40516.pdf

TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS MUZAKKI LEMBAGA AMIL ZAKAT DANA SOSIAL NURUL ISLAM (LAZ DSNI) AMANAH BATAM

TAPM diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Magister Manajemen

UNIVERSITAS TERBUKA

Disusun Oleh :

MARTE LUSIATI

NIM. 015548243

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA
JAKARTA
2010

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf



UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf

UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul
"Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam (LAZ DSNI) Amanah Batam"
adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.
Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

UNIVERSITAS TERBUKA

Batam, 14 Desember 2010

Yang Menyatakan,



(Marte Lusiati)
NIM: 015548243

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf



UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Abstract

The influence of service quality to the satisfaction and Loyality of "Muzakki" Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam (LAZ DSNI) Amanah Batam

Marte Lusiati

Universitas terbuka

Key Words: Service Quality (responsiveness, assurance, tangibles, empathy, and reliability), *muzakki* satisfaction, *muzakki* loyality

This research was conducted to know the influence of service quality (responsiveness, assurance, tangibles, empathy, and reliability) to *muzakki* (person who donate his money) satisfaction, and then influenced the *muzakki* loyality to Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam (LAZ DSNI) Amanah Batam. As a non profit organization, LAZ DSNI needs to enhance the quality of service in order to increase *muzakki* satisfaction and afterward to rise up *muzakki* loyality.

This research was conducted with survey approach. The kind of research used was quantitative descriptive. The description of respondent characteristics and the research data used descriptive analysis. SPSS ver 17 used to statistic analysis and to examine hypothesis.

The population of research was 600 *muzakki* of LAZ DSNI Amanah Batam and with Slovin formula stated 85 *muzakki* as sample of research. To collect data used questioner, interview, and studied of document from secondary data.
The result of research shown that, 1) Service quality (responsiveness, assurance, tangibles, empathy, and reliability) altogether has influence to the *muzakki* satisfaction positively and significantly. 2) The result of regression analysis partially show that responsiveness variable has no positive and significant influence to *muzakki* satisfaction; assurance variable has no positive and significant influence to *muzakki* satisfaction; tangibles variable has positive and significant influence to *muzakki* satisfaction; empathy variable has positive and significant influence to *muzakki* satisfaction; reliability variable has positive and significant influence to *muzakki* satisfaction, 3) Empathy is the most influence variable to *muzakki* satisfaction, 4) Then, *muzakki* satisfaction has positive and significant influence to working satisfaction.

LAZ DSNI Amanah Batam needs to enhance service quality so as to increase the satisfaction and loyality of *muzakki*.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf

Abstrak

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam (LAZ DSNI) Amanah Batam

Marte Lusiati

Universitas Terbuka

martelusiati@gmail.com

Kata Kunci : kualitas pelayanan (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy,* dan *reliability*), kepuasan muzakki, loyalitas muzakki

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy,* dan *reliability*) terhadap kepuasan muzakki, dan selanjutnya mempengaruhi loyalitas muzakki pada Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam (LAZ DSNI) Amanah Batam. Sebagai organisasi nirlaba, LAZ DSNI Amanah perlu meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat meningkatkan kepuasan muzakki dan selanjutnya meningkatkan loyalitas muzakki.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan survey. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Penjelasan karakteristik responden dan data penelitian menggunakan analisis diskriptif. Untuk analisis statistik dan menguji hipotesis menggunakan SPSS ver 17.

Populasi dalam penelitian ini adalah 600 muzakki LAZ DSNI Amanah Batam dan dengan rumus Slovin, ditetapkan sampel sebanyak 85 muzakki. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuisioner, wawancara, dan studi dokumen dengan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1) Kualitas pelayanan (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy,* dan *reliability*) secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan muzakki. 2) Hasil analisis regresi secara parsial menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* tidak berpengaruh positip dan signifikan terhadap kepuasan muzakki; Variabel *assurance* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki; Variabel *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki; Variabel *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki; Variabel *reliability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki. 3) *Empathy* adalah variabel yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan muzakki. 4) Selanjutnya Kepuasan muzakki berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja.

LAZ DSNI Amanah Batam perlu meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas muzakki.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf



UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

LEMBAR PERSETUJUAN TAPM

Judul TAPM	: Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam (LAZ DSNI) Amanah Batam
Penyusun TAPM	: Marte Lusiati
NIM	: 015548243
Program Studi	: Magister Manajemen
Hari / Tanggal	: Selasa, 25 Januari 2011

Menyetujui :

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Chairy	Dr Nuraini Soleiman
NIP. 0314026601	NIP. 19540730 198601 2001

Mengetahui,

Ketua Bidang Program Magister Manajemen	Direktur Program Pascasarjana
Drs. Supartomo Carolus, M.Si	Suciati, Ph, D
NIP. 19521022 198203 1 002	NIP. 19520213 198503 2 001

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

UNIVERSITAS TERBUKA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN

Nama : Marte Lusiati

NIM : 015548243

Program Studi : Magister Manajemen

Judul Thesis : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam (LAZ DSNI) Amanah Batam

Telah dipertahankan di hadapan sidang Panitia Penguji Tesis Program Pascasarjana, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Terbuka pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 25 Januari 2011

Waktu : 18.00 – 19.30

Dan telah dinyatakan LULUS.

PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua Komisi Penguji : .....

Suciati, Ph. D

Penguji Ahli : .....

Dr. Bambang Wiharto

Pembimbing I : .....

Dr. Chairy

Pembimbing II : .....

Dr. Nuraini Soleiman

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf



UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Alloh subhanahu wata'ala, karena atas limpahan rahman dan rahim-Nya, saya dapat menyelesaikan penulisan TAPM (Tesis) ini. Penulisan TAPM ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Terbuka. Tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari mulai perkuliahan sampai pada penyusunan TAPM ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan TAPM ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka;
2. Kepala UPBJJ UT Batam selaku penyelenggara Program Pascasarjana;
3. Dr. Chairy selaku Pembimbing I dan Dr. Nuraini Soleiman selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan TAPM ini;
4. Kabid Program Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Terbuka;
5. Ayahanda H. Djulizar, SH dan Ibunda Hj. Raimasdi, SH beserta keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan moral, dan iringan doa dalam ketulusannya;
6. Suami tercinta H. Moch Aminudin Hadi, SE, S.Sos, MM yang telah memberikan segala dukungan baik material, moral, dorongan semangat, tauladan yang baik, bantuan maksimal, iringan doa, dan perhatian tulusnya;

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

7. Ananda Muhammad Yusuf Abdurrahman yang memberikan motivasi dan menjadi inspirasi untuk menyelesaikan tesis ini;
8. Semua sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan TAPM ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Harapan saya semoga TAPM ini memberikan manfaat bagi pembacanya dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

Batam, 14 Desember 2010

Penulis

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf



UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf

Daftar Isi

	Halaman
Abstrak	ii
Lembar Persetujuan	iii
Lembar Pengesahan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Bagan	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	10
1. Kualitas Pelayanan	10
2. Kepuasan Konsumen	20
3. Loyalitas konsumen	22

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf

B. Penelitian Terdahulu 25

C. Kerangka Pikir 30

D. Definisi Operasional 33

E. Hipotesis Penelitian 37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian 38

1. Unit penelitian..... 38

2. Metode Penelitian 38

3. Jenis Penelitian 38

4. Sifat Penelitian 39

B. Populasi dan Sampel 39

C. Instrumen Penelitian 40

D. Prosedur Pengambilan data 41

E. Pengujian Instrumen 42

1. Uji Validitas 42

2. Uji Reliabilitas 44

F. Metode Analisis Data 46

1. Statistik Deskriptif 46

2. Uji Asumsi Klasik 46

3. Analisis Statistik 48

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN 52

A. Pengumpulan Data dan Gambaran Responden 52

1. Tingkat Respon Responden 52

2. Profil Responden 52

B. Deskripsi Variabel Penelitian 55

1. Variabel *Responsiveness* 55

2. Variabel *Assurance* 56

3. Variabel *Tangibles* 57

4. Variabel *Empathy* 59

5. Variabel *Reliability* 61

6. Variabel Kepuasan Muzakki 63

7. Variabel Loyalitas Muzakki 65

C. Hasil Uji Asumsi Klasik 68

1. Normalitas Data 68

2. Uji Heteroskedastisitas 70

3. Uji Multikolonieritas 71

D. Pengujian Hipotesis 73

1. Hipotesis 1 73

2. Hipotesis 2 75

3. Hipotesis 3 77

E. Pembahasan dan Implikasi 80

1. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy, reliability*) terhadap Kepuasan Muzakki 80

