

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan gambaran hasil penelitian mengenai hipotesis dengan pembahasan di bagian akhir. Hasil penelitian dan pembahasan dipisahkan berdasarkan kepentingan masing-masing. Penelitian ini menggunakan alat bantu dalam melakukan pengujian yaitu melalui perangkat lunak *SPSS 16.0*. Adapun penjelasan hasil penelitian dan pembahasan mengenai masing-masing variabel yang diuji adalah sebagai berikut:

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Penyebaran kuesioner

Jumlah kuesioner yang disebar adalah sebanyak 70 kuesioner dibagikan kepada muzakki yang menyalurkan dana melalui Lembaga Amil Zakat. Adapun analisis pengembalian kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Analisis Pengembalian Kuesioner

Dasar Klasifikasi	Jumlah	Persentase (%)
Jumlah kuesioner yang disebar	70	100%
Kuesioner yang kembali	40	60%
Kuesioner yang tidak kembali	30	40%
Kuesioner yang tidak diisi lengkap	0	0%
Total kuesioner yang dapat diolah	40	60%

Sumber: Data Primer, diolah 2017

2. Karakteristik Responden

Dari 40 muzakki yang dijadikan dalam penelitian ini memiliki karakteristik.

Karakteristik tersebut terdiri dari:

a. Usia Responden

Adapun data dan persentase mengenai usia responden muzakki adalah:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan
Usia Responden

	Frequency	Percent
18-25 tahun	9	22,5
26-35 tahun	15	37,5
36-45 tahun	13	32,5
> 45 tahun	3	7,5
Total	40	100,0

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah kelompok usia 26-35 tahun, yaitu berjumlah 15 orang atau sebesar 37,5%. Jumlah responden paling sedikit terdapat pada kelompok usia di atas 45 tahun, yaitu berjumlah 3 orang atau sebesar 7,5%.

b. Jenis Kelamin Responden

Adapun data dan presentase mengenai jenis kelamin muzakki adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent
Pria	22	55
Wanita	18	45
Total	40	100,0

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa jumlah responden pria dan wanita hampir sama banyak dimana jumlah responden pria berjumlah 22 orang atau sebesar 55% dan responden wanita berjumlah 18 orang atau 45%.

c. Lembaga Amil Zakat yang Digunakan

Adapun data presentase mengenai Lembaga Amil Zakat yang digunakan muzakki adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lembaga Amil Zakat yang Digunakan

	Frequency	Percent
LAZIS UII	6	15
Rumah Yatim	13	32,5
Yatim Mandiri	4	10
IZI	7	17,5
ACT	10	25
Total	40	100,0

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang paling banyak dalam penelitian ini terdapat di Rumah Yatim, yaitu berjumlah 13 orang atau sebesar 32,5%. Jumlah responden paling sedikit dalam penelitian ini terdapat di Yatim Mandiri, yaitu berjumlah 4 orang atau sebesar 10%.

d. Pendidikan Terakhir Responden

Adapun data dan persentase mengenai pendidikan terakhir muzakki adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan
Pendidikan Terakhir Responden

	Frequency	Percent
SMA	9	22,5
Diploma	4	10
S1	21	52,5
S2	6	15
Total	40	100,0

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang paling banyak dengan pendidikan terakhir S1 yaitu berjumlah 21 orang atau sebesar 52,5%. Jumlah responden yang paling sedikit dengan pendidikan terakhir yaitu Diploma dengan jumlah 4 orang atau sebesar 10%.

e. Pekerjaan Responden

Adapun data dan persentase mengenai pekerjaan responden muzakki adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent
PNS	8	20
Buruh	4	10
TNI/Polri	2	5
Pegawai Swasta	10	25
Guru	7	17,5
Wiraswasta	6	15
Pelajar/Mahasiswa	3	7,5
Total	40	100,0

