

ABSTRAK

Abdullah Mushlihuddin Khalwani: Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah di LAZ Rumah Zakat Pusat

Tidak optimalnya realisasi dari potensi zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di Indonesia merupakan suatu hal yang perlu mendapatkan perhatian khusus. Kondisi ini disebabkan oleh berbagai faktor dan perlu solusi konkret untuk mengatasinya, salah satu caranya adalah dengan meningkatkan minat masyarakat untuk membayar ZIS pada lembaga amil zakat (LAZ), satu di antaranya adalah LAZ Rumah Zakat Pusat. Peningkatan minat masyarakat membayar ZIS tersebut dapat diwujudkan dengan adanya kepercayaan masyarakat disertai dengan kualitas pelayanan yang mumpuni.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat baik secara parsial maupun simultan.

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori minat yang dalam penelitian ini adalah kecenderungan hati masyarakat yang tinggi untuk menyalurkan dana ZIS mereka melalui LAZ. Minat masyarakat untuk membayar ZIS pada suatu LAZ dipengaruhi berbagai faktor, di antaranya adalah kepercayaan dan kualitas pelayanan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari kuesioner mengenai alat ukur variabel yang disebar kepada masyarakat yang pernah berdonasi di LAZ Rumah Zakat Pusat dan wawancara dengan salah satu karyawan LAZ Rumah Zakat Pusat serta data sekunder dari studi pustaka. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan bantuan perangkat lunak *SPSS Statistic Version 25*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial dan mempunyai arah positif terhadap minat membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat dengan besaran pengaruh sebesar 45,5%, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial dan mempunyai arah positif terhadap minat membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat dengan besaran pengaruh sebesar 57,7%, serta kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat dengan besaran persentase 60%.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Minat Membayar