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

2. Pengaruh Variabel *Responsiveness* terhadap Kepuasan Muzakki 83
3. Pengaruh Variabel *Assurance* terhadap Kepuasan Muzakki .. 85
4. Pengaruh Variabel *Tangibles* terhadap Kepuasan Muzakki . 87
5. Pengaruh Variabel *Empathy* terhadap Kepuasan Muzakki ... 91
6. Pengaruh Variabel *Reliability* terhadap Kepuasan Muzakki .. 93
7. Pengaruh Variabel Kepuasan Muzakki terhadap Loyalitas Muzakki 94

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 97
A. Simpulan 97
B. Saran 98

DAFTAR PUSTAKA 101

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf

Daftar Bagan

Halaman

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir 32

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Daftar Gambar

Halaman

Gambar 4.1	Histogram Uji Normalitas Data	69
Gambar 4.2	Grafik PP Plot Uji Normalitas Data	69
Gambar 4.3	Scatter Plot untuk Uji Heteroskedastisitas	71

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf

Daftar Tabel

Halaman

Tabel 1.1 Perolehan ZIS LAZ DSNI Amanah 4

Tabel 2.1 Keterkaitan antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan 23

Tabel 2.2 Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu 26

Tabel 2.3 Operasional Variabel Penelitian 35

Tabel 3.1 Hasil Pengujian Validitas Instrumen 43

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen 45

Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran Rutin, Pendidikan Jenis Kelamin, dan Usia 53

Tabel 4.2 Deskripsi Variabel *Responsiveness* (X1) 55

Tabel 4.3 Diskripsi Variabel *Assurance* (X2) 56

Tabel 4.4 Diskripsi Variabel *Tangibles* (X3) 58

Tabel 4.5 Diskripsi Variabel *Empathy* (X4) 60

Tabel 4.6 Diskripsi Variabel *Reliability* (X5) 62

Tabel 4.7 Diskripsi Variabel kepuasan Muzakki (Y)..... 64

Tabel 4.8 Diskripsi Variabel Loyalitas muzakki (Z) 66

Tabel 4.9 Uji Multikolonieritas 72

Tabel 4.10 Anova 74

Tabel 4.11 Uji R^2 75

Tabel 4.12 Uji t 76

Tabel 4.13 Uji t 78

Tabel 4.14 Uji R^2..... 78

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data dengan Exell

Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 17

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf



UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam keberhasilan s uah organisasi, terutama organisasi yang bergerak dibidang jasa. Kotler & ller (2007) menyatakan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang pat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak ber jud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Selanjutnya, Gronroos (2000) dalam Tjiptono & Chandra (2007) menyatakan bahwa jasa adalah proses ang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak rus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang dised kan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dapat diklasifikasikan menjadi *profit services* dan *non profit services*. Jasa nirlaba (non-profit) mem liki karakteristik khusus, yaitu masalah yang ditangani lebih luas, memiliki 2 kelompok publik utama (kelompok donatur dan kelompok klien), penca ian tujuan tidak hanya ditentukan berdasarkan ukuran finansial (seperti margin laba dan volume penjualan), laba perusahaan jasa nirlaba seringkali tidak berkaitan dengan pembayaran dari pelanggan, dan biasanya perusahaan jasa nirlaba dibutuhkan untuk melayani segmen pasar yang secara ekonomis bisa dikatakan tidak layak (Tjiptono & Chandra, 2007)

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Salah satu contoh lembaga non profit adalah Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam (LAZ DSNI) Amanah, LAZ DSNI Amanah adalah Lembaga Amil Zakat yang berkhidmat di bidang pemberdayaan masyarakat di berbagai sektor, yaitu pendidikan, ekonomi, sosial dan masyarakat. Prioritas pemberdayaannya untuk lokal Batam dan Kepri. Al Mawardi (dalam Ash Shidieqy, 1999) menjelaskan dalam kitab Al Hawi bahwa zakat itu sebutan untuk pengambilan tertentu dari harta yang tertentu, menurut sifat-sifat tertentu untuk diberikan kepada golongan tertentu.

Pengelolaan zakat di Indonesia mempunyai landasan hukum berupa Undang-Undang (UU) Nomor 38 Tahun 1998, yang menjelaskan bahwa terdapat dua kategori pengelola zakat, yaitu:

1. Badan Amil Zakat (BAZ)

   BAZ adalah lembaga pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah baik di tingkat nasional, wilayah, dan daerah hingga ke kecamatan. BAZ di tingkat kecamatan dapat membentuk Unit Pengumpul Zakat (UPZ)

2. Lembaga Amil Zakat (LAZ)

   LAZ adalah organisasi swadaya masyarakat yang bergerak dalam pengelolaan zakat. Keberadaan LAZ di daerah dikukuhkan oleh Kepala Daerah Tingkat I. LAZ dapat berbentuk Satuan Pengumpul Zakat (SPZ) di wilayah kerja masing-masing.

LAZ DSNI Amanah adalah salah satu LAZ yang ada di Batam, dan termasuk LAZ yang pertama. LAZ DSNI Amanah telah dipercaya oleh sekitar 7.000 donatur dari berbagai lapisan masyarakat, antara lain ; pengusaha,

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

karyawan, profesional, guru, dan dosen. LAZ DSNI Amanah juga telah bermitra dengan lebih kurang 200 perusahaan, lembaga dan pemerintah di Indonesia. Lembaga ini telah di audit oleh akuntan publik dan telah mendapatkan sertifikat ISO 9001:2000 dengan auditor AJA Registrars Pte Ltd dan ISO 9001:2008 dengan auditor Ahmad Dahlan Assosiate.

LAZ DSNI Amanah mempunyai visi ; mengangkat harkat para dhuafa (orang yang tidak mampu) dan muzakki (pembayar zakat), serta berperan dalam keadilan distribusi harta. Sedangkan misi yang diemban oleh lembaga ini adalah: mewujudkan kemandirian masyarakat dengan memberdayakan para mustahik (penerima zakat) menjadi muzakki; transparan, professional dan amanah terhadap pengelolaan dana sehingga menjadi lembaga yang diakui dan terpercaya.

Aktifitas LAZ DSNI Amanah antara lain menggalang dana zakat, infaq, sedekah, dan wakaf dari masyarakat yang tidak hanya berasal dari perseorangan, melainkan juga dari berbagai perusahaan dan lembaga. Memberikan sentuhan khusus kepada muzakki dengan melakukan aktifitas Rawat Donasi, Siaga Relawan dan Sistem Informasi. Lembaga ini juga menyalurkan zakat dan memberikan pelayanan kepada mustahik, menciptakan program pemberdayaan dan pengembangan masyarakat disektor pendidikan, sumber daya manusia (SDM), sosial, ekonomi, serta kemanusiaan. Dalam hal publikasi, LAZ DSNI Amanah melakukan edukasi dan sosialisasi tentang khasanah keilmuan zakat serta program-program pemberdayaan masyarakat. Publikasi dilakukan melalui media elektronik (TV dan radio),dan media cetak (koran).

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

LAZ DSNI Amanah menerima penghargaan tertinggi Zakat Award dari Forum Zakat (FOZ) untuk kategori : "The Best Lembaga Amil Zakat Daerah 2009". Penghargaan ini diserahkan pada tanggal 15 Agustus 2009 di Jakarta Convention Centre (JCC), pada acara *Islamic Finance Award and Cup* yang merupakan acara yang diadakan oleh Forum Zakat (FOZ) bekerjasama dengan konsultan bisnis terkemuka yaitu Karim Business Consulting.

