

INFLUENCE SERVICE QUALITY AND DONATION COMMUNICATION ON MUZAKKI SATISFACTION ON WALLET DHUAFA VIGILANT NORTH SUMATERA

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KOMUNIKASI BERDONASI TERHADAP KEPUASAN MUZAKKI PADA DOMPET DHUAFA WASPADA SUMATERA UTARA

Rina Rindiyan¹, Nur Rahmah Amini²

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara^{1,2}
rrsweet047@gmail.com¹, nurrahmah@umsu.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality and donation communication on muzakki satisfaction at Dompot Dhuafa Waspada North Sumatra, both partially and simultaneously. This research approach is associative. The population is all Muzakki Dompot Dhuafa Alert North Sumatra and the sample is 100 Muzakki Dompot Dhuafa Alert North Sumatra. Data collection techniques in this research used interview techniques, documentation studies, observations and questionnaires. The data analysis technique in this research uses Multiple Liner Regression Analysis Test, Hypothesis Testing (t Test and F Test), and Coefficient of Determination. Data processing in this research used the SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software program version 29.00. Partially, the Service Quality variable has a significant effect on Muzakki's satisfaction. Partially, the Donation Communication variable has a significant effect on Muzakki Satisfaction. Simultaneously, the variables Perception of Use of Service Quality and Donation Communication have a significant effect on Muzakki Satisfaction.

Keywords: Service, Communication, Satisfacation, Wallet Dhuafa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan Dan Komunikasi Berdonasi Terhadap Kepuasan Muzakki Pada Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara baik secara parsial maupun simultan. Pendekatan penelitian ini adalah asosiatif. Populasinya adalah seluruh Muzakki Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara dan sampelnya sebanyak 100 Muzakki Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, studi dokumentasi, observasi, dan angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Analisis Regresi Liner Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program software SPSS (*Statistic Package for the Social Sciens*) versi 29.00. Secara parsial bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Muzakki. Secara parsial bahwa variabel Komunikasi Berdonasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Muzakki. Secara simultan variabel Persepsi penggunaan Kualitas Layanan dan Komunikasi Berdonasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Muzakki.

Kata Kunci: Layanan, Komunikasi, Kepuasan, Dompot Dhuafa

PENDAHULUAN

Islam adalah sebuah agama yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW yang berpedoman pada kitab suci Al-qur'an yang langsung diwahyukan oleh Allah SWT kepada Rasulullah. Islam merupakan salah satu agama terbesar yang tersebar di seluruh dunia saat ini. Agama islam juga menjadi satu-satunya agama yang diridhai oleh Allah SWT. Kita sebagai umat muslim harus bersyukur karena tinggal di Indonesia, di

mana mayoritas penduduknya beragama Islam, dalam rukun islam yang ke 4 yaitu membayar zakat. Islam mewajibkan umatnya untuk membayar zakat.

Zakat merupakan refleksi kepedulian terhadap sesama muslim dan ikatan sosial kemanusiaan, semua itu berpotensi dapat membangun persatuan di tengah umat. Oleh karena itu bagi setiap orang diwajibkan untuk mengeluarkan zakat, maka wajib atasnya untuk

membayarkannya. Pengumpulan zakat ini juga telah dilaksanakan pada masa Rasulullah SAW. Beliau melibatkan petugas negara dalam mengumpulkan serta membagikan zakat. Hal ini lebih populer disebut dengan Al-Amil atau amil. Manusia, sebagai wakil Allah SAW dan memegang hak khalifah, menyampaikan zakat tersebut pada yang berhak menerimanya. Ditinjau dari proses pemindahan hak milik zakat, harta zakat berpindah kepemilikan pemilik harta (muzakki), melalui badan amil atau secara langsung, kepada kepemilikan Allah melalui mustahik zakat, sehingga zakat bernilai ibadah (Hayati, 2022).

Berdasarkan Q.S At-Taubah ayat 103.

