

PENGARUH RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN, LOKASI, DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT

Novia Dwi Safitri

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: novia.17081194011@mhs.unsesa.ac.id

Sri Abidah Suryaningsih

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: sriabidah@unesa.ac.id

Abstrak

Zakat merupakan instrumen untuk pemeratakan pendapatan guna mengurangi angka kemiskinan. Potensi zakat di Indonesia, khususnya di Jawa Timur sangat tinggi, namun hal ini belum diimbangi oleh realisasi penghimpunan. Masyarakat cenderung membayar zakatnya secara langsung ke mustahiq. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh religiusitas, kepercayaan, lokasi, dan pelayanan terhadap minat masyarakat Jawa Timur dalam membayar zakat melalui BAZNAS. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan skala pengukuran likert dan teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan uji yang telah dilakukan variabel religiusitas, kepercayaan, dan pelayanan tidak mempengaruhi minat membayar zakat melalui BAZNAS secara parsial. Sedangkan variabel lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS. Secara bersama-sama variabel religiusitas, kepercayaan, lokasi dan pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS.

Kata Kunci :Minat Zakat, Religiusitas, Kepercayaan, Lokasi, Pelayanan

Abstract

Zakat is one of the instruments to equalize income to reduce poverty. The potential for zakat in Indonesia, especially in East Java is very high, but this has not been offset by the realization of the collection. People tend to pay zakat directly to mustahiq. This study aims to determine whether there is an influence of religiosity, belief, location, and service on the interest of the people of East Java in paying zakat through BAZNAS. In this study, the method used is a qualitative approach with a measurement scale using a Likert scale and multiple linear regression analysis techniques. The results showed that the variables of religiosity, trust, and service did not affect the interest in paying zakat through BAZNAS partially. While the location variable affects people's interest in paying zakat through BAZNAS. Together or simultaneously the variables of religiosity, belief, location, and service affect the interest in paying zakat through BAZNAS.

Keywords: Interest in Zakat, Religiosity, Trust, Location, Service

1. PENDAHULUAN

Pada era saat ini, Indonesia masih mengalami kesenjangan ekonomi, kemiskinan dan pendapatan yang belum merata. Data dari BPS menunjukkan di Indonesia jumlah penduduk miskin pada bulan Maret 2020 sebanyak 26,42 juta orang (BPS, 2020). Pemerintah Indonesia terus berupaya melalui berbagai kebijakan dan bantuan yang

diberikan kepada masyarakat miskin untuk meningkatkan taraf hidup perekonomiannya.

Salah satu cara untuk menekan angka kemiskinan di Indonesia adalah dengan melakukan pemerataan distribusi pendapatan antara kelompok yang mampu dengan kelompok yang kurang mampu. Konsep distribusi pendapatan ini dalam Islam diimplementasikan dalam bentuk Zakat, Infaq, Shodaqoh (ZIS). Zakat mampu mendorong perekonomian baik jangka pendek maupun jangka panjang. Zakat sebagai instrumen pemerataan pendapatan dapat mencapai kesejahteraan umat apabila dilaksanakan secara adil, sehingga dapat meminimalkan kemiskinan dan mencapai kesejahteraan (Indriati & Fahrullah, 2019).

Zakat berasal dari kata “zaka” yang artinya berkah, tumbuh, suci bersih dan baik. Dalam terminologi zakat merupakan aktivitas memberikan sebagian harta dalam jumlah dan perhitungan tertentu kepada orang yang berhak (Nurhayati & Wasilah, 2015). Adanya zakat akan mencegah harta terkumpul pada satu individu. Zakat yang dikelola dengan baik, mampu membuka lapangan pekerjaan dan usaha, sekaligus penguasaan aset oleh umat Islam (Hafidhuddin, 2002). Zakat berbeda dengan infaq ataupun sedekah yang bersifat sukarela. Kewajiban membayar zakat telah disampaikan dalam Al-quran Surat At-Taubah ayat 103

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: *“Ambilah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”* (QS. At-Taubah :103)

Zakat menjadi instrumen penting dalam ekonomi Islam khususnya untuk meningkatkan kesejahteraan umat dan mengurangi kemiskinan. Zakat merupakan bentuk jaminan sosial yang ada dalam ajaran Islam. Penghimpunan dana ZIS merupakan sumber dana potensial untuk membantu pemerintah dalam mengatasi kemiskinan (Sumadi, 2017). ZIS berpengaruh negatif terhadap kemiskinan di Indonesia, penyaluran ZIS sebesar 1% dapat menurunkan presentase kemiskinan sebesar 8,19% (Munandar & Dkk, 2020).

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia. Pada tahun 2020, Indonesia memiliki jumlah penduduk beragama muslim sebanyak 229,62 juta jiwa. Sebanyak 87,2% penduduk Indonesia beragama Islam. Hal ini menggambarkan bahwa potensi zakat di Indonesia sangat besar. Islamic Development Bank (IRTI-IDB) menyebutkan bahwa Indonesia memiliki potensi zakat hingga Rp 217 Triliun. Potensi zakat ini harus dikelola secara maksimal agar dapat memberikan manfaat bagi umat.