Sebagai organisasi nirlaba, Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam (LAZ DSNI) Amanah memiliki tuntutan yang sangat tinggi untuk dapat mengumpulkan zakat sebanyak mungkin dan mendayagunakan zakat yang berhasil dikumpulkan secara efektif dan efisien. Kualitas pelayanan yang baik sangat diperlukan agar kinerja LAZ DSNI Amanah optimal. Dengan kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan jumlah dana yang terkumpul dari para Muzakki dan dana yang tersalur kepada para Mustahik.

Tabel 1.1 menyajikan data perkembangan perolehan zakat pada LAZ DSNI Amanah selama 6 tahun terakhir :

UNIVERSITAS TERBUKA

Tabel 1.1 Perolehan ZIS LAZ DSNI Amanah (2004-2009)

Tahun	Perolehan (Rupiah)	Kenaikan (%)
2004	[illegible]	-
2005	1.399.170.000	3,37
2006	[illegible]	[illegible]
2007	3.675.620.000	64,98
2008	[illegible]	[illegible]
2009	6.112.372.000	25,8

Sumber : LAZ DSNI Amanah Batam, diolah

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Pada tabel 1.1 dapat diamati perkembangan perolehan zakat LAZ DSNI Amanah dari tahun ke tahun. Dari tahun 2004 sampai dengan 2005, perolehan zakat mengalami kenaikan sebesar 3,37%. Kenaikan yang cukup tinggi terjadi pada tahun 2005 sampai dengan 2006, yaitu sebesar 59,23%. Demikian pula pada tahun 2006 sampai dengan 2007 perolehan zakat pada LAZ DSNI Amanah mengalami kenaikan sebesar 64,98%. Kenaikan perolehan zakat dari tahun 2007 sampai dengan 2008 tidak sebesar periode sebelumnya, hanya sebesar 32,19%. Demikian pula kenaikan zakat tahun 2008 sampai dengan 2009 hanya sebesar 25,8%.

Kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Kotler & Keller (2009) menyatakan bahwa : Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Seperti telah diuraikan sebelumnya, sebagai lembaga nirlaba LAZ DSNI Amanah memiliki 2 publik utama (kelompok donatur dan kelompok klien). Kelompok donatur pada Lembaga Amil Zakat disebut sebagai Muzakki (pembayar zakat). Kelompok inilah yang senantiasa menyalurkan dana yang dimilikinya untuk memenuhi kewajibannya sebagai umat beragama (Islam). Zakat merupakan salah satu kewajiban bagi umat Islam. Dalam Al Qur'an Surat Al Baqoroh ayat 267, umat Islam diperintahkan untuk menafkahkan sebagian dari hasil usaha dan dari hasil bumi yang telah dimanfaatkannya.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Kesadaran muzakki dalam menunaikan kewajiban zakat melalui LAZ ataupun BAZ perlu pendapatkan perhatian yang serius. Pada umumnya di lembaga jasa, konsumen akan mendapatkan manfaat langsung atas sejumlah uang yang telah dikeluarkan. Pada LAZ maupun BAZ, manfaat langsung yang diperoleh bukan pada konsumen yang telah mengeluarkan sejumlah uang, melainkan pada pihak lain yang menjadi tujuan pengalokasian dana. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan pada LAZ maupun BAZ menjadi hal yang penting dalam mempengaruhi kepuasan muzakki. Kesetiaan atau loyalitas dari muzakki dalam menyalurkan dananya pada LAZ DSNI Amanah akan sangat membantu lembaga ini dalam menjalankan berbagai macam aktivitasnya.

Berdasarkan data perkembangan perolehan zakat pada LAZ DSNI Amanah yang dapat kita lihat pada Tabel 1.1, tampak bahwa peningkatan perolehan zakat pada LAZ DSNI Amanah pada 2 tahun terakhir (2008 dan 2009) tidak setinggi pada tahun-tahun sebelumnya. Penulis menduga hal ini terjadi karena kualitas layanan kepada konsumen (muzakki) kurang baik.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka direncanakan untuk melakukan penelitian dengan topik "***Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam(LAZ DSNI) Amanah Batam.***"

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang diuraikan di atas, dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan LAZ DSNI Amanah (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability*) secara bersama-sama terhadap kepuasan muzakki ?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan LAZ DSNI Amanah (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability*) secara parsial terhadap kepuasan muzakki ?
3. Variabel manakah dari kualitas pelayanan (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability)* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan muzakki?
4. Apakah ada pengaruh kepuasan muzakki LAZ DSNI Amanah terhadap loyalitas muzakki ?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan LAZ DSNI Amanah (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability)* secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.
2. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan LAZ DSNI Amanah (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability*) secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

3. Menganalisis dan menentukan varibel kualitas pelayanan (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability)* yang paling berpengaruh pada kepuasan muzakki.
4. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh kepuasan muzakki LAZ DSNI Amanah terhadap loyalitas muzakki.

D. Kegunaan penelitian

1. Bagi peneliti mendapatkan pemahaman tentang pengaruh kualitas pelayanan LAZ DSNI Amanah (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability)* terhadap kepuasan muzakki dan selanjutnya pengaruhnya terhadap loyalitas muzakki, serta mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh.
2. Bagi LAZ DSNI Amanah mendapatkan informasi yang digunakan untuk memperbaiki kualitas pelayanan di LAZ DSNI Amanah dalam meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas konsumennya .
3. Bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian lanjutan pada LAZ DSNI Amanah.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan disajikan dengan urutan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang (1) Latar Belakang Masalah, (2) Rumusan Masalah, (3) Tujuan Penelitian, (4) Kegunaan Penelitian, serta (5) Sistematika Pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menjelaskan tentang (1) Landasan Teori, terdiri dari kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen, (2) Kerangka Berpikir (3) Definisi Operasional (4) Hipotesis Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan tentang (1) Desain Penelitian, (2) Populasi dan Sampel, (3) Instrumen Penelitian, (4) Prosedur Pengambilan Data, (5) Pengujian Instrumen, serta (6) Metode Analisis Data.

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang (1) Pengumpulan Data Responden terdiri dari Tingkat Respon Responden dan Profil Responden, (2) Deskripsi Variabel Penelitian, (3) Hasil Uji Asumsi Klasik terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas, (4) Pengujian Hipotesis, serta (5) Pembahasan dan Implikasi.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Menjelaskan tentang (1) Simpulan, dan (2) Saran.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf



UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Layanan

Istilah layanan sering dipadankan dengan kata jasa, dan servis, yang mengacu pada istilah *service*, (Tjiptono 2008). Menurut Tjiptono, beberapa makna *service* dalam kamus *Oxford Advanced Leaner's Dictionary* (2000) diantaranya adalah : sistem yang menyediakan sesuatu yang dibutuhkan publik, diorganisasikan oleh pemerintah atau perusahaan swasta; organisasi yang menyediakan sesuatu kepada publik atau melakukan sesuatu bagi pemerintah; bisnis yang pekerjaannya berupa melakukan sesuatu bagi pelanggan tetapi tidak menghasilkan barang (contohnya, jasa finansial dan asuransi); ketrampilan atau bantuan tertentu yang bisa ditawarkan seseorang.

Kotler & Keller (2007) menyatakan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Jasa memiliki empat karakteristik mencolok yang sangat mempengaruhi disain program pemasaran: tidak berwujud (*intangibility*), tidak terpisahkan (*inseparability*), bervariasi (*variability*), dan tidak tahan lama (*perishability*). Perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

memperhatikan keempat karakteristik tersebut agar bisa menetapkan strategi pemasaran yang paling sesuai dengan jenis jasa yang dilayaninya.

b. Karakteristik Layanan

Jasa memiliki empat karakteristik mencolok yang sangat mempengaruhi disain program pemasaran: tidak berwujud (*intangibility*), tidak terpisahkan (*inseparability*), bervariasi (*variability*), dan tidak tahan lama (*perishability*) Kotler & Keller (2007). Perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus memperhatikan keempat karakteristik tersebut agar bisa menetapkan strategi pemasaran yang paling sesuai dengan jenis jasa yang dilayaninya.