ذٰلِكَ مِمَّنْ اُولٰٓئِمْ صَدَقْتُمْ تَحْتَ اٰمْرِ رَبِّكُمْ يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اِذَا جَاءَكُمْ اُولٰٓئِمْ مِمَّنْ سَاۤءَ بِكُمْ فَاُولٰٓئِمْ مِمَّنْ سَاۤءَ بِكُمْ فَاُولٰٓئِمْ مِمَّنْ سَاۤءَ بِكُمْ فَاُولٰٓئِمْ مِمَّنْ سَاۤءَ بِكُمْ

Artinya: "Ambillah zakat dari harta mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketentraman jiwa bagi mereka Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui"

Perhimpunan dana zakat bisa dikatakan rendah karena disebabkan banyak masyarakat yang masih terbiasa menyalurkan zakat secara langsung kepada mustahik. Padahal pemerintah sudah melakukan sebuah upaya dengan dikeluarkannya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat dan menaunkan akan kedudukan organisasi pengelola zakat yang bertujuan untuk meningkatkan keadilan masyarakat (UU No. 23 Tahun 2011).

Lembaga zakat merupakan badan yang diakui pemerintah guna mengelola sumber dana sosial ataupun dana zakat yang diterima dari muzakki untuk perorangan maupun komunitas sesuai dengan kaidah Islam. Lembaga zakat merupakan lembaga yang berperan untuk

mendistribusikan dana dari muzakki kepada penerima manfaat dengan memberikan retribusi kekayaan secara adil dan merata. Dengan ini dapat dipastikan bahwa masyarakat terhindar dari muzakki kepada penerima manfaat dengan memberikan retribusi kekayaan secara adil dan merata. Dengan ini dapat dipastikan bahwa masyarakat terhindar dari kesenjangan sosial antara orang kaya dan miskin. Selain itu, zakat tidak hanya menjamin keadilan sosial masyarakat melainkan juga meningkatkan kapasitas produksi komunitas muslim.

Lembaga Amil Zakat adalah institusi yang murni didirikan oleh masyarakat dalam bentuk yayasan atau organisasi swasta yang dikelola secara profesional dan mandiri, namun harus dikukuhkan oleh pemerintah, sehingga masyarakat bebas untuk menentukan lembaga amil zakat mana yang dipercaya untuk mengelola zakatnya. Dalam hal ini, masing-masing lembaga amil zakat harus menyiapkan strategi pelayanan dan program yang baik untuk menarik serta meningkatkan jumlah muzakki agar bersedia memberikan kepercayaan kepada lembaga untuk berzakat.

Di Indonesia, ada terdapat lembaga pemerintah yang mana berwenang untuk melakukan pengelolaan dan pendistribusian zakat, seperti Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Selain itu ada juga lembaga swasta pemerintah yaitu Dompot Dhuafa Waspada Medan. Lembaga swadaya masyarakat ini yang bertujuan untuk memfokuskan pada pengelolaan zakat yang salah satunya adalah lembaga Dompot Dhuafa Waspada Medan. Dompot Dhuafa adalah lembaga nirlaba milik masyarakat Indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat

sosial kemanusiaan kaum dhuafa dengan dana ZISWAF (zakat, infak, sedekah, wakaf, serta dana lainnya yang halal dan legal, dari perorangan, kelompok, perusahaan/lembaga).

Bahwa adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana proses pelayanan komunikasi berdonasi terhadap muzakki. Karena Kualitas pelayanan ialah salah satu hal yang sangat penting bagi suatu bisnis maupun lembaga jasa dalam menciptakan kepuasan konsumen yang menjadi tujuan utamanya. Maka dari itu, kepuasan dapat dikatakan sebagai salah satu penentu serta menjadi perhatian utama dari sebuah lembaga jasa. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan masyarakat dan berakhir pada persepsi masyarakat, dalam hal ini muzakki. Sehubungan dengan itu, citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa yang dalam hal ini Lembaga Amil Zakat, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi muzakki. Tujuan lembaga akan bisa dicapai apabila lembaga mengetahui apa saja keinginan serta kebutuhan muzakki atau pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efisien dibandingkan para pesaing (Rodhiya & Rahmawati, 2023). Tujuan zakat tidak sekedar menyantuni orang miskin secara konsumtif, tetapi mempunyai tujuan yang lebih permanen yaitu mengentaskan kemiskinan dan menanggulangi kesenjangan ekonomi. Serta kepuasan masyarakat merupakan aspek terpenting untuk lembaga pengelola zakat. Perilaku masyarakat untuk membayar zakat sangat tergantung pada komunikasi berdonasi mereka terhadap lembaga zakat. Kurangnya komunikasi menjadi salah satu penghambat masyarakat untuk membayar zakat melalui lembaga zakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer dengan menggunakan model regresi linear berganda. Data tersebut diperoleh peneliti dengan menggunakan metode survei dimana peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden secara langsung dan melalui kuesioner online (google form). Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang bersifat kuantitatif yaitu data berupa angka yang dapat dihitung. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel independen yaitu Layanan kualitas layanan (X_1) dan komunikasi (X_2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan muzakki.

Populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisis yang akan diteliti yang mempunyai kuantitas (jumlah) dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari (Sugiyono, 2016). Populasi penelitian ini adalah seluruh Muzakki Pada Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara.

Menurut (Sugiyono, 2018) "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi". Rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus Lemeshow dalam (Lemeshow, 1997) yaitu:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Gambar 1. Rumus Lemeshow

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z α = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai

α = 5% = 1.96

P = Prevalensi outcome, karena data belum didapat, dipakai 50%

Q = 1 - P

L = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka

Berdasarkan rumus, maka

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden dan penulis menggunakan sampel menjadi 100 Muzakki Pada Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan uji kualitas data dengan uji validitas dan uji realibilitas. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji linearitas dan uji heterokedastisitas, uji analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis yang meliputi uji t (Hardani et al., 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

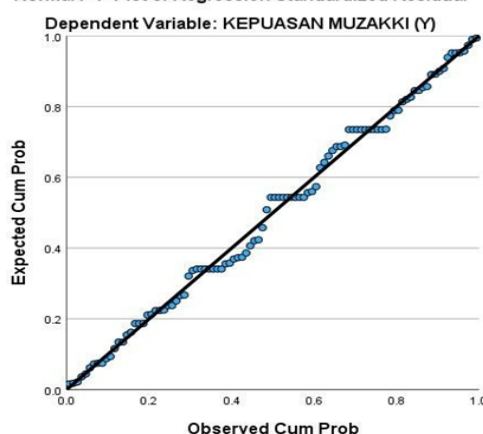
Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal (Santoso, 2019). Normalitas data merupakan hal yang penting karena data yang terdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi. Berdasarkan gambar 1 *normal probability plots* terlihat bahwa titik-titik menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, Sehingga dapat disimpulkan bahwa residu terdistribusi secara normal dan model regresi. Jadi, syarat normalitas sudah terpenuhi.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

**Gambar 2. Uji Normalitas**

Sumber: Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas artinya variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (Purnomo, 2017). Nilai cutoff yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya uji multikolinearitas adalah tidak terjadi gejala multikolinearitas, jika nilai Tolerance ≥ 0.10 dan nilai VIF < 10 . Berdasarkan hasil output SPSS, maka besar nilai VIF dan *tolerance value* dapat dilihat pada tabel 1.1. dibawah ini.

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai tolerance ≥ 0.10 yang berarti bahwa tidak adanya korelasi diantara variabel independen. Dalam hasil perhitungan VIF juga dapat menunjukkan hal yang paling sama, dimana variabel nilai independen dapat memiliki nilai VIF ≤ 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas.

Coefficients^a

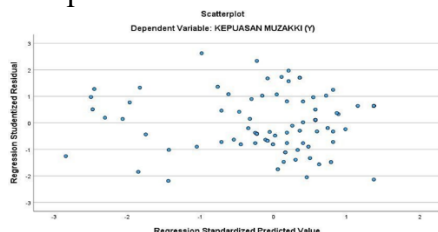
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.701	2.128		5.500	<.001		
	KUALITAS LAYANAN (X1)	.336	.079	.267	4.271	<.001	.620	1.613
	KOMUNIKASI (X2)	.775	.071	.685	10.983	<.001	.620	1.613

a. Dependent Variable: KEPUASAN MUZAKKI (Y)

Sumber: x Pengolahanx Datax SPSSx
29.00x (2024)

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan lainnya (Juliandi, 2015). Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap atau disebut heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil output SPSS maka diagram scatterplot dapat dilihat pada Gambar dibawah ini.