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang paling banyak dalam kategori pekerjaan adalah pegawai swasta dengan jumlah 10 orang atau sebesar 25%. Jumlah responden paling sedikit dalam kategori pekerjaan adalah TNI/POLRI dengan jumlah 2 orang atau sebesar 5%.

f. Lama Bekerja Responden

Adapun data dan persentase mengenai lama bekerja para responden muzakki adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja Responden

	Frequency	Percent
1-2 tahun	7	17,5
3-4 tahun	15	37,5
5 tahun	10	25
>5 tahun	8	20
Total	40	100,0

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang paling banyak dalam kategori lama bekerja adalah antara 3-4 tahun dengan jumlah 15 orang atau sebesar 37,5%. Jumlah responden paling sedikit dalam kategori lama bekerja adalah responden yang telah bekerja antara 1-2 tahun dengan jumlah 7 orang atau sebesar 17,5%.

g. Gaji per Bulan Responden

Adapun data dan persentase mengenai gaji per bulan para responden muzakki adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Gaji per Bulan Responden

	Frequency	Percent
<Rp 1.000.000	11	27,5
Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000	15	37,5
Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	14	35
>Rp 10.000.000	0	0
Total	40	100,0

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang paling banyak dalam kategori gaji per bulannya adalah antara Rp 1.000.000- Rp 5.000.000 dengan jumlah 15 orang atau sebesar 37,5%. Jumlah responden paling sedikit dalam kategori gaji per bulan adalah responden yang memiliki gaji < Rp 1.000.000 dengan jumlah 11 orang atau sebesar 27,5%.

h. Lama menjadi Muzakki

Adapun data dan persentase mengenai rentan waktu menjadi muzakki untuk para responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama menjadi Muzakki

	Frequency	Percent
<1 tahun	14	35
1-5 tahun	18	45
>5 tahun	8	20
Total	40	100,0

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang paling banyak menjadi muzakki berdasarkan kategori lama menjadi muzakki adalah antara 1-5 tahun dengan jumlah 18 orang atau sebesar 45%. Jumlah responden paling sedikit dalam kategori lama menjadi muzakki adalah responden yang >5 tahun dengan jumlah 8 orang atau sebesar 20%.

B. Uji Kualitas Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif ditunjukkan dalam Tabel 4. 9 berikut :

Tabel 4.9
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Promosi	40	5	25	18.68	3.092
Transparansi	40	12	25	17.60	3.455
kualitas_layanan	40	15	25	20.80	2.653
Religiusitas	40	8	25	18.55	4.414
Pendapatan	40	8	20	13.65	2.587
minat_muzakki	40	19	30	24.13	3.299
Valid N (listwise)	40				

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa pengamatan dalam penelitian di LAZ sebanyak 40 sampel, adapun hasil statistik deskriptif sebagai berikut:

Variabel Promosi memiliki nilai minimum sebesar 5; nilai maksimum sebesar 25; nilai rata-rata (*mean*) sebesar 18,68 dan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 3,092. Variabel Transparansi memiliki nilai minimum sebesar 12; nilai maksimum sebesar 25; nilai rata-rata (*mean*) sebesar 17,60; dan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 3,455. Variabel Kualitas Layanan memiliki nilai minimum sebesar 15; nilai maksimum sebesar 25; nilai rata-rata (*mean*) sebesar 20,80 dan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 2,653. Variabel Religiusitas memiliki nilai minimum sebesar 8; nilai maksimum sebesar 25; nilai rata-rata (*mean*) sebesar 18,55 dan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 4,414. Variabel Pendapatan memiliki nilai minimum sebesar 8; nilai maksimum sebesar 20; nilai rata-rata (*mean*)

sebesar 13,65; dan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 2,587. Variable Minat Muzakki memiliki nilai minimum sebesar 19; nilai maksimum sebesar 30; nilai rata-rata (*mean*) sebesar 24,13 dan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 3,299.