Jasa bersifat tidak berwujud (*intangibility*) sehingga lebih sulit dievaluasi dan bisa menimbulkan tingkat ketidakpastian dan persepsi risiko yang besar. Pelanggan akan menyimpulkan kualitas jasa dari aspek tempat (*place*), orang (*people*), peralatan (*equipment*), bahan dan materi komunikasi (*communication materials*), simbol (*symbols*), dan harga (*price*) yang mereka amati (Tjiptono 2008). Dalam rangka mengatasi hal tersebut, ada beberapa alternatif strategi yang bisa dikembangkan:

1). Manajemen Bukti Fisik.

Ada empat strategi spesifik yang bisa diterapkan:

a). *Physical representation strategy*, yakni menambahkan elemen-elemen tangible relevan pada jasa/layanan.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

b). *Visualization strategy*, yaitu membuat jasa tampak lebih tangible secara fisik dan mental. Salah satu cara efektif untuk mewujudkannya adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi.

c). *Association strategy*, yaitu menggunakan metafora dalam komunikasi pemasaran sebagai cara meningkatkan *mental tangibility* dan *specificity*. Penciptaan metafora dapat membantu membuat klaim-klaim *intangible* menjadi lebih konkrit.

d). *Documentation strategy*, yaitu menampilkan aspek-aspek produksi jasa/layanan yang semula tidak tampak bagi pelanggan. Sebagai contoh yang bisa kita jumpai dalam meningkatkan *service tangibility* secara efektif dengan cara seperti toko roti yang mendesain "dapur terbuka" sehingga memberikan kesan roti yang selalu *fresh* dan baru.

2). Personalisasi layanan.

Strategi ini bisa dilaksanakan dengan cara memanfaatkan sumber daya personal lebih banyak dibandingkan sumber daya lainnya. Bagi sebagian pelanggan, layanan yang bersifat personal berpotensi memantapkan keyakinan mereka untuk melakukan pembelian. Pelanggan merasa mendapatkan perhatian penuh dan dipahami kebutuhan dan keinginannya.

3). Manajemen komunikasi getok tular.

Strategi ini direalisasikan lewat upaya menstimulasi atau mendorong komunikasi getok tular (*word-of-mouth communications*), misalnya melalui pesan komunikasi "Bila Anda tidak puas, beritahukan kami. Tetapi bila Anda puas, beritahukanlah rekan-rekan Anda". Dengan strategi ini pelanggan akan mengkomunikasikan prestasi organisasi secara aktif,

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

sehingga organisasi mendapatkan manfaat yang besar dari hasil komunikasi tersebut.

4). Manajemen citra korporat.

Yaitu dengan menciptakan citra organisasi yang kuat, konsisten dan terintegrasi melalui iklan, logo/simbol, perilaku manajemen dan karyawan yang positif. Citra korporat tidak bisa dibentuk dalam waktu sekejap.

5). Manajemen biaya.

Yaitu dengan cara mengimplementasikan manajemen dan akuntansi biaya secara efektif dalam rangka mendukung penetapan harga seakurat mungkin, sehingga bisa menutupi biaya, menghasilkan tingkat laba sesuai harapan, terjangkau dan sesuai dengan daya beli dan kesediaan pelanggan untuk membayar, sekaligus kompetitif dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

6). Manajemen komunikasi purna beli.

Dalam hal ini, perusahaan perlu melakukan komunikasi purna beli (*post-purchase communications*), diantaranya mengumpulkan informasi berkenaan dengan kepuasan pelanggan, keluhan pelanggan, saran dan kritik pelanggan, serta menyampaikan informasi produk/jasa baru dengan program promosi baru kepada mereka.

Jasa bersifat tidak terpisahkan (*inseparability*) menunjukkan bahwa jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa atau layanan. Sukses tidaknya jasa/layanan bersangkutan ditunjang oleh kemampuan organisasi dalam melakukan proses rekrutmen

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

dan seleksi, penilaian kinerja, sistem kompensasi, pelatihan dan pengembangan karyawan secara efektif. Faktor penting lainnya yaitu pemberian perhatian khusus pada tingkat partisipasi/keterlibatan pelanggan dalam proses penyampaian layanan, serta ketersediaan dan akses kepada fasilitas pendukung layanan.

Jasa/layanan bersifat sangat variabel (*variability*), karena merupakan *non-standardized output*, artinya bentuk, kualitas, dan jenisnya sangat beraneka ragam, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana layanan tersebut dihasilkan. Variabilitas pengalaman dan kualitas layanan ini dikarenakan tiga hal: (1) kerjasama atau pertisipasi pelanggan selama penyampaian layanan; (2) moral/motivasi karyawan dalam melayani pelanggan; serta (3) beban kerja perusahaan.

Untuk menekan dampak negatif variabilitas kualitas layanan, ada empat alternatif strategi yang bisa diterapkan:

1). Investasi pada manajemen sumber daya manusia.

Yaitu berinvestasi pada proses rekrutmen, seleksi, pemotivasian, pelatihan dan pengembangan karyawan, terutama *public contact personnel*. Juga mengintegrasikan pentingnya aspek layanan dan kepuasan pelanggan dengan sistem penilaian kinerja dan renumerasi (kompensasi) karyawan

2). Industrialisasi jasa/layanan.

Upaya ini bisa dilakukan melalui pemanfaatan teknologi dan pembakuan proses teknologi jasa.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

3). *Service customization.*

Yaitu perusahaan meningkatkan interaksi antara organisasinya dan para pelanggan sedemikian rupa sehingga layanan yang diberikan dapat lebih disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan individual setiap pelanggan.

4). Pemantauan kepuasan pelanggan.

Hal ini bisa dilakukan secara pasif (melalui sistem kotak saran dan keluhan, saluran bebas pulsa, atau *websites*) maupun aktif (survei kepuasan pelanggan, *mystery shopping*, maupun metode lain). Dengan cara ini setiap aspek layanan yang kurang memuaskan dapat dideteksi dan dikoreksi sedini mungkin. Keluhan pelanggan yang disampaikan secara terbuka bisa dimanfaatkan sebagai kritik konstruktif, ide perbaikan layanan, sekaligus sebagai pelajaran berharga, karena sebagian konsumen kadang juga memberikan saran perbaikan.

Jasa/layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama (*perishability*), tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang diwaktu mendatang, dijual kembali, atau dikembalikan. Karena permintaan pelanggan terhadap sebagian besar jasa/layanan sangat fluktuatif, dan seringkali dipengaruhi faktor musiman, maka kegagalan dalam permintaan puncak bakal menimbulkan ketidakpuasan pelanggan.

UNIVERSITAS TERBUKA

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Pada awalnya, pandangan pelanggan terhadap kualitas layanan terfokus pada sepuluh dimensi layanan yang dianggap penting oleh pelanggan, meliputi : hal yang dapat dilihat (*tangibles*), keandalan (*reability*), daya

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

tanggap (*responsiveness*), kompetensi (*competence*), kesopanan (*courtesy*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), akses (*access*), komunikasi (*communication*), dan memahami pelanggan (*understanding costumer*).

Parasuraman dan kawan-kawan (1990) dalam Wibisono (2006) menyederhanakan sepuluh dimensi kualitas layanan tersebut menjadi lima dimensi saja yang dikenal dengan sebutan SERVQUAL (singkatan dari *Service of Quality)*, karena didapatinya beberapa redudansi dan adanya dimensi yang dapat digabung menjadi satu. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah sebagai berikut:

1) Reability, yaitu kemampuan untuk memenuhi janji pelayanan yang akurat. *Reliability* mencakup dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat terpercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan layanannya secara benar sejak awal (*right the first time*) memenuhi janjinya secara akurat dan andal. *Reliability* suatu organisasi dapat diukur dari kemampuan dalam menyediakan jasa sesuai dengan yang dijanjikan (misalnya, menyampaikan jasa sesuai dengan jadwal yang disepakati), keandalan dalam menangani masalah jasa pelanggan, penyampaian jasa secara benar sejak pertama kali, penyimpanan catatan /dokumen organisasi tanpa adanya kesalahan, dan mengirimkan tagihan yang akurat.