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Pengolahan Data SPSS
29.00 (2024)

Berdasarkan gambar 1.2. diatas dapat dilihat bahwa titik-titik acak (random), baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y

dan tidak menunjukkan pola atau bentuk tertentu. Maka asumsi untuk uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dapat digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Regresi Linier Berganda

Model regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Dan Komunikasi Berdonasi Terhadap Kepuasan Muzakki Pada Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Muzakki

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Layanan

X_2 = Komunikasi

ϵ = Standart Error

Berikut adalah tabel yang merupakan hasil output SPSS.

Tabel 1. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.701	2.128		5.500	<.001		
	KUALITAS LAYANAN (X1)	.336	.079	.267	4.271	<.001	.620	1.613
	KOMUNIKASI (X2)	.775	.071	.685	10.983	<.001	.620	1.613

a. Dependent Variable: KEPUASAN MUZAKKI (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS
29.00 (2023)

Dari tabel diatas dapat ditentukan persamaan regresinya berdasarkan kolom B yang merupakan koefisien regresi pada tiap variabelnya. Jadi persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

$$\text{Kepuasan Muzakki} = 11.701 + 0.336 + 0.775 + \epsilon$$

Berikut penjelasan mengenai

hasil persamaan regresi dapat implementasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 11.701 menunjukkan kualitas layanan dan komunikasi berdonasi dalam keadaan tetap dimana tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol, maka kepuasan muzakki memiliki nilai 11.701.
- b. Nilai koefisien kualitas layanan sebesar 0.336 dengan arah positif menunjukkan bahwa kualitas layanan mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh kenaikan kepuasan muzakki sebesar 0.336 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.
- c. Nilai koefisien komunikasi berdonasi sebesar 0.336 dengan arah positif menunjukkan bahwa komunikasi berdonasi mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh kenaikan kepuasan muzakki sebesar 0.336 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri pengalaman kerja terhadap variabel dependen yaitu disiplin kerja. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- Bila $\text{Sig} > 0.05$, maka H_0 = diterima, sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan terikat.
- Bila $\text{sig} < 0.05$, maka H_0 = ditolak, sehingga ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan terikat.
- Bila $\text{thitung} > \text{ttabel}$, maka H_0 = ditolak sehingga ada pengaruh signifikan antara

variabel bebas dan terikat.

- Bila $\text{thitung} < \text{ttabel}$, maka H_0 = diterima sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan terikat.

Tabel 2. Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.701	2.128		5.500	<.001		
	KUALITAS LAYANAN (X1)	.336	.079	.267	4.271	<.001	.620	1.613
	KOMUNIKASI (X2)	.775	.071	.685	10.983	<.001	.620	1.613

a. Dependent Variable: KEPUASAN MUZAKKI (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Muzakki

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Kualitas Layanan berpengaruh secara individual (parsial) dan mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap Kepuasan Muzakki. Data hasil pengolahan data SPSS Versi 29, maka hasil uji t yang diperoleh sebagai berikut :

$\text{thitung} = 4.271$

$\text{ttabel} = 1.985$

Kriteria pengambilan keputusan :

- 1) H_0 diterima jika : $-1.985 < \text{thitung} < 1.985$, pada $\alpha = 5\%$ dan $df = 96$
- 2) H_0 ditolak jika : $\text{thitung} > 1.985$ atau $-\text{thitung} < -1.985$ pada $\alpha = 5\%$ dan $df = 96$

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Muzakki, maka diperoleh nilai thitung untuk variabel Kualitas Layanan adalah 4.271 dan ttabel dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.985. Variabel Kualitas Layanan memiliki nilai thitung lebih besar dari ttabel ($4.271 > 1.985$) dengan angka signifikan $0.001 > 0.05$. Maka berdasarkan

pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Muzakki.