Pengelolaan zakat di Indonesia dilakukan lembaga pemerintah yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan dibantu oleh lembaga yang dikelola oleh masyarakat yaitu Lembaga Amil Zakat (LAZ). BAZNAS merupakan lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan ZIS, termasuk di dalamnya melakukan penghimpunan dan penyaluran. BAZNAS juga membentuk Unit Pengumpul Zakat (UPZ) untuk membantu mengumpulkan zakat. Berdasarkan outlook zakat yang dirilis oleh BAZNAS, jumlah penghimpunan dana ZIS terus mengalami kenaikan.

Tabel 1 Penghimpunan Dana ZIS Tahun 2018-2019

No.	Jenis Dana	2018	2019
1	Zakat Maal-Penghasilan	3.302.249.700.640	3.951.113.706.297
2	Zakat Maal-Badan	492.422.843.634	306.737.147.482
3	Zakat Fitrah	1.112.605.640.958	1.406.144.490.186
4	Infaq/Sedekah Terikat	963.154.055.758	712.309.604.322
5	Infaq/Sedekah Tidak Terikat	1.439.878.355.805	2.582.142.106.259
6	CSR	114.347.788.466	96.395.440.616
7	Dana Sosial Keagamaan Lainnya	692.939.298.007	1.173.101.311.393
	Jumlah	8.117.597.683.268	10.227.943.806.555

Sumber: Outlook Zakat Indonesia 2021

Dibandingkan dengan potensi yang ada jumlah penghimpunan dana ZIS masih relatif kecil. Penelitian yang dilakukan Puskas BAZNAS pada tahun 2019 menyatakan Indonesia memiliki potensi zakat hingga Rp 233,8 Triliun, namun baru sekitar Rp 8 triliun atau 3,5% yang terkumpul (Puskas BAZNAS, 2020). Jumlah muzaki yang menyalurkan zakat baik melalui BAZNAS maupun Lembaga Amil Zakat masih juga relatif sedikit. Pada tahun 2019 jumlah muzaki mengalami penurunan jika dibandingkan dengan tahun 2018. Penelitian yang dilakukan oleh Clarashinta, Fikriyah dan Yasin (2017) menunjukkan hal serupa, dimana terjadi ketimpangan antara orang yang membayar zakat dengan muzakki. Pada tahun 2006-2015, kurang dari 0,1% para muzakki yang membayar zakatnya melalui Badan Amil Zakat (Canggih & Dkk, 2017).

Provinsi Jawa Timura adalah salah satu provinsi di Indonesia dengan penduduk terbanyak dan didominasi oleh penduduk muslim. Berdasarkan sensus BPS Indonesia tahun 2010 mayoritas penduduk Jawa Timur memeluk agama Islam dengan jumlah mencapai 36.328.341 jiwa (BPS JawaTimur, 2020). Potensi zakat provinsi Jawa Timur menempati posisi kedua setelah DKI Jakarta yaitu sebesar Rp 35.807,6 Miliar atau 2,42% dari PDRB. Potensi zakat pertanian di Jawa Timur sebesar Rp 2.817,50 (dalam miliar), zakat perternakan sebesar Rp 2.072,9 (dalam miliar), zakat uang sebesar Rp5.617,6 (dalam miliar), zakat perusahaan (BUMD) sebesar Rp 60,4 (dalam miliar) dan potensi zakat penghasilan sebesar Rp 25.238,2 (dalam miliar). Faktor yang menyebabkan tingginya potensi tersebut dikarenakan Jawa Timur memiliki tingkat perekonomian yang cukup baik dengan penduduk mayoritas beragama Islam (PUSKAS BAZNAS, 2019). Besarnya potensi zakat di Jawa Timur belum mampu direalisasikan secara maksimal. Pada tahun 2019 BAZNAS Jawa Timur mencatat jumlah penerimaan zakat sebesar Rp 7,3 Miliar sedangkan jumlah penerimaan dana infaq/sedekah sebesar Rp 4,2 Miliar (BAZNAS Provinsi JawaTimur, 2019). Jumlah realisasi ini masih jauh dibandingkan dengan jumlah potensi zakat di Jawa Timur sebesar Rp 35.807,6 Miliar.

Permasalahan yang muncul dalam masyarakat adalah masyarakat belum sepenuhnya paham kelompok yang berhak menerima zakat dan mana yang lebih utama antara disalurkan langsung kepada mustahiq atau melalui amil zakat. Muzakki merasa tenang melihat zakatnya disalurkan secara langsung kepada pihak yang dianggap berhak menerima. Namun penyaluran secara langsung seringkali tidak tepat sasaran. Penyaluran zakat secara langsung oleh muzakki terkadang dipengaruhi oleh kedekatan emosi, misalnya disalurkan kepada kerabat yang dianggap mustahiq, padahal masih banyak orang yang lebih berhak menerima zakat dibandingkan kerabatnya tersebut (Kanji & Dkk, 2011)

Rendahnya minat pembayaran zakat melalui BAZNAS disebabkan beberapa faktor yang menjadi kendala penghimpunan zakat, antara lain pengetahuan masyarakat tentang zakat masih kurang, tingkat kesadaran untuk membayar zakat yang rendah, kurangnya transparansi lembaga pengelola zakat sehingga tingkat kepercayaan masyarakat rendah, ditambah dengan kebiasaan masyarakat yang membayar zakat secara langsung (Hildawati & Dkk, 2021). Dalam KBBI minat artinya kecenderungan hati terhadap sesuatu yang disukai (Sugono, 2008).