2) Responsiveness, yaitu menggambarkan keinginan untuk menolong pelanggan dan untuk menyediakan layanan yang cepat dan tepat.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat. Kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka dengan segera. Beberapa contoh yang menggambarkan *responsiveness* suatu organisasi antara lain: ketepatan waktu pelayanan, pengiriman slip transaksi secepatnya, kecepatan menghubungi kembali pelanggan, dan penyampaian layanan secara cepat. *Responsiveness* juga dapat dilihat dari: apakah organisasi memberikan informasi kepada pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa, kesiapan karyawan dalam memberikan bantuan kepada pelanggan dan merespons permintaan konsumen.

3) Assurance, yaitu mengetahui dan menghormati pelanggan serta memberikan kepercayaan dan kenyamanan. Perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. *Assurance* juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. *Assurance* juga dapat dilihat sejauh mana pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi. (*Assurance* terdiri dari : *competence, courtesy, credibility, security*).

a) Competence : Potensi yang dimiliki, baik ketrampilan maupun pengetahuan yang dibutuhkan untuk melayani. Penguasaan ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

dengan kebutuhan pelanggan. Termasuk di dalamnya adalah pengetahuan dan ketrampilan karyawan kontrak, pengetahuan dan ketrampilan personil dukungan operasional, dan kapabilitas riset organisasi.

b) Courtesy : Kesopanan, sikap menghormati, tenggang rasa, dan persahabatan dari personel. *Courtesy* biasa ditunjukkan oleh sikap dan perilaku resepsionis, operator telepon, *bell person*, *teller bank*, dan lain-lain.

c) Credibility : Dapat dipercaya dan jujur dalam menyediakan layanan. *Credibility* mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan kontak, dan interaksi dengan pelanggan (*hard selling versus soft selling approach*)

d) Security : Bebas dari bahaya, risiko dan keraguan. Termasuk di dalamnya adalah keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan financial (*financial security*), privasi, dan kerahasiaan (*confidentiality*).

4) Empathy, merupakan kepedulian, perhatian individual yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. *Empathy* berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Empathy juga dapat dilihat dari sejauhmana karyawan memahami kebutuhan pelanggan. (*Empathy* terdiri dari : *access, communication, understanding the customer*).

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

a) *Access*: Kemudahan untuk dikontak dan diakses. Kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (*approachability*). Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa mudah dijangkau, waktu mengantri atau menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi (misalnya, telepon, surat, email, dan fax) dan jam operasi nyaman.

b) *Communication*: Menjaga agar pelanggan selalu mendapatkan informasi dalam bahasa yang mudah mereka mengerti. Menyampaikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengar saran dan keluhan pelanggan. Termasuk di dalamnya adalah penjelasan mengenai jasa/ layanan yang ditawarkan, biaya jasa, *trade-off* antara jasa dan biaya, serta proses penanganan masalah potensial yang mungkin timbul.

c) *Understanding the customer*: Usaha mengenali pelanggan dan memahami kebutuhan mereka. Berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan mengenal pelanggan regular.

5) *Tangibles*, adalah wujud fisik fasilitas, peralatan, personel, dan bahan komunikasi. Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/ perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan, serta penampilan karyawan. *Tangibles* dapat dilihat dari peralatan modern yang dimiliki organisasi, fasilitas yang berdaya tarik visual, karyawan yang berpenampilan rapi dan professional, serta materi-materi yang berkaitan dengan jasa mempunyai daya tarik visual. *Tangibles*

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

berkaitan dengan kebersihan, keindahan dan kenyamanan dari fasilitas, peralatan/ perlengkapan dan materi komunikasi dalam pelayanan jasa.

2. Kepuasan Konsumen

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu" atau membuat sesuatu memadai"(Tjiptono & Chandra , 2007).

Kotler & Keller (2009) menyatakan bahwa : Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Oxford Advanced Learner's Dictionary (2000) dalam Tjiptono & Chandra (2007) mendiskripsikan kepuasan sebagai "*the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen*";"*the act of fulfilling a need or desire*"; dan "*an acceptable way of dealing with a complaint, a debt, an injury, etc*"

Kotler & Keller (2009) menyampaikan bahwa: Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Pelanggan

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

yang sangat puas pada umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produksi yang ada, membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, tidak banyak memberikan perhatian terhadap merek pesaing dan tidak terlalu peka terhadap harga, menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan lebih sedikit biaya untuk melayani pelanggan ini ketimbang pelanggan baru karena transaksinya bersifat rutin.

Dua pakar dari *Washington State University*, Giese & Cote, menemukan kesamaan dalam beberapa definisi kepuasan, dalam hal tiga komponen utama: (1) kepuasan pelanggan merupakan respons (emosional dan kognitif); (2) respons tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya); dan (3) respons terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulasi, dan lain-lain), (Tjiptono & Chandra , 2007).

Selanjutnya, manfaat-manfaat spesifik kepuasan pelanggan meliputi: keterkaitan positif dengan loyalitas pelanggan; berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*); menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi, penjualan dan layanan pelanggan); menekan *volatilitas* dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan; meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan untuk membayar harga premium dan pelanggan tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok); rekomendasi getok tular positif; pelanggan lebih reseptif terhadap *product-line extension, brand extensions*, dan *new add-on service* yang ditawarkan

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

perusahaan; serta meningkatnya *bargaining power relative* perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi (Anderson, Fornell & Mazvancheryl, 2004; Boulding , et al., 1993; Narayandas, 1998; Oliver, 1980; Reichheld & Sasser, 1996; Rust & Zahorik, 1993; Srivastava, Shervani & Fahey, 1998; Yi, 1990) dalam Tjiptono & Chandra (2007).

3. Loyalitas Konsumen

Lovelock & Wirtz (2007) menyatakan bahwa; "*Loyalty is an old-fashioned word that has traditionally been used to describe fidelity and enthusiastic devotion to a country, a cause, or an individual. More recently, it has been used in a business context to describe a customer's willingness to continue patronizing a firm over the long term, preferably on an exclusive basis, and recommending the firm's products to frends and associates. Customer loyalty extends beyond behavior ang includes preference, liking, and future intentions*".

Hill, Brierley & MacDougall (1999) dalam Tjiptono & Chandra (2007) mengemukakan keterkaitan kepuasan dengan loyalitas pelanggan berdasarkan data dari sejumlah perusahaan terkemuka, seperti AT&T, Rank Xerox, dan The Royal Bank of Scotland, menunjukkan bahwa secara rata-rata 95% pelanggan yang menyatakan "sangat puas" atau *excellent* cenderung loyal pada produk atau pemasok bersangkutan. Perhatikan tabel 2.1 berikut:

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 2.1 Keterkaitan antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN	TINGKAT LOYALITAS
Excellent/sangat puas	95%
Bagus/puas	65%
Rata-rata/netral	15%
Jelek/tidak puas	2%
Sangat jelek/sangat tidak puas	0%

Sumber: Hill, Brierly & MacDougall (1999)

UNIVERSITAS TERBUKA

Jones & Sasser (1995) dalam Tjiptono & Chandra (2007) berdasarkan studinya mengenai loyalitas nasabah bank menemukan bahwa pelanggan yang menyatakan "*completely satisfied*" cenderung 42% lebih mungkin untuk loyal dibandingkan mereka yang sekedar "*satisfied*". Banyak pakar yang menegaskan bahwa hanya tingkat kepuasan tertinggi (sangat puas) yang dianggap sebagai tingkat kinerja yang bisa diterima. Sehingga apabila dari survei kepuasan pelanggan hanya menunjukkan 10% saja dari pelanggan yang sangat puas, maka perusahaan harus waspada karena 90% pelanggannya tidak sepenuhnya puas, dan sangat mungkin beralih merek atau pemasok.