Pengaruh Komunikasi Berdonasi Terhadap Kepuasan Muzakki

Uji digunakan untuk mengetahui apakah komunikasi berdonasi berpengaruh secara individual (parsial) dan mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap Kepuasan Muzakki. Data hasil pengolahan data SPSS Versi 29, maka hasil uji t yang diperoleh sebagai berikut :

thitung = 10.983

ttabel = 1.985

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) H_0 diterima jika : $-1.985 < \text{thitung} < 1.985$, pada $\alpha = 5\%$ dan $df = 96$
- 2) H_0 ditolak jika : $\text{thitung} > 1.985$ atau $-\text{thitung} < -1.985$ pada $\alpha = 5\%$ dan $df = 96$

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh komunikasi berdonasi terhadap Kepuasan Muzakki, maka diperoleh nilai thitung untuk variabel komunikasi berdonasi adalah 10.983 dan ttabel dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.985. Variabel komunikasi berdonasi memiliki nilai thitung lebih besar dari ttabel ($10.983 > 1.985$) dengan angka signifikan $0.001 > 0.05$. Maka berdasarkan pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif signifikan antara komunikasi berdonasi terhadap Kepuasan Muzakki.

Uji F (Simultan)

Bentuk Pengujiannya sebagai berikut :

- $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)
- $H_0 : \rho \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah :

- Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel bebas (X) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat (Y)
- Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel bebas (X) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Berdasarkan hasil output SPSS maka hasil uji F dapat dilihat pada tabel 1.4 sebagai berikut:

Tabel 3. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	2086.464	2	1043.232	158.679
	Residual	637.726	97	6.574	
	Total	2724.190	99		

a. Dependent Variable: KEPUASAN MUZAKKI (Y)

b. Predictors: (Constant), KOMUNIKASI (X2), KUALITAS LAYANAN (X1)

Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai Fhitung ($158.679 > F_{tabel} (2.70)$ dengan tingkat signifikansi 0.001. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara serempak yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan Kualitas Layanan Dan Komunikasi Berdonasi secara bersama sama terhadap kepuasan muzakki.

Uji Koefisien Determinasi (R^2 - Square)

Menurut (Sugiyono, 2012) koefisien determinasi pada intinya mengatur seberapa jauh dalam

menerangkan variasi variabel dependen.cara lain untuk melihat kesesuaian modeln regresi linear yaitu dengan mengukur konstribusi yang diberikan oleh variabel bebas (X) dalam memprediksi nilai Y.

Berdasarkan hasil output SPSS, maka hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.875 ^a	.766	.761	2.564	1.754

a. Predictors: (Constant), KOMUNIKASI (X2), KUALITAS LAYANAN (X1)
b. Dependent Variable: KEPUASAN MUZAKKI (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2023)

Berdasarkan tabel 1.5. diatas dapat dilihat bahwa nilai R=0,875 untuk hubungan antar variabel dan R Square= 0,766 berarti 76,6% menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yaitu kualitas layanan dan komunikasi berdonasi dalam menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan Muzakki adalah sebesar 76,6%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan Dan Komunikasi Berdonasi dipengaruhi oleh litas Layanan Dan Komunikasi Berdonasi dalam menjelas kan litas Layanan Dan Komunikasi Berdonasi sebesar 76,6%, sedangkan sisanya sebesar (100%-76,6% = 23,4%) yang telah dipengaruhi oleh faktor lain yang belum mampu menjelaskan oleh variabel independen dalam model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan tentang Pengaruh Kualitas Layanan Dan Komunikasi Berdonasi Terhadap Kepuasan Muzakki Pada Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara, dengan hipotesis yang telah ditetapkan .Berikut penjelasannya mengenai masi ng-masing variabel.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Muzakki

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Muzakki, maka diperoleh nilai thitung untuk variabel Kualitas Layanan adalah 4.271 dan ttabel dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.985. Variabel Kualitas Layanan memiliki nilai thitung lebih besar dari ttabel (4.271> 1.985) dengan angka signifikan 0.001>0,05. Maka berdasar kan pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara pasrial ada pengaruh positif signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Muzakki.