Menurut Mappier dalam Nuraini dan Ridla (2015) pengertian minat adalah perhatian terhadap suatu keinginan. Dengan demikian minat berzakat adalah suatu dorongan atau keinginan muzakki untuk berzakat melalui BAZNAS. Menurut Nuraini dan Ridla (2015) minat seorang individu dapat diukur menggunakan 3 indikator yaitu ketertarikan yang ditunjukkan dengan perhatian yang terpusat dan perasaan senang, keinginan untuk memiliki atau melakukan sesuatu, keyakinan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap sesuatu yang akan digunakan.

Minat yang timbul dari setiap individu dipengaruhi oleh kondisi individu tersebut sehingga sifat minat tidak menentu. Timbulnya minat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, dorongan dari individu sendiri, motif sosial, dan emosional. Faktor utama yang mempengaruhi munculnya minat adalah dorongan individu dan dipengaruhi oleh faktor sosial berupa interaksi sosial dan faktor emosional. Terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat, yakni religiusitas, pengetahuan, kepercayaan dan pendapatan (Rakhmania, 2018). Dalam penelitian Amalia dan Tika (2019) minat berzakat juga dipengaruhi oleh akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan. Selain itu pemilihan lokasi BAZNAS juga dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat. Penelitian oleh Daulay dan Lubis (2015) menyatakan lokasi yang cukup jauh cenderung membuat masyarakat enggan untuk menyalurkan zakatnya melalui Badan Amil Zakat atau Lembaga Amil Zakat.

Religiusitas merupakan aspek-aspek agama yang dihayati oleh seseorang. Religiusitas menunjukkan nilai dari seseorang dalam menghayati norma agama. Adanya penghayatan terhadap agama akan berpengaruh terhadap sikap individu tersebut. Individu yang religius adalah orang saleh yang memiliki sikap taat kepada Allah untuk melaksanakan perintah dan menjauhi larangan-Nya (Suryadi & Hayat, 2021). Menurut Satrio dan Siswanto (2016) kesadaran seseorang untuk membayar zakat dipengaruhi oleh nilai orang tersebut terhadap norma syariah khususnya kewajiban zakat. Allah memerintahkan umat-Nya untuk melaksanakan seluruh ajaran Islam tidak terkecuali zakat, hal ini merupakan representasi dari keimanan yang harus dilakukan dalam kehidupan sehari-hari (Maulana & Fahrullah, 2020). Perintah untuk melaksanakan seluruh ajaran Islam dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 208

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu.”* (QS. Al-Baqarah : 208)

Definisi operasional variabel religiusitas dalam penelitian ini adalah pemahaman

seseorang tentang kewajiban zakat dan tingkat kesadaran dalam membayar zakat. Menurut C.Y Glock dan R. Strak dalam Larasati (2017) Religiusitas memiliki 5 indikator, yaitu keyakinan, pengalaman atau parakti, penghayatan, pengetahuan dan konsekuensi.

Kepercayaan berkaitan erat dengan konsep kredibilitas. Kepercayaan diartikan sebagai keyakinan atau kepercayaan pada integritas, karakter, dan kemampuan seorang pemimpin (Robbins, 2017). Kepercayaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai keyakinan dan kemauan muzakki untuk mengandalkan dan menggunakan BAZNAS dalam menyalurkan zakatnya. Menurut Robbins (2017) terdapat 5 dimensi yang membentuk kepercayaan, yaitu integritas, kompetensi, konsistensi, loyalitas, dan keterbukaan. Kepercayaan kepada organisasi pengelola zakat sangat penting, hal ini dikarenakan adanya keterkaitan jangka panjang dari setiap pihak untuk selalu berkomitmen berdasarkan keandalan, kemampuan dan integritas dari lembaga pengelola.

Lokasi merupakan salah satu faktor penting bagi suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi konsumen. Lokasi atau tempat berdirinya suatu usaha akan mempengaruhi pembelian oleh konsumen (Purnomo, 2016). Definisi operasional variabel lokasi adalah tempat BAZNAS melakukan kegiatan operasionalnya termasuk penghimpunan, pengelolaan dan penyaluran zakat. Pemilihan lokasi BAZNAS merupakan keputusan penting yang harus dipertimbangkan agar dapat membujuk muzakki untuk membayar zakat melalui BAZNAS. Menurut Tjiptono dalam Mandasari (2011) indikator variabel lokasi adalah akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir dan lingkungan. Menurut Yuliani (2018) lokasi dapat menjadi kendala muzakki dalam membayar zakatnya. Lokasi yang jauh dan sulit dijangkau oleh masyarakat menjadi alasan masyarakat tidak membayar zakatnya ke BAZNAS.