Bloemer & Kasper (1995) dan Oliver (1999) dalam Tjiptono & Chandra (2007) mengingatkan bahwa kepuasan dan loyalitas bukanlah pengganti satu sama lain. Seorang pelanggan loyal tanpa harus sangat puas, bila hanya ada

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

sedikit pilihan merek. Sebaliknya, bila tersedia banyak alternatif merek, maka pelanggan yang sangat puas pun bisa menjadi tidak loyal.

Ekuitas Pelanggan

Kotler & Keller (2009) menyatakan bahwa ekuitas pelanggan adalah total nilai seumur hidup semua pelanggan perusahaaan yang didiskontokan. Semakin setia pelanggan maka semakin tinggi ekuitas pelanggan. Rust, Zeithaml, dan Lemon membedakan tiga faktor yang mempengaruhi ekuitas pelanggan : ekuitas nilai, ekuitas merek, ekuitas relasional.

Ekuitas nilai adalah penilaian obyektif pelanggan atas kegunaan tawaran berdasarkan pemikirannya tentang manfaat yang kemudian dibandingkan dengan biayanya. Sub–pendorong ekuitas nilai adalah mutu, harga dan kenyamanan.

Ekuitas merek adalah penilaian subyektif dan tidak berwujud pelanggan terhadap merek, yang di luar dan melampaui nilai yang dipikirkan. Sub-pendorong ekuitas merek adalah kesadaran merek pelanggan, sikap pelanggan terhadap merek, dan pemikiran pelanggan mengenai etika merek. Perusahaan menggunakan iklan, humas, dan alat komunikasi lain untuk mempengaruhi sub-pendorong itu.

Ekuitas relasional adalah kecenderungan pelanggan untuk setia pada merek yang di luar dan melampaui penilaian obyektif dan subyektif atas nilainya. Sub-pendorong ekuitas rasional mencakup program kesetiaan, program pemahaman dan perlakuan khusus, program pembentukan

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

komunitas, dan program pembentukan pengetahuan. Ekuitas relasional sangat penting bila relasi pribadi banyak diperhitungkan dan jika pelanggan cenderung terus berhubungan dengan para pemasok sepenuhnya berdasarkan kebiasaan atau keengganan yang tidak pernah berubah.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan dan variabel loyalitas konsumen telah banyak dilakukan sebelumnya dengan berbagai variasi variabel. Namun yang meneliti pada lembaga nirlaba seperti LAZ belum banyak dilakukan. Tabel 2.2 memetakan beberapa penelitian sebelumnya yang menggambarkan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan dan variabel loyalitas konsumen.

Dalam penelitian Soedarmo (2009), masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, dalam hal ini pasien pada layanan kesehatan gigi dan mulut Puskesmas III Denpasar Selatan. Dari indikator layanan jasa, indikator keandalan (*reliability*) dan faktor nyata (*tangible*) belum dapat memenuhi harapan konsumen. Penelitian ini menggunakan variabel bebas harapan dan kinerja pelayanan jasa dan variabel terikat kepuasan pasien.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 2.2 Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu

No	Tahun, Peneliti	Judul	Variabel	Metode dan Hasil
1	2009, Putu Judy Satya-Wati Soedarmo	Analisis Kepuasan Pasien Berbasis Harapan dan Kinerja Pelayanan Jasa	Dependen: Kepuasan Pasien Independen: Harapan dan Kinerja Pelayanan jasa	Metode: Diagram Kartesius Hasil Penelitian: Masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien. Indikator keandalan, kesigapan, jaminan, empati dan nyata belum semuanya memberi harapan konsumen, yaitu indikator keandalan dan faktor nyata.
2	2007, Elisabeth R. Simamora	Analisis Faktor-Faktor yang Membangun Kepuasan Nasabah untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan	Dependen : Loyalitas Pelanggan Independen : Kualitas Pelayanan, Reputasi, nilai Pelanggan, Kepuasan nasabah	Metode: Regression Weight pada :The Structural Equation Model (SEM) Hasil: Semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin baik reputasi perusahaan dan nilai pelanggan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.
3	2006, Ken Hermanto Agung	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen	Dependen : Loyalitas konsumen Independen : Kualitas layanan, komitmen dan kepercayaan	Metode: The Structural Equation Model (SEM) Hasil: Kualitas layanan ber pengaruh terhadap komitmen dan kepercayaan, serta loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, komitmen dan kepercayaan.
4	2006, Novel Fatrio	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah	Dependen: Loyalitas Nasabah Independen: Keunggulan produk, Rasa percaya, Nilai nasabah, Kualitas layanan, Citra perusahaan	Metode: The Structural Equation Model (SEM) Hasil: Terdapat pengaruh positif dan siginifikan antara Keunggulan produk, Rasa percaya, Nilai nasabah, Kualitas layanan, dan Citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 2.2 (Lanjutan)

No	Tahun, Peneliti	Judul	Variabel	Metode dan Hasil
5	2010 Fithriyyah Shalihati, Prof Dr Ujang Sumarwan, Dr Kirbran-doko	Analisa Sikap Muzakki Terhadap Badan Amil Zakat Nasional	Persepsi & sikap muzakki, product (produk), place/distribution (tempat/distribusi), people (orang), process (proses), promotion (promosi), dan physical evidence (buki fisik)	Metode: Survey dengan Analisis Model Fishbein Hasil: -Semakin tinggi kesadaran muzakki terhadap produk, maka akan se makin tinggi pula persepsi dan sikap mu zakki menyalurkan dana zakatnya melalui BAZNAS. -Semakin tinggi aware BAZNAS, sikap, dan usia, maka ke cenderungan muzakki akan memiliki persepsi dan sikap dalam menyalurkan dana zakatnya adalah melalui lembaga BAZNAS. -Aware zakat dan jenis kelamin merupakan variabel yang tak begitu kuat dalam menentukan kecende-rungan muzakki dalam menyalurkan dana zakatnya ke BAZNAS.

Dengan menggunakan Diagram Kartesius, dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang berada pada kuadran I memiliki tingkat *performance* dibawah rata-rata tetapi tingkat harapan cukup tinggi, sehingga perlu ditingkatkan dan disosialisasikan agar dapat berkesinambungan dengan kuadran II. Sedangkan faktor-faktor yang berada pada kuadran IV memiliki *performance* yang menurut pelanggan sangat baik, tetapi memiliki tingkat harapan dalam mendukung kinerja yang dianggap relevan sama. Sedangkan faktor yang memiliki kekuatan untuk meningkatkan kemajuan harapan karena besarnya *performance* serta kinerja di Puskesmas berada pada kuadran II. Faktor-faktor yang berada di kuadran III dianggap rendah *performance* dan perlu dikelola dengan sangat serius.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Hasil penelitian yang dilakukan Simamora (2007) menunjukkan hasil bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin baik reputasi perusahaan dan nilai pelanggan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini dilakukan pada nasabah PT. Bank Tabungan Negara Cabang Semarang, dengan metode SEM.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberian pelayanan dengan sopan, pemberian pelayanan yang konsisten, kesan yang baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, pelayanan yang sesuai dengan standar nasabah, kepedulian dalam memperlakukan nasabah, pemberian informasi yang akurat dan kemampuan mampu menanggapi masalah yang terjadi yang berkaitan dengan nasabah akan secara langsung mampu memberikan kepuasan nasabah dalam menggunakan produk jasa perbankan.

Penelitian ini juga menjelaskan bahwa dalam penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan, nampaknya terlebih dahulu dibentuk dalam suatu proses pemenuhan harapan. Dalam hal ini reputasi perusahaan merupakan penelitian pasca evaluasi nasabah. Dengan demikian reputasi akan menentukan sifat dari harapan nasabah yang selanjutnya akan mempengaruhi area keputusan terhadap persepsi kualitas pelayanan.

Hasil penelitian ini juga memberikan bukti bahwa apabila kinerja berada dibawah harapan maka akan menimbulkan ketidakpuasan dan apabila kinerja memenuhi harapan, akan menimbulkan suatu kepuasan. Dengan timbulnya kepuasan dalam diri individu, maka keputusan untuk melakukan pembelian secara berulang muncul dari diri individu tersebut

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Senada dengan Simamora (2007), maka hasil penelitian Agung (2006) dan Fatrio (2007) menguatkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan varibel lainnya berpengatuh terhadap kepuasan konsumen, dan akhirnya berpengaruh kepada loyalitas konsumen.