Pengaruh Komunikasi Berdonasi Terhadap Kepuasan Muzakki

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh komunikasi berdonasi terhadap Kepuasan Muzakki, maka diperoleh nilai thitung untuk variabel komunikasi berdonasi adalah 10.983 dan ttabel dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.985. Variabel komunikasi berdonasi memiliki nilai thitung lebih besar dari ttabel (10.983> 1.985) dengan angka signifikan 0.001>0,05. Maka berdasarkan pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara pasrial ada pengaruh positif signifikan antara komunikasi berdonasi terhadap Kepuasan Muzakki.

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Komunikasi Berdonasi Terhadap Kepuasan Muzakki

Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai Fhitung (158.679) > Ftabel (2.70) dengan tingkat signifikasi 0.001. Karena profibabilitas

signifikan jauh lebih kecil dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara serempak yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan Kualitas Layanan Dan Komunikasi Berdonasi secara bersama-sama terhadap kepuasan muzakki.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa secara Parsial dan Simultan bahwa variabel Kualitas Layanan Komunikasi Berdonasi sangat berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Muzakki.

Saran

Adapun saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

- 1) Hendaknya bagi perusahaan lebih memperhatikan kualitas layanan dan komunikasi berdonasi karena hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan muzakki.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya penelitian menambahkan variabel atau mengganti variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan muzakki yang tidak dibahas dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Febri, Y, R., Kurniawan, B., & Habibah, A. (2024). Pengaruh Transparansi dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Muzzaki dalam Membayar Zakat di Baznas Kota Jambi. *SANTRI : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*. 2(1). 133-148.

Gultom, D, K. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammad

iyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 81-89.

Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*. 1(1). 14-28.

Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran; Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: ALFABETA.

Mukarom, Zaenal & Laksana, M. W. (2018). *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung : Pustaka Setia

Rodhiya, I., & Rahmawati, L. (2023). Pengaruh Kinerja Pelayanan Amil, Kepercayaan, dan Kualitas Program terhadap Kepuasan Muzakki di LAZISNU Kota Surabaya. *ZAWA: Management of Zakat dan Waqf Journal*. 3(1). 1-16

Chairunisya. (2018). Kapabilitas Manajemen Zakat Dan Wakaf Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pada Dompot Dhuafa Medan. *JIMPAL: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Agama Islam*. 2(1). 1-14.

Hakim, R., Muslikhati., & Rifa'i, M. N. (2020). Zakat dan Pemberdayaan Ekonomi Mustahik: Studi Pada Lembaga Amil Zakat, Infak Dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03), 469-477.

Alghifari, D., & Amini, N.R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mustahik Pada Program

- Zakat Produktif Di Baznas Prov. Sumatera Utara. *AL-SHARF: Jurnal Ekonomi Islam*. 4(3).
- Gunawan, K., (2017). Pelayanan Lembaga Zakat Untuk Meningkatkan Kepuasan Muzakki. Kudus. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*. 4(2).
- Nur'aini, H., & Ridla, M. R. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga Dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi. *Jurnal ManajeMen Dakwah*, 1(2).
- Ahmad, F. (2024). Strategi Komunikasi Pendistribusian Zakat BAZNAS Kota Padang di Bulan Ramadhan. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 5(1), 115-128.
- Sofiyawati, N. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Zakat Tahun 2022. Alhadharah: *Jurnal Ilmu Dakwah*, 21(1), 15-29
- Muhammad, I. W. (2022). Strategi Komunikasi Amil Zakat dan Muzakki dalam Menunaikan Zakat (Studi: Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Lampung Barat) (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Wardhani, R. W. K. (2018). Manajemen Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Barat. *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, 2(1), 12-21.
- Mabrurin, A. (2018). Strategi Pengumpulan Dana Dan Pendistribusian Zakat, Infaq, Shodaqoh Dalam Meningkatkan Kepuasan Muzakki (Studi Kasus Badan Amil Zakat Nasional Tulungagung).
- Zidani, Y. A. *Pengaruh Strategi Penguatan Kelembagaan Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Kepada Lembaga Amil Zakat, Infaq Dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama Pusat (NU Care-LAZISNU Pusat)* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).