Pelayanan merupakan proses pemenuhan hak seseorang baik pribadi maupun kelompok dan dilakukan secara universal (Nurdin, 2019). Dalam kegiatan pelayanan terjadi interaksi antara 2 pihak yaitu BAZNAS dan muzakki. Definisi operasional variabel pelayanan adalah penilaian muzakki terhadap pemenuhan kebutuhan dan hak muzakki dengan serangkaian sistem, prosedur atau metode yang digunakan BAZNAS. Masyarakat akan membandingkan ekspektasi mereka dengan pelayanan yang diberikan. Untuk itulah dalam memberikan pelayanan perlu kehati-hatian dengan memperhatikan kualitas pelayanan (Mulyawan, 2016). Memberikan pelayanan yang terbaik adalah suatu pekerjaan yang mulia. Rasulullah telah mengajarkan kepada umat Islam untuk menerapkan nilai-nilai Islami dalam kehidupan sehari-hari tidak terkecuali ketika bermuamalah. Rasulullah memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dengan sikap jujur, ramah dan profesional. Apabila umat Islam menerapkan dengan baik contoh dari Rasulullah maka dapat umat Islam dapat menjadi umat yang menjunjung tinggi pelayanan yang prima dan profesional (Habibah & Fahrullah, 2020). Pengukuran kualitas pelayanan ditelaah dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Zaithmal dkk dalam Mulyawan (2016) yaitu bukti langsung, keandalan, tanggapan, jaminan dan empati.

Berdasarkan pemaparan di atas, realitas yang terjadi menjadi suatu permasalahan yang perlu dikaji secara komperhensif. Permasalahan yang kini terjadi adalah perbandingan potensi dan realisasi zakat yang masih jauh serta belum optimalnya pengumpulan dana zakat yang disebabkan oleh rendahnya minat muzakki. Terdapat beberapa faktor yang menjadi fokus penelitian yang mungkin dapat

memunculkan minat membayar zakat melalui BAZNAS pada masyarakat di Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan guna mengetahui apakah religiusitas, kepercayaan, lokasi dan pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS baik secara parsial maupun simultan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan menyebarkan kuisioner online melalui googleform kepada masyarakat muzakki di Jawa Timur. Instrumen penelitian diukur menggunakan skala likert dengan 5 alternatif jawaban yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), Netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Populasi penelitian ini adalah masyarakat muzakki di Jawa Timur. Sampel diambil menggunakan metode *Probability Sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling* yang dilakukan secara acak (Sugiyono, 2013). Dalam menentukan jumlah sampel yang tidak diketahui populasinya, maka digunakan rumus yang dikemukakan Wibisono sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{e} \right)^2 \quad (1)$$

$$n = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,4 = 100 \text{ (Dibulatkan)}$$

Keterangan:m

n = jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = nilai tabel Z dengan tingkat keyakinan 95% adalah 1,96

σ = standar deviasi 0,25

e = tingkat kesalahan (5%)

Dengan demikian sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden muzakki di Jawa Timur. Teknik analisis data dalam penelitian adalah uji alat ukur melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik melalui uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f. Pada uji regresi linier berganda rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e \quad (2)$$

Keterangan:

Y = Minat membayar zakat melalui BAZNAS

a = Konstanta

X1 = Religiusitas

X2 = Kepercayaan

X3 = Lokasi

X4 = Pelayanan

e = Error

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran kuisioner dalam penelitian ini dilakukan secara online kepada masyarakat di Jawa Timur. Sebanyak 100 responden yang berdomisili di 23 kabupaten

atau kota di Jawa Timur ikut berpartisipasi dalam pengisian kuisioner. Data dari penyebaran kuisioner diperoleh klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan perbulan. Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan analisis menggunakan aplikasi SPSS *Statistics* 17.

Tabel 2. Karakteristik Responden

	Kelompok Responden	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	71	71%
	Perempuan	29	29%
Usia	17-25 Tahun	80	80%
	26-35 Tahun	11	11%
	36-45 Tahun	3	3%
	45-55 Tahun	1	1%
Pekerjaan	PNS	5	5%
	Karyawan	6	6%
	Wirasaha	43	43%
Pendapatan	Lain-lain	13	13%
	Rp 1.000.000-Rp 2.000.000	61	61%
	Rp 2.000.0001-Rp 3.000.000	20	20%
	Rp 3.000.0001-Rp 4.000.000	8	8%
	>Rp 4.000.000	11	11%

Sumber: Data primer diolah penulis

Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan sebanyak 71%. Berdasarkan kelompok usia responden, kelompok usia 17-25 tahun paling banyak berpartisipasi dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 80 responden. Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan didominasi para wirasaha sebanyak 43 orang. Responden dengan tingkat pendapatan Rp 1.000.000-Rp 2.000.000 mendominasi responden penelitian ini sejumlah 61 responden (61%). Dari 100 responden diketahui sebanyak 17 orang (17%) pernah membayar zakat melalui BAZNAS baik ditingkat kabupaten atau kota. Sedangkan sebanyak 83 orang (83%) menyatakan belum pernah membayar zakat melalui BAZNAS.