Shalihati, Sumarwan & Kirbrandoko (2010) melaksanakan penelitian yang dilakukan di Jakarta pada bulan Februari 2010 dengan menggunakan metode survey dengan mewawancari responden menggunakan kuesioner. Pengambilan contoh dilakukan dengan metode *convinience sampling* yaitu sebanyak 100 responden muzakki yang membayar zakat ke Lembaga (BAZNAS dan Bukan BAZNAS) dan 100 responden yang membayar zakat langsung kepada mustahik (Non-Lembaga). Tujuan penelitian ini untuk: pertama, menganalisis perbedaan persepsi dan sikap muzakki yang membayar zakat melalui BAZNAS, muzakki yang membayar zakat melalui lembaga lain, serta para muzakki yang membayar zakat langsung kepada mustahik (non lembaga) di kota Jakarta. Kedua, menganalisis model faktor-faktor yang berhubungan dengan kecenderungan muzakki yang membayar zakat melalui BAZNAS, muzakki yang membayar zakat melalui lembaga lain, serta para muzakki yang membayar zakat langsung kepada mustahik (non-lembaga) di kota Jakarta.

Hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah: semakin tinggi kesadaran muzakki terhadap produk, maka akan semakin tinggi pula persepsi dan sikap muzakki menyalurkan dana zakatnya melalui BAZNAS; semakin tinggi aware BAZNAS, sikap, dan usia, maka ke cenderungan muzakki akan memiliki persepsi dan sikap dalam menyalurkan dana zakatnya adalah melalui lembaga

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

BAZNAS; aware zakat dan jenis kelamin merupakan variabel yang tak begitu kuat dalam menentukan kecenderungan muzakki dalam menyalurkan dana zakatnya ke BAZNAS.

C. Kerangka Berpikir

Loyalitas pelanggan ada kaitannya dengan kepuasan pelanggan, walaupun bukanlah pengganti satu sama lain.

Sebagai Yayasan pengelola dana dari zakat, infaq dan sedekah dari para donatur, dalam hal ini adalah muzakki, maka LAZ DSNI Amanah perlu memperhatikan kinerja lembaga agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Kesetiaan atau loyalitas dari Muzakki dalam menyalurkan dananya pada LAZ DSNI Amanah akan sangat membantu lembaga ini dalam menjalankan berbagai macam aktivitasnya.

Tingkat pengukuran kinerja pada lembaga/perusahaan jasa berbeda dengan perusahaan manufaktur. Lembaga jasa bisa menggunakan kualitas pelayanan dalam pengukuran kinerja lembaga. Kualitas pelayanan yang baik sangat diperlukan agar kinerja organisasi optimal. Dengan kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan jumlah dana yang terkumpul dari para Muzakki (pembayar zakat) dan dana yang tersalur kepada para Mustahik (penerima zakat).

Parasuraman dan kawan-kawan (1990) menyampaikan kualitas layanan dalam lima dimensi yang dikenal dengan sebutan SERVQUAL (singkatan

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

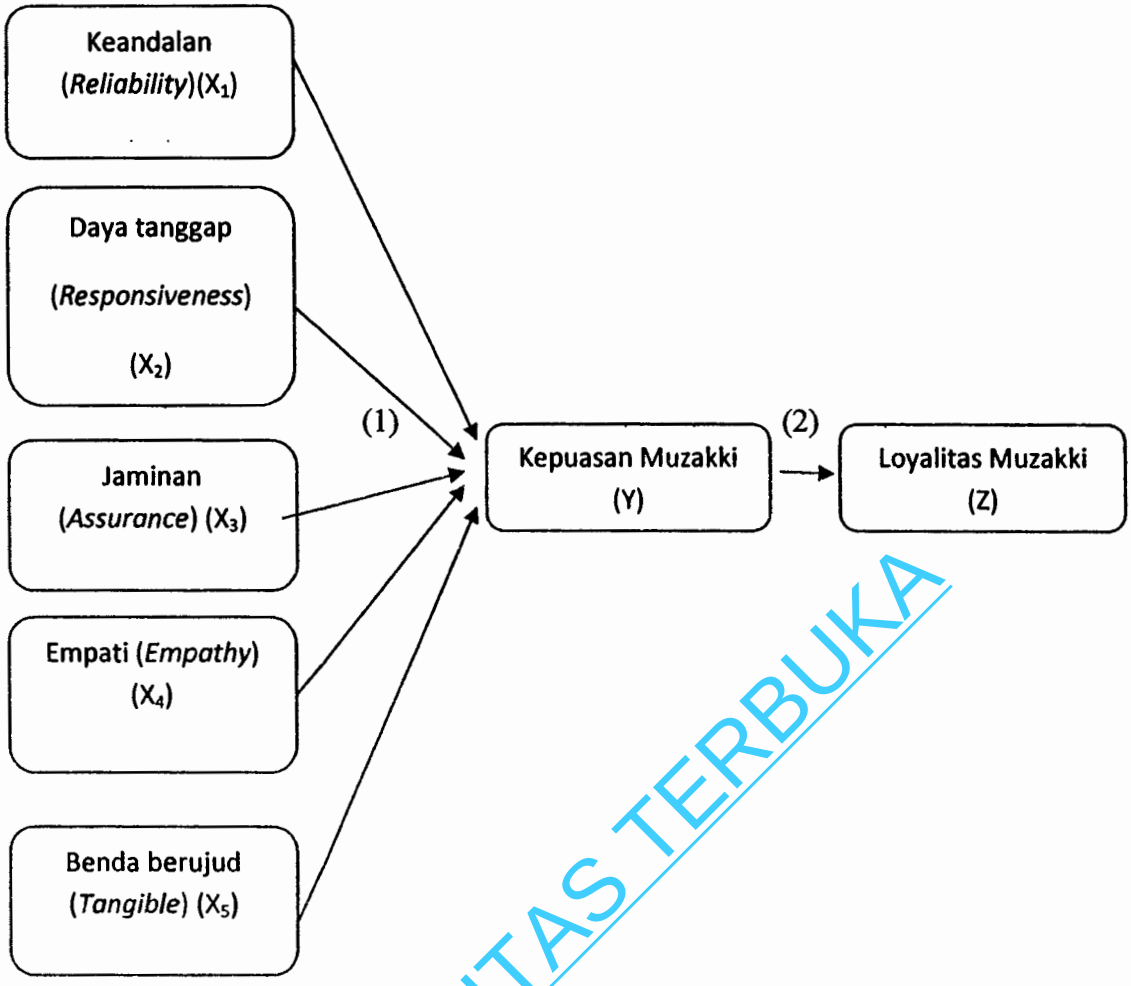
dari *Service of Quality*). Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Reability*, yaitu kemampuan untuk memenuhi janji pelayanan yang akurat.
2. *Responsiveness*, yaitu menggambarkan keinginan untuk menolong pelanggan dan untuk menyediakan layanan yang cepat dan tepat.
3. *Assurance*, yaitu mengetahui dan menghormati pelanggan serta memberikan kepercayaan dan kenyamanan. (terdiri dari : *competence, courtesy, credibility, security*).
4. *Empathy*, merupakan kepedulian, perhatian individual yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. (terdiri dari : *access, communication, understanding the customer*).
5. *Tangibles*, adalah wujud fisik fasilitas, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

Kerangka berpikir hubungan antara variabel penelitian dapat dijelaskan oleh bagan 2.1

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka



Bagan 2.1 Kerangka Berpikir

Keterangan:

(1) Pengaruh kualitas pelayanan (*responsiveness, assurance, tangibles, emphaty dan reliability)* terhadap kepuasan muzakki

(2) Pengaruh kepuasan muzakki terhadap loyalitas muzakki

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf

D. Definisi Operasional

Definisi operasional dari variabel penelitian ini diawali dari definisi konsep sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

   Kelima dimensi kualitas pelayanan LAZ SDNI Amanah adalah sebagai berikut:

a. *Responsiveness*, yaitu menggambarkan keinginan personel dari LAZ DSNI Amanah untuk menolong pelanggan dan untuk menyediakan layanan yang cepat dan tepat.

b. *Assurance*, yaitu personel LAZ DSNI Amanah mengetahui dan menghormati pelanggan serta memberikan kepercayaan dan kenyamanan.

c. *Tangibles*, adalah wujud fisik fasilitas, peralatan, personel, dan bahan komunikasi yang ada pada LAZ DSNI Amanah

d. *Empathy*, merupakan kepedulian, perhatian individual yang diberikan oleh LAZ DSNI Amanah kepada muzakki.

e. *Reability*, yaitu kemampuan LAZ DSNI Amanah untuk memenuhi janji pelayanan yang akurat.