C. Uji Kualitas Instrumen Data

1. Uji Validitas

Untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengorelasikan setiap butir alat ukur atau masing-masing skor item dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, pada penelitian ini besarnya df dapat dihitung $40-2$ atau $df= 38$ dengan signifikansi 0,05 (5%) dan didapat r_{tabel} 0,312. Jika r_{hitung} untuk tiap-tiap butir pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} , maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

a. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Pengujian validitas untuk variabel promosi diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Item pertanyaan	Koefisien Korelasi	r tabel n=40; df=5%	Kesimpulan
Promosi1	0.695	0,312	Valid
Promosi2	0.577	0,312	Valid
Promosi3	0.756	0,312	Valid
Promosi4	0.797	0,312	Valid
Promosi5	0.570	0,312	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada variabel promosi di atas dapat diketahui bahwa dari 5 butir pertanyaan tersebut memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,312) sehingga masing-masing butir pertanyaan dikatakan valid. Hal tersebut menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel promosi dapat digunakan dan dapat dipercaya untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan.

b. Hasil Uji Validitas Variabel Transparansi Informasi Keuangan

Pengujian validitas untuk variabel Transparansi diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Transparansi

Item pertanyaan	Koefisien Korelasi	r tabel n=40; df=5%	Kesimpulan
Transparansi1	0.624	0,312	Valid
Transparansi2	0.599	0,312	Valid
Transparansi3	0.659	0,312	Valid
Transparansi4	0.759	0,312	Valid
Transparansi5	0.776	0,312	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada variabel Transparansi di atas dapat diketahui bahwa dari 5 butir pertanyaan tersebut memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,312) sehingga masing-masing butir pertanyaan dikatakan valid. Hal tersebut menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel Transparansi dapat digunakan dan dapat dipercaya untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan.

c. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Pengujian validitas untuk variabel Kualitas Layanan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Item pertanyaan	Koefisien Korelasi	r tabel n=40; df=5%	Kesimpulan
Kualitas layanan1	0.800	0,312	Valid
Kualitas layanan2	0.901	0,312	Valid
Kualitas layanan3	0.918	0,312	Valid
Kualitas layanan4	0.834	0,312	Valid
Kualitas layanan5	0.468	0,312	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada variabel Kualitas layanan di atas dapat diketahui bahwa dari 5 butir pertanyaan tersebut memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,312) sehingga masing-masing butir pertanyaan dikatakan valid. Hal tersebut menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel Kualitas layanan dapat digunakan dan dapat dipercaya untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan.

d. Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas

Pengujian validitas untuk variabel Religiusitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas

Item pertanyaan	Koefisien Korelasi	r tabel n=40; df=5%	Kesimpulan
Religiusitas1	0.590	0,312	Valid
Religiusitas2	0.852	0,312	Valid
Religiusitas3	0.735	0,312	Valid
Religiusitas4	0.797	0,312	Valid
Religiusitas5	0.613	0,312	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada variabel Religiusitas di atas dapat diketahui bahwa dari 5 butir pertanyaan tersebut memiliki nilai rhitung yang lebih besar daripada rtabel (0,312) sehingga masing-masing butir pertanyaan dikatakan valid. Hal tersebut menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel Religiusitas dapat digunakan dan dapat dipercaya untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan.

e. Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan

Pengujian validitas untuk variabel Pendapatan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan

Item pertanyaan	Koefisien Korelasi	r tabel n=40; df=5%	Kesimpulan
Pendapatan1	0.653	0,312	Valid
Pendapatan2	0.488	0,312	Valid
Pendapatan3	0.624	0,312	Valid
Pendapatan4	0.751	0,312	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada variabel Pendapatan di atas dapat diketahui bahwa dari 4 butir pertanyaan tersebut memiliki nilai rhitung yang lebih besar daripada rtabel (0,312) sehingga masing-masing butir pertanyaan dikatakan valid. Hal tersebut menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel Pendapatan dapat digunakan dan dapat dipercaya untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan.

f. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Membayar ZIS

Pengujian validitas untuk variabel Minat membayar ZIS diperoleh hasil:

Tabel 4.15
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Muzakki

Item pertanyaan	Koefisien Korelasi	r tabel n=40; df=5%	Kesimpulan
Minat1	0.396	0,312	Valid
Minat2	0.444	0,312	Valid
Minat3	0.760	0,312	Valid
Minat4	0.841	0,312	Valid
Minat5	0.829	0,312	Valid
Minat6	0.828	0,312	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada variabel Minat membayar ZIS di atas dapat diketahui bahwa dari 6 butir pertanyaan tersebut memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,312) sehingga masing-masing butir pertanyaan dikatakan valid. Hal tersebut menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel Minat membayar ZIS dapat digunakan dan dapat dipercaya untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan.

2. **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas untuk menguji konsistensi dan ketepatan butir-butir pertanyaan apabila dilakukan terhadap kelompok obyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* > 0,6.

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Promosi	0.707	Reliabel
Transparansi	0.677	Reliable
Kualitas layanan	0.841	Reliable
Religiusitas	0.767	Reliable
Pendapatan	0.473	Reliable
Minat membayar ZIS	0.777	Reliable

Sumber : Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan adalah reliabel.

D. Analisis Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.17:

Tabel 4.17
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.46263902
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		.482
Asymp. Sig. (2-tailed)		.974

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan Tabel 4.17 didapatkan hasil bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,974 > \alpha (0,05)$. Jadi, dapat disimpulkan data pada penelitian berdistribusi normal.

2. Analisis Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.18 sebagai berikut :

Tabel 4.18
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.469	5.130		.871	.390		
Promosi	-.154	.156	-.144	-.991	.329	.771	1.296
Transparansi	.331	.139	.346	2.386	.023	.778	1.286
kualitas_layanan	.419	.170	.337	2.457	.019	.872	1.146
Religiusitas	.249	.105	.333	2.360	.024	.825	1.212
Pendapatan	.248	.184	.195	1.352	.185	.790	1.266

a. Dependent Variable:

minat_muzakki

Sumber: Output SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.18 didapatkan hasil bahwa VIF masing-masing variabel $< 10,0$ dan nilai Tolerance $> 0,10$. Promosi sebesar 1,296 dengan nilai tolerance 0,771; Transparansi sebesar 1,286 dengan nilai tolerance 0,778; Kualitas Layanan sebesar 1,146 dengan nilai tolerance 0,825;

Religiusitas sebesar 1,212 dengan nilai tolerance 0,825; dan Pendapatan sebesar 1,266 dengan nilai tolerancinya sebesar 0,790. Jadi, dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian yang dilakukan tidak terjadi multikolinearitas.

3. Analisis Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.19 sebagai berikut :

Tabel 4.19
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	.729	2.811		.259	.797
promosi	-.059	.085	-.131	-.696	.491
Transparansi	-.052	.076	-.128	-.680	.501
kualitas_layanan	.064	.093	.122	.689	.496
Religiusitas	.015	.058	.049	.268	.790
Pendapatan	.122	.101	.226	1.211	.234

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Output SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.19 didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen pada penelitian ini lebih besar dari $\alpha(0,05)$. Jumlah Promosi sebesar 0,491; Jumlah Transparansi sebesar 0,501; Jumlah Kualitas Layanan sebesar 0,496; Jumlah Religiusitas sebesar 0,790; dan Jumlah Pendapatan sebesar 0,234. Jadi, dapat disimpulkan data pada penelitian tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

E. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

1. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.20 sebagai berikut :

Tabel 4.20
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656 ^a	.431	.347	2.665

a. Predictors: (Constant), PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, TRANSPARANSI

b. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan Tabel 4.20 didapatkan hasil besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah 0,347 atau 34,7%, hal ini menunjukkan bahwa minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ sebesar 34,7% dipengaruhi oleh variabel Promosi, Transparansi, Kualitas Layanan, Religiusitas dan Pendapatan sisanya 65,3% (100%-34,7%) dipengaruhi variabel lain diluar model penelitian.

2. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Hasil uji signifikan simultan (Uji F) ditunjukkan pada Tabel 4.21 sebagai berikut :

Tabel 4.21
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	182.864	5	36.573	5.149	.001 ^a
Residual	241.511	34	7.103		
Total	424.375	39			

a. Predictors: (Constant), PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, TRANSPARANSI

b. Dependent Variable: MINAT MUZAKKI
Sumber: Output SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.21 didapatkan hasil bahwa nilai signifikan sebesar $0,001 < \alpha (0,05)$. Jadi, variabel independen (Promosi, Transparansi, Kualitas Layanan, Religiusitas dan Pendapatan) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Minat Muzakki) melalui Lembaga Amil Zakat.

3. Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji parsial (Uji t) dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.22 sebagai berikut :

Tabel 4.22
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	3.999	5.201		.769	.447
PROMOSI	-.144	.157	-.135	-.920	.364
TRANSPARANSI	.330	.141	.346	2.345	.025
KUALITAS LAYANAN	.431	.173	.346	2.496	.018
RELIGIUSITAS	.242	.111	.310	2.180	.036
PENDAPATAN	.257	.185	.201	1.386	.175

a. Dependent Variable: MINAT

MUZAKKI

Sumber: Output SPSS 16.0

Hasil pengujian terhadap hipotesis-hipotesis penelitian:

a. Promosi terhadap Minat Muzakki

Berdasarkan Tabel 4.22 variabel promosi memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya negatif sebesar -0,144 dengan signifikansi sebesar 0,364 > alpha (0,05) sehingga promosi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan minat muzakki. Dengan demikian hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ **ditolak**.

b. Transparansi terhadap Minat Muzakki

Berdasarkan Tabel 4.22 variabel transparansi memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya positif sebesar 0,330 dengan signifikansi sebesar $0,025 < \alpha (0,05)$ sehingga variabel transparansi berpengaruh terhadap minat muzakki. Dengan demikian hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa transparansi berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ **diterima**.

c. Kualitas Layanan terhadap Minat Muzakki

Berdasarkan Tabel 4.22 variabel kualitas layanan memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya positif sebesar 0,431 dengan signifikansi sebesar $0,018 < \alpha (0,05)$ sehingga kualitas layanan berpengaruh terhadap minat muzakki. Dengan demikian hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ **diterima**.

d. Religiusitas terhadap Minat Muzakki

Berdasarkan Tabel 4.22 menunjukkan variable Religiusitas memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya positif sebesar 0,242 dengan signifikansi sebesar $0,036 < \alpha (0,05)$ sehingga variable religiusitas berpengaruh terhadap minat muzakki. Dengan demikian hipotesis keempat (H_4) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ **diterima**.

e. Pendapatan terhadap Minat Muzakki

Berdasarkan Tabel 4.22 menunjukkan variabel pendapatan memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya positif sebesar 0,257 dengan signifikansi sebesar $0,175 > \alpha (0,05)$ sehingga Pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki. Dengan demikian hipotesis kelima (H_5) yang menyatakan bahwa Pendapatan berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ **ditolak**.

Tabel 4.23

RINGKASAN SELURUH HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

Kode	Hipotesis	Hasil
H₁	Promosi berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ	Ditolak
H₂	Transparansi berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ	Diterima
H₃	Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ	Diterima
H₄	Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ	Diterima
H₅	Pendapatan berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ	Ditolak

F. Pembahasan (Intepretasi)

1. Pengaruh Promosi terhadap Minat Muzakki membayar ZIS melalui LAZ

Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya (negatif) sebesar 0,144 dengan signifikansi sebesar $0,364 > \alpha (0,05)$. Oleh karena itu hipotesis pertama yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ ditolak.