Uji Validitas

Uji validitas berfungsi guna mengetahui apakah instrumen pertanyaan valid atau tidak. Dalam penelitian ini terdapat 45 instrumen pertanyaan, dimana variabel religiusitas memiliki 10 instrumen pertanyaan kemudian variabel kepercayaan memiliki 9 instrumen pertanyaan, variabel lokasi memiliki 7 instrumen pertanyaan, variabel pelayanan memiliki 11 instrumen pertanyaan dan variabel minat memiliki 8 instrumen pertanyaan. Hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 45 instrumen pertanyaan menunjukkan hasil bahwa seluruh instrumen pertanyaan dinyatakan valid. Hasil uji ini dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel, dan sebaliknya. Nilai r tabel sampel sejumlah 100 responden dengan signifikansi 5% adalah 0,195. Dengan demikian dapat disimpulkan setiap instrumen pertanyaan penelitian ini adalah valid karena telah melebihi nilai r tabel sebesar 0,195, maka uji validitas dinyatakan lolos.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen pertanyaan, sehingga pertanyaan tersebut dapat diandalkan untuk mengukur variabel

penelitian. Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan instrumen dinyatakan valid. Jika nilai *cronbach's alpha* > 0,60 maka instrumen reliabel. Hasil uji reliabilitas atas instrumen pertanyaan variabel religiusitas sebesar 0,815, instrumen pertanyaan variabel kepercayaan sebesar 0,929, instrumen pertanyaan variabel lokasi sebesar 0,927, instrumen pertanyaan variabel pelayanan sebesar 0,965 dan instrumen pertanyaan variabel minat sebesar 0,940. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh instrumen pertanyaan dinyatakan reliabel karena nilai tersebut lebih besar dari 0,60.

Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi guna mengetahui data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan metode *kolmogorovsmirnov*, ketentuannya nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berdasarkan tabel *one sample kolmogorv smirniv test*, hasil uji normalitas penelitian ini adalah 0,177. Sehingga data dalam penelitian ini berdistribusi normal, karena hasil uji normalitas lebih besarddari 0,05.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas berfungsi guna mengetahui ada atau tidak ketidaksamaan variasi dari nilai residual antar penelitian dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak terjadi gejala heteokedastisitas. Dalam penelitian ini gejala heterokedastisitas dideteksi dengan melakukan uji glejser. Model regresi yang terdapat masalah heterokedastisitas, nilai signifikasinya > 0,05. Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menunjukkan hasil signifikansi setiap variabel lebih besar dari 0,05. Sehingga tidak terjadi masalah heterokedastisitas dalam penelitian ini.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan guna menguji apakah ada korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang tidak terjadi multikolinieritas dikatakan model regresi yang baik. Gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00, maka tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Hasil uji multikolinieritas penelitian ini menunjukkan variabel religiusitas memiliki nilai tolerance 0,774 dan VIF 1,291, variabel kepercayaan memiliki nilai tolance 0,367 dan VIF 2,723, variabel lokasi memiliki nilai tolerance 0,336 dani VIF 2,976 dan variabel pelayanan nilai tolerancenya 0,317 dan nilai VIF 3,153. Artinya dalam penelitian ini tidak terjadi gejala mulltikolinieritas karena hasil uji tolerance > 0,10 dan VIF > 10,00.

Uji Regresi Berganda

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.705	4.821		.146	.884
Religiusitas	.003	.115	.002	.025	.980
Kepercayaan	.091	.104	.092	.875	.384
Lokasi	.718	.141	.560	5.095	.000
Pelayanan	.140	.087	.181	1.604	.112

a. Dependent Variable: Minat Zakat

Sumber: Output SPSS 17, data diolah penulis

Dari hasil uji regresi diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y=0,705+0,003X_1+0,091X_2+0,719X_3+0,140X_4+ e$$

Dari hasil persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta adalah nilai variabel minat membayar zakat sebelum dipengaruhi variabel religiusitas, kepercayaan, lokasi dan pelayanan sebesar 0,705
2. Koefisien variabel religiusitas adalah 0,003 dan nilai signifikasinya lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat melalui BAZNAS.
3. Koefisien variabel kepercayaan adalah 0,091 dan nilai signifikasinya lebih dari 0,05. Artinya variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap variabel minat membayar zakat melalui BAZNAS.
4. Koefisien variabel lokasi adalah 0,719 dengan nilai signifikasi kurang dari 0,05. Artinya apabila variabel lokasi meningkat satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap maka variabel minat membayar zakat melalui BAZNAS akan meningkat sebesar 0,719.
5. Koefisien variabel pelayanan adalah 0,140 dan nilai signifikasinya lebih dari 0,05. Artinya variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap variabel minat membayar zakat melalui BAZNAS.

Uji T

Hasil uji T diperoleh dengan menganalisis nilai signifikasi dan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Variabel independen dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen jika nilai signifikasi kurang dari 0,05 dan nilai t hitung > t tabel dan sebaliknya.

Pada tabel 3 menunjukkan hasil uji t adalah sebagai berikut:

1. Variabel religiusitas (X1) mempunyai nilai t hitung sebesar 0,025 dimana lebih kecil dari nilai t tabel yakni sebesar 1,988 dan nilai signifikasi sebesar 0,980 lebih besar dari 0,05. Sehingga pada variabel religiusitas H0 diterima dan H1 ditolak, dimana tidak ada pengaruh pada variabel religiusitas (X1) terhadap minat zakat (Y).
2. Variabel kepercayaan (X2) nilai t hitungnya 0,875 < 1,988 dan nilai signifikasinya 0,384 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian pada variabel kepercayaan (X2) H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga variabel kepercayaan (X2) tidak ada pengaruhnya terhadap variabel minat zakat (Y).
3. Variabel lokasi (X3) menunjukkan nilai t hitungnya 5,095 lebih besar dibandingkan dengan t tabelnya 1,998 dan nilai signifikasinya 0,000 kurang dari 0,05. Dengan demikian pada variabel lokasi (X3) H0 ditolak dan H1 diterima, artinya variabel lokasi (X3) berpengaruh terhadap variabel minat zakat (Y).
4. Variabel pelayanan (X4) nilai t hitungnya 1,604 < 1,998 dan nilai signifikasinya 0,112 > 0,05. Sehingga variabel pelayanan (X4) H0 diterima dan H1 ditolak, dimana tidak ada pengaruh pada variabel pelayanan (X4) terhadap variabel minat zakat (Y).

