	p-value	Keterangan
X <sub>2</sub>	Y	.324	.004	Berpengaruh signifikan

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilakukan pengujian hipotesis penelitian. Dari hasil analisis jalur menggunakan program SPSS, pada tingkat kepercayaan 5% diperoleh koefisien jalur langsung (beta standardize) sebesar 0,324 dengan p-valuenya 0,004, karena  $p\text{-value} < \alpha$  atau  $0,004 < 0,050$  maka  $H_0$  diterima, dan dapat disimpulkan bahwa variabel transparansi berpengaruh terhadap loyalitas

7. Hipotesis Keenam ( $H_{a6}$ )

4.9 Nilai Koefisien Jalur Hipotesis Keenam

Variabel bebas	Variabel terikat	Beta	p-value	Keterangan
X <sub>3</sub>	Y	.380	.023	Berpengaruh signifikan

Berdasarkan tabel 4.21 dapat dilakukan pengujian hipotesis penelitian. Dari hasil analisis jalur menggunakan program SPSS, pada tingkat kepercayaan 5% diperoleh koefisien jalur langsung (beta standardize) sebesar 0,380 dengan p-valuenya 0,023, karena  $p\text{-value} > \alpha$  atau  $0,023 > 0,050$  maka  $H_0$  diterima, dan dapat disimpulkan bahwa variabel akuntabilitas berpengaruh terhadap loyalitas

8. Hipotesis Ketujuh ( $H_{a7}$ )

#### 4.10 Nilai koefisien jalur ketujuh

Variabel bebas	Variabel terikat	Beta	p-value	keterangan
Z	Y	.356	.043	Berpengaruh signifikan

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilakukan pengujian hipotesis penelitian. Dari hasil analisis jalur menggunakan program SPSS, pada tingkat kepercayaan 5% diperoleh koefisien jalur langsung (beta standardize) sebesar 0.356 dengan p-valuenya 0,043, karena  $p\text{-value} < \alpha$  atau  $0,043 < 0,050$  maka  $H_0$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwasanya kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas.

#### Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan didalam penelitian ini yaitu Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan para muzakki., Transparansi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan para muzakki, Akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan para muzakki, Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, Transparansi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, Akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, Kepuasan para muzakki berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Penelitian ini menemukan bahwa pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas. Ketika temuan tidak signifikan dari penelitian ini hal ini mengandung makna bahwa hubungan kausal antara pelayanan bersifat kompleks dan masih terbuka peluang untuk dilakukan penelitian lebih lanjut

#### Referensi

- Ahmad, Saneb, 2006, Pensiwaan Institusi Zakat dan Kesannya Terhadap Pembayaran secara Formal di Malaysia, *International Journal Ofmanagement Studies*, Vol 13 No 2
- Kotler, Philip dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran* jilid I, Edisi ke 13, Jakarta: Airlangga
- Kuncoro, Ahmad Engkos dan Riduwan, 2008, *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*, Bandung:Alfabeta
- Lusiati, Marte, 2010 *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki Lembaga Amil Zakat Dana Social Nurul Islam (Laz Dsni) Amanah Batam*

**Muhammad ichwanus Surur** ; *Pengaruh Pelayanan, Transparansi dan Akuntabilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Yayasan Dana Sosial Al-Falah Jember*

159

Mulyana, Budi, 2006 Pengaruh Penyajian Neraca Daerah dan Aksesibilitas Laporan Keuangan Terhadap Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Daerah. *Jurnal Akuntansi Pemerintah*, Vol.2

Qardhawi, Yusuf. 2000, *Hukum Zakat*. Penerbit Litera Antar Nusa. Jakarta

Siregar, Syofian, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana

Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 38 Tahun 1999, Tentang Pengelolaan Zakat, Bab 1, Ketentuan Umum, Pasal 1

Zainal, 2017 *Islamic Marketing Manajemen*, Jakarta:PT Bumi Aksara