Penelitian ini tidak berhasil mendukung penelitian yang dilakukan oleh Maimunah (2016) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ, namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2016) yang menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Brebes.

Hal ini diduga karena pesan dalam promosi yang dilakukan Lembaga Amil Zakat tidak tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Kurang insentifnya promosi yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat baik melalui iklan media elektronik, media cetak dan media promosi lainnya, mengakibatkan masyarakat belum mengetahui tentang Lembaga Amil Zakat secara menyeluruh, sehingga muzakki kurang mempertimbangkan promosi dalam menyalurkan ZIS mereka. Pendapat lain juga diungkapkan oleh Amalia (2016) bahwa Lembaga Amil Zakat harus lebih terbuka dan bersedia

turun tangan terjun langsung ke lapangan untuk lebih mensosialisasikan lembaga mereka dan program-program atau produk yang mereka miliki. Komunikasi publik harus diterapkan lebih optimal. Televisi, radio, koran, majalah merupakan media yang lebih efektif digunakan untuk mengenalkan dan menginformasikan produk LAZ kepada masyarakat. Selain itu, pendekatan komunikasi juga dapat ditempuh melalui seminar-seminar di perguruan tinggi, organisasi kemasyarakatan, organisasi kemahasiswaan maupun pengenalan melalui sekolah-sekolah.

2. Pengaruh Transparansi terhadap Minat Muzakki membayar ZIS melalui LAZ

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel Transparansi memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya positif sebesar 0,330 dengan signifikansi sebesar $0,025 < \alpha (0,05)$. Oleh karena itu, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Transparansi berpengaruh positif signifikan terhadap minat Muzakki membayar ZIS melalui LAZ diterima.

Penelitian ini berhasil mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati dkk (2014) yang menunjukkan bahwa transparansi laporan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penerimaan dana zakat pada BAZNAZ Kabupaten dan Kota di Provinsi Jawa Barat serta dalam penelitian Maimunah (2014) yang menyatakan bahwa transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ.

Hal ini dikarenakan apabila suatu Lembaga Amil Zakat memiliki sikap transparansi dalam melaporkan informasi keuangan mereka secara baik, maka masyarakat akan lebih percaya serta memiliki minat atau ketertarikan untuk ikut berpartisipasi membayarkan zakat, infaq dan sedekah melalui lembaga tersebut karena lembaga tersebut dapat memberikan informasi keuangan secara jujur dan terbuka atas pertanggungjawaban dalam pengelolaan sumber daya yang telah dipercayakan.

3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Muzakki membayar ZIS melalui LAZ

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variable Kualitas Layanan memiliki nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,431 dan signifikansi sebesar $0,018 < \alpha (0,05)$. Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ diterima.

Penelitian ini berhasil mendukung penelitian yang dilakukan Mus'ab (2011) yang menyatakan bahwa faktor Kualitas Layanan berpengaruh terhadap minat membayar zakat maal di LAZIS NU dan penelitian dari Herawati (2011) yang menunjukan bahwa faktor pelayanan menentukan preferensi masyarakat untuk menyalurkan zakat.

Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Lembaga Amil Zakat maka muzakki akan memiliki rasa kenyamanan saat melakukan kegiatan membayar zakat, infak dan sedekah mereka melalui Lembaga Amil Zakat tersebut. Selain kenyamanan pelayanan yang diberikan,

muzakki juga harus mendapatkan kemudahan dalam setiap transaksi yang dilakukan seperti pembayaran, penyaluran dana zakat, infaq dan shadaqah, serta perlu memberikan informasi yang diperlukan oleh muzakki.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dimana kualitas layanan berpengaruh terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ menjelaskan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Lembaga Amil Zakat yang diteliti ini sangat baik. Hal ini diduga karena apabila semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Lembaga Amil Zakat maka muzakki akan memiliki rasa nyaman saat melakukan kegiatan membayar zakat, infak, dan shadaqah mereka melalui Lembaga Amil Zakat tersebut.