Uji F

Uji F atau simultan berfungsi untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara gabungan. Interpretasi uji F dianalisis dengan membandingkan nilai f hitung dengan f tabel. Apabila nilai f hitung lebih besar dari f tabel maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan dan sebaliknya. Berdasarkan hasil uji F, nilai f hitung pada penelitian ini

sebesar 37,837, sedangkan nilai f tabel diperoleh sebesar 2,47. Sehingga H_0 diterima, dimana variabel religiusitas, kepercayaan, lokasi dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat zakat.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi berfungsi guna melihat seberapa besar presentasi pengaruh variabel independen yaitu religiusitas, kepercayaan, lokasi, dan pelayanan terhadap variabel dependen yaitu minat zakat secara simultan. Besarnya nilai koefisien determinasi umumnya antara 0-1. Semakin mendekati 1 maka pengaruh variabel independen semakin kuat. Hasil uji koefisien determinasi dilihat dari tabel *model summary*, dinilai R square penelitian ini sebesar 0,614. Artinya variabel independen yaitu variabel religiusitas, kepercayaan, lokasi dan pelayanan secara simultan memberikan pengaruh pada variabel independen yaitu minat zakat sebesar 61,4%. Dan sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pengaruh Variabel Religiusitas Terhadap Minat Berzakat Masyarakat Jawa Timur Melalui BAZNAS

Dari hasil pengujian hipotesis melalui uji t didapatkan kesimpulan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat zakat. Diketahui melalui nilai t hitung variabel religiusitas yaitu 0,025 lebih kecil dari t hitungnya 1,988 dan nilai signifikansi sebesar 0,980 lebih besar dari 0,05. Artinya religiusitas tidak dapat meningkatkan minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian oleh Satrio dan Siswanto (2016) karena religiusitas merupakan faktor yang muncul dalam diri individu masing-masing. Pemahaman setiap individu dalam melaksanakan ajaran agama dapat berbeda-beda. Perilaku setiap individu dipengaruhi oleh religiusitas sesuai kadar ketaatannya masing-masing. Pemahaman agama yang berbeda membuat pengamalan pemahaman agama juga berbeda. Hal inilah yang membuat religiusitas tidak mempengaruhi minat membayar zakat (Nugroho & Nurkhin, 2019). Penelitian yang selaras adalah penelitian oleh Naniyah (2019) yang menyatakan bahwa variabel religiusitas tidak mempengaruhi minat membayar zakat.

Pengaruh Variabel Kepercayaan Terhadap Minat Berzakat Masyarakat Jawa Timur Melalui BAZNAS

Hasil uji t menunjukkan tidak ada pengaruh antara variabel kepercayaan terhadap minat zakat. Dibuktikan dengan hasil uji t , nilai t hitung < nilai t tabel, dan nilai signifikasinya $0,384 > 0,05$. Artinya adanya kepercayaan tidak meningkatkan minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS. Menurut (Firmansyah, 2018) kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen terhadap merk, korporasi, dan objek lainya mungkin tidak sesuai dengan kenyataan. Kepercayaan atau keyakinan konsumen terhadap suatu produk berkaitan dengan emosi dan perasaannya, dimana emosi tersebut ditentukan oleh situasi dan kondisi individunya. Namun belum tentu setiap konsumen yang memiliki keyakinan yang sama akan menunjukkan emosi yang sama. Hal ini disebabkan karena situasi dan kondisi masing-masing individu yang berbeda. Sikap dan kepercayaan yang telah terbentuk akan menciptakan suatu hierarki. Pertama, konsumen membentuk kepercayaan, kemudian mengembangkan sikap dan akhirnya membeli atau sebaliknya.

Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian oleh (Rakhmania, 2018) karena kepercayaan berkaitan dengan emosi dan perasaan yang dapat berbeda pada masing-masing individu. Setiap individu yang memiliki keyakinan atau kepercayaan yang sama

belum tentu memiliki emosi yang sama.. Hal inilah yang membuat kepercayaan tidak mempengaruhi minat membayar zakat melalui BAZNAS, karena penyaluran zakat oleh masyarakat masih tergantung kedekatan emosi dengan musthiq. Muzakki akan merasa tenang ketika melihat zakatnya disalurkan secara langsung. Penelitian ini mendukung penelitian Pospos (2018) yang menyatakan variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat.

Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap Minat Berzakat Masyarakat Jawa Timur Melalui BAZNAS

Hasil uji t pada variabel lokasi menunjukkan adanya pengaruh antara variabel lokasi terhadap minat membayar zakat melalui BAZNAS. Hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitungnya 5,095 lebih besar dibandingkan dengan t tabelnya 1,998 dan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan lokasi yang strategis dapat meningkatkan minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS. Lokasi berkaitan dengan keputusan perusahaan mengenai dimana produk akan dipasarkan kepada konsumen. Lokasi pemasaran produk harus sesuai dengan sehingga akan tepat sasaran. Tempat yang dipilih tentunya bukan tempat yang melanggar syariat seperti bar, diskotik, dan lain lain. Apabila tempat yang dipilih untuk memasarkan produk termasuk haram, maka produk tersebut juga haram untuk dikonsumsi. Selain itu, citra produk menjadi buruk (Handayani & Fathoni, 2019). Menurut (Wibowo, 2019) tempat atau lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan pemasaran. Tempat yang strategi akan mengundang lebih banyak pelanggan, dari pada tempat yang sulit dijangkat oleh pelanggan.

Adanya pengaruh lokasi terhadap minat juga diungkapkan pada penelitian Mandasari (2011) yang menyatakan lokasi berpengaruh terhadap minat beli secara positif dan signifikan. Penelitian Fitriana (2020) juga menyatakan lokasi mempengaruhi minat menabung, semakin strategis lokasi maka minat menabung akan semakin meningkat. Pada penelitian Yuliani (2018) menunjukkan bahwa lokasi BAZNAS yang cukup jauh dan sulit ditempuh cenderung menurunkan minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS, dan sebaliknya. Lokasi yang strategis, mudah ditempuh akan membuat masyarakat tertarik membayar zakat melalui BAZNAS.

Pengaruh Variabel Pelayanan Terhadap Minat Berzakat Masyarakat Jawa Timur Melalui BAZNAS

Berdasarkan hasil uji t, variabel pelayanan tidak mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS. Dari hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitungnya $< t$ tabel dan nilai signifikasinya $0,112 > 0,05$. Artinya pelayanan tidak membuat minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS meningkat. Hasil penelitian ini menolak penelitian yang pernah dilakukan oleh Amalia dan Tika (2019) yang menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat. Baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh BAZNAS tergantung pada penilaian muzakki. Penilaian ini merupakan bentuk persepsi muzakki. Menurut (Walgito, 2004) persepsi adalah pengorganisasian dan penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima. Pembentukan persepsi dapat dipengaruhi oleh perasaan, kemampuan berpikir dan pengalaman-pengalaman individu, hal ini yang menjadikan persepsi setiap individu berbeda meski dengan stimulus yang sama. Pelayanan yang diberikan oleh BAZNAS berperan sebagai stimulus muzakki. Namun pelayanan tersebut belum mampu diterima dengan baik.

Berdasarkan hasil kuisioner penelitian yang dilakukan, responden yang pernah melakukan pembayaran zakat melalui BAZNAS hanya 17 responden, sisanya sebanyak 83 responden belum pernah menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS. Hal ini menyebabkan muzakki tidak dapat mengevaluasi pelayanan yang berupa bukti langsung dari BAZNAS meliputi sarana, perlengkapan, fasilitas, dan sikap pegawai. Dengan demikian BAZNAS menjadi kurang optimal untuk mencapai tujuan dari dimensi bukti langsung yaitu untuk memberikan kesan baik tentang kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada muzakki. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Naniyah (2019) dimana kualitas pelayanan tidak mempengaruhi minat membayar zakat. Penelitian lain yang selaras adalah penelitian Nuraini dan Ridla (2015) yang menyatakan kualitas pelayanan tidak mempengaruhi minat muzakki membayar zakat secara signifikan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap masyarakat di Jawa Timur terkait pengaruh variabel religiusitas, kepercayaan, lokasi, dan pelayanan terhadap minat membayar zakat melalui BAZNAS, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan. Pertama, variabel religiusitas tidak mempengaruhi minat membayar zakat melalui BAZNAS, sehingga religiusitas tidak meningkatkan minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS dengan nilai koefisien sebesar 0,003. Kedua, variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat melalui BAZNAS, sehingga adanya kepercayaan terhadap BAZNAS tidak dapat meningkatkan minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS dengan nilai koefisien sebesar 0,091. Ketiga, variabel lokasi berpengaruh terhadap minat membayar zakat melalui BAZNAS, lokasi yang strategis akan memudahkan masyarakat menjangkau dan membayar zakatnya melalui BAZNAS, sehingga akan meningkatkan minat membayar zakat. Apabila variabel lokasi meningkat satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap maka variabel minat membayar zakat melalui BAZNAS akan meningkat sebesar 0,719. Keempat, variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS, artinya pelayanan tidak meningkatkan minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS dengan nilai koefisiensi 0,140. Kelima, secara simultan variabel religiusitas, kepercayaan, lokasi dan pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat melalui BAZNAS. Keenam, variabel religiusitas, kepercayaan, lokasi dan pelayanan memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS sebesar 61,4% dan sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Adapun bagi penelitian selanjutnya disarankan agar dapat menambah variabel independen lain yang mungkin dapat berpengaruh terhadap minat membayar zakat melalui BAZNAS, peneliti selanjutnya dapat memfokuskan untuk mencari faktor penyebab rendahnya pembayar zakat melalui BAZNAS, dikarenakan pembahasan tersebut belum banyak dibahas secara lebih mendalam.

5. REFERENSI

- Amalia, N., & Tika, W. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan Terpadu Terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat (Studi pada LAZ Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(9), 1756–1769.
- BAZNAS Provinsi Jawa Timur. (2019). *Laporan Keuangan Dan Laporan Auditor*

- Independen BAZNAS Provinsi Jawa Timur 2019.*
- BAZNAS, Puskas. (2020). *Outlook Zakat Nasional 2020.*
- BAZNAS, PUSKAS. (2019). *Indikator Pemetaan Potensi Zakat (IPPZ).* Jakarta Pusat: PUSKAS BAZNAS.
- BPS. (2020). Profil Kemiskinan di Indonesia. *Berita Resmi Statistik*, (56), 1–12. Retrieved from <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/01/15/1743/persentase-penduduk-miskin-september-2019-turun-menjadi-9-22-persen.html>
- BPS JawaTimur. (2020). *Hasil Sensus Penduduk 2020 Jumlah penduduk Jawa Timur Hasil.* 1–12.
- Canggih, C., & Dkk. (2017). Inklusi pembayaran zakat di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–11.
- Daulay, A. H., & Lubis, I. (2015). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keengganan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Instansi Bazis/Laz Di Kota Medan (Studi Kasus : Masyarakat Kecamatan Medan Tembung). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol. 3 No.(38), 241–251.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran).* <https://doi.org/10.31227/osf.io/pfjhz>
- Fitriana, D. (2020). Pengaruh Lokasi dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung Pada Bri Syariah Kc Kediri. In *Skripsi.* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Habibah, R., & Fahrullah, A. (2020). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Nilai Islami Terhadap Minat Anggota Menggunakan Simpanan Haji Dan Umroh. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(1), 64–70.
- Hafidhuddin, D. (2002). *Zakat Dalam Perekonomian Modern.* Jakarta: Gema Insani.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam.* Yogyakarta: Deepublish.
- Hildawati, & Dkk. (2021). Pengaruh Pemahaman , Trust , Dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Luwu. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2), 367–378. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jap.v21i2.1340>
- Indriati, C., & Fahrullah, A. (2019). Efektifitas Pendayagunaan Zakat Produktif Pada Pemberdayaan Ekonomi di BAZNAS Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 148–155.
- Kanji, L., & Dkk. (2011). Faktor Determinan Motivasi Membayar Zakat. *Thesis Universitas Hasanuddin*, 1–10.
- Larasati, S. A. E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Berzakat Melalui Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Labuhanbatu Selatan (Studi Kasus Masyarakat Desa Sisumut). In *Skripsi* (Vol. 53, pp. 1689–1699). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Mandasari, K. (2011). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih jasa perhotelan (Studi kasus pada Hotel GRASIA Semarang).* 1–72.
- Maulana, H., & Fahrullah, A. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan Muslim Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Pemekasan. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 90–99.
- Mulyawan, R. (2016). *Birokrasi Dan Pelayan Publik.* Sumedang: UNPAD Press.

- Munandar, E., & Dkk. (2020). Pengaruh Penyaluran Dana Zakat, Infak Dan Sedekah (ZIS) Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan. *Akutansi Dan Keuangan Islam*, 01(01), 25–38.
- Naniyah, E. N. (2019). Analisis Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Lembaga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Baznas Kota Semarang. In *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Nugroho, A. S., & Nurkhin, A. (2019). Pengaruh religiusitas, pendapatan, pengetahuan zakat terhadap minat membayar zakat profesi melalui Baznas dengan faktor usia sebagai variabel moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 955–966. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35723>
- Nuraini, H., & Ridla, M. R. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Untuk Mneyaalurkan Zakat Profesi (Studi di Pos Keadilan Peduli Ummat Yogyakarta). *Jurnal MD*, 01, 207–228.
- Nurdin, I. (2019). *Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku Aparatur Dan Komunikasi Birokrasi Dalam Pelayanan Publik)*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nurhayati, S., & Wasilah. (2015). *Akuntansi Syariah Di Indonesia* (Edisi 4). Jakarta: Salemba Empat.
- Pospos, A. F. F. (2018). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengusaha Warung Kopi Membayar Zakat Di Baitul Maal Kota Langsa. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(2), 155. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v4i2.1096>
- Purnomo, E. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produuk, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama). *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi*.
- Rakhmania, N. A. (2018). the Effect of Income, Religiosity, Belief, and Knowledge on Muzakki’S Preference for Giving Alms Through Alms Agency in Malang City Scientific. *Jurnal Ilmiah*, 6(2), 1–94.
- Robbins, S. P. (2017). *Funndamentals Of Management*. London: Pearson Education.
- Satrio, E., & Siswantoro, D. (2016). Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat. *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, 1(4), 308–315.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugono, D. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Sumadi. (2017). Optimalisasi Potensi Dana Zakat, Infaq, Sadaqah Dalam Pemerataan Ekonomi Di Kabupaten Sukoharjo (Studi Kasus Di Badan Amil. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3. <https://doi.org/10.29062/faqih.v4i2.18>
- Suryadi, B., & Hayat, B. (2021). *Religiusitas: Konsep, Pengukuran dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia.
- Walgito, B. (2004). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: ANDI.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Semarang University.
- Yuliani, M., & Dkk. (2018). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keengganan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Baznas Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and FInance*, 1(November), 1–13.