Selain kenyamanan pelayanan yang diberikan, muzakki juga harus mendapatkan kemudahan dalam setiap transaksi yang dilakukan seperti pembayaran, penyaluran dana zakat/infaq/shadaqah dan perlu memberikan informasi yang diperlukan oleh muzakki. Selain memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi, para pengurus LAZ ini memang memiliki tugas dan kewajiban mereka untuk melayani para muzakki yang ingin membayar ZIS mereka melalui lembaga yang mereka tangani dan tidak memiliki tugas lain diluar LAZ.

4. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Muzakki membayar ZIS melalui LAZ

Hasil uji hipotesis keempat menunjukkan bahwa variable Religiusitas memiliki nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,242 dan signifikansi sebesar $0,036 < \alpha (0,05)$. Oleh karena itu, hipotesis keempat

yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ diterima.

Penelitian ini berhasil mendukung penelitian yang dilakukan Mus'ab (2011) yang menyatakan bahwa faktor Religiusitas berpengaruh terhadap minat membayar zakat maal di LAZIS NU dan penelitian dari Kurniati (2015) yang menunjukkan bahwa faktor religiusitas menentukan preferensi masyarakat untuk menyalurkan zakat, serta penelitian dari M. Abdul Rouf (2011) yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat melalui Rumah Zakat Cabang Semarang.

Hal ini dapat diartikan bahwa tingkat religiusitas seseorang mempengaruhi tingkat kesadaran seseorang itu untuk menjalankan perintah agamanya. Tingkat religiusitas seseorang yang tinggi dapat dilihat dari bagaimana sikap seseorang tersebut menjalankan perintah atau kewajiban agamanya, seperti membayar zakat, infaq atau shadaqahnya. Semakin tinggi tingkat religiusitas muzakki maka akan semakin tinggi pula tingkat kesadaran seseorang untuk membayarkan zakat dan secara ikhlas semata-mata karena Allah SWT memberikan infaq dan shadaqahnya.

5. Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Muzakki membayar ZIS melalui LAZ

Hasil uji hipotesis kelima menunjukkan bahwa variable Pendapatan memiliki nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,257 dan signifikansi sebesar $0,175 > \alpha (0,05)$. Oleh karena itu, hipotesis kelima

yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ ditolak.

Penelitian ini tidak berhasil mendukung penelitian yang dilakukan Rouf (2011) yang menyatakan bahwa faktor Pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat maal di LAZIS NU dan penelitian dari Kurniati (2015) yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap minat muzakki membayar ZIS di LAZIS RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan. Hal ini berarti bahwa tingkat Pendapatan tidak memberikan pengaruh yang begitu berarti terhadap minat seseorang untuk membayarkan ZIS melalui LAZ.

Dalam konsep konsumsi ekonomi Islam, kita harus menggunakan sedikit harta atau penghasilan yang kita punya selain untuk konsumsi juga untuk dilakukan zakat bagi penghasilan yang sudah mencapai nishabnya dan apabila belum kita bisa melakukan infaq atau shadaqah. Hanya saja, untuk hasil penelitian kali ini variabel pendapatan memang memiliki pengaruh akan tetapi tidak begitu signifikan terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ. Hal ini diduga karena para muzakki yang menyalurkan ZIS melalui LAZ ini berpandangan bahwa setiap orang yang berpenghasilan wajib membayarkan kewajiban zakatnya tanpa memahami atau belum mengerti bagaimana cara perhitungannya sehingga para muzakki beranggapan hanya sekedar apabila telah membayar zakat maka telah menunaikan kewajibannya tanpa memperhatikan apakah pendapatan yang mereka peroleh sudah dapat dilakukan perhitungan apakah sudah mencapai nishab atau belum.