2. Kepuasan Konsumen

   Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa konsumen, dalam hal ini muzakki individu LAZ DSNI Amanah, yang muncul setelah

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

membandingkan kinerja LAZ DSNI Amanah yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, muzakki tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, muzakki puas. Jika kinerja melebihi harapan, muzakki amat puas atau senang.

3. Loyalitas Muzakki

Loyalitas Muzakki LAZ SDNI Amanah dipengaruhi oleh kepuasan mereka atas pelayanan yang telah diberikan oleh LAZ SDNI Amanah. Perlu diperhatikan bahwa kesadaran muzakki dalam membayar zakat tidak sepenuhnya tergantung pada kepuasan yang mereka dapatkan atas kualitas pelayanan LAZ DSNI Amanah. Kesadaran Muzakki dalam menunaikan kewajiban zakat merupakan perwujudan ketaatan mereka sebagai umat Islam.

Definisi konsep diatas dapat diukur dengan beberapa indikator yang merupakan alat ukur definisi operasional. Tabel 2.3 menunjukkan kisi-kisi instrumen penelitian.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 2.3 Operasional Variabel Penelitian

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR
Kualitas Layanan	1.*Responsiveness* (Daya Tanggap)	a).Memberikan informasi ke pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa.
		b).Karyawan memberikan pelayanan yang segera/cepat kepada pelanggan
		c).Karyawan selalu siap memberikan bantuan kepada pelanggan.
		d).Karyawan siap untuk merespons permintaan konsumen
	2.*Assurance* (Jaminan)	a).Karyawan menumbuhkan rasa percaya para pelanggan
		b).Pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi
		c).Karyawan yang selalu bersikap sopan
		d).Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan
	3.*Tangibles* (Benda Berwujud)	a).Peralatan modern
		b).Fasilitas yang berdaya tarik visual
		c).Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional
		d).Materi-materi yang berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 2.3 (Lanjutan)

	4.*Empathy* (Empati)	a).Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan. b).Karyawan memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian c).Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan d).Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan e).Waktu beroperasi (jam kantor) yang nyaman
	5.*Reliability* (Keandalan)	a).Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan b).Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan c).Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali d).Menyimpan catatan/dokumen tanpa kesalahan
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan Muzakki	a).Sikap pelanggan terhadap karyawan b).Tingkat Interaksi pelanggan c).Perhatian pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan d).Komunikasi pelanggan pada karyawan

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 2.3 (Lanjutan)

Loyalitas Pelanggan	Loyalitas Muzakki	a).Kesetiaan pelanggan b).Tingkat Penyebrangan pelanggan c).Lama Relasional Pelanggan d).Potensi Pertumbuhan pelanggan.

Sumber: Diadaptasi dari Parasuraman,et al. Kotler & Keller (2009)

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan kerangka konseptual sebagaimana dijelaskan di atas, dapat dibuat hipotesa sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan (*responsiveness, assurance, tangibles, emphaty dan reliability)* secara bersama – sama berkontribusi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki.
2. Kualitas pelayanan (*responsiveness, assurance, tangibles, emphaty dan reliability)* secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Kepuasan muzakki LAZ DSNI Amanah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzakki.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf



UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Unit Penelitian

Unit analisis penelitian dilakukan di LAZ DSNI Amanah Batam dengan subyek penelitian muzakki individu yang aktif menyalurkan donasinya secara rutin pada LAZ DSNI Amanah Batam.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian ini berdasarkan pendekatan survei. Singarimbun dan Effendi (1995) menyatakan bahwa, penelitian *survey* adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok dan mengumpulkan data mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan variabel penelitian secara umum menggunakan metode statistik.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Nazir (2005) menyatakan bahwa, penelitian deskriptif adalah metode dalam penelitian suatu sekelompok manusia, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Sedangkan Arikunto (2002) menyatakan bahwa, penelitian kuantitatif memiliki kejelasan unsur yang dirinci sejak awal, langkah penelitian yang sistematis, menggunakan sampel

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

yang hasil penelitiannya diberlakukan untuk populasi, memiliki hipotesis jika perlu, memiliki desain jelas dengan langkah-langkah penelitian dan hasil yang diharapkan, memerlukan pengumpulan data yang dapat mewakili serta ada analisis data yang dilakukan setelah semua data terkumpul.

4. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat diskriptif *explanatory*. Sugiyono (2004) menyatakan bahwa, penelitian *explanatory* merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungannya antara satu variabel dengan yang lain.

B. Populasi dan Sampel

Sekaran (2003) menjelaskan bahwa populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Sedangkan Wibisono (2003) menjelaskan bahwa populasi adalah sekumpulan entitas yang lengkap yang dapat terdiri dari orang, kejadian, atau benda yang memiliki sejumlah karakteristik yang umum. Populasi tersusun atas elemen-elemen. Dalam penelitian ini populasi penelitian adalah muzakki individu aktif pada LAZ DSNI Amanah Batam yang berjumlah 600 orang. Secara keseluruhan, muzakki yang menyalurkan dananya ke LAZ DSNI Amanah berasal lebih dari 60 lembaga,dan sebagian besar muzakki menyalurkan dananya secara individual dan langsung datang ke LAZ DSNI Amanah atas nama pribadi.

Dalam penentuan sampel penelitian, penulis mengacu pada rumusan Slovin (1960) dalam materi Inisiasi MM UT EKMA 5104 sebagai berikut:

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

di mana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan, yaitu antara 5% sampai dengan 15%

Berdasarkan rumusan Slovin tersebut, maka dengan populasi sebanyak 600 muzakki individu yang aktif dan menggunakan nilai kritis sebesar 10%, penulis menetapkan sample penelitian sebanyak 85 orang muzakki.

UNIVERSITAS TERBUKA

C. Instrumen Penelitian

Data dikumpulkan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang terdiri dari pertanyaan mengenai karakteristik responden dan pertanyaan tentang variabel yang diteliti. Pertanyaan disajikan dalam bentuk pernyataan yang disusun sesuai dengan indikator pada masing-masing dimensi variabel dengan pilihan skala 5 berdasarkan skala Likert untuk menyatakan respon konsumen.

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Kriteria pengukuran menggunakan skala Likert terhadap seluruh variabel dengan skor:

- Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- Setuju (S) diberi skor 4
- Netral (N) diberi skor 3
- Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

D. Prosedur Pengambilan Data

Untuk memperoleh data yang lengkap dan teliti, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Data Primer
   a) Wawancara (*Interview*) yaitu mengadakan interview dan tanya jawab secara langsung dengan responden yang terkait dengan obyek penelitian.
   b) Daftar Pertanyaan (*Questionaire*) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan melalui daftar pertanyaan pada responden terpilih untuk dijawab.
2. Data Sekunder, yaitu studi dokumentasi dari dokumen dan catatan-catatan yang diperoleh dari LAZ DSNI Amanah Batam yaitu: Laporan Tahunan LAZ DSNI Amanah Batam Tahun 2009, *Company Profile* LAZ DSNI Amanah Batam 2009, Bahan Materi Training, dan beberapa brosur produk LAZ DSNI Amanah Batam.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

E. Pengujian Instrumen

Sampel uji dilakukan pada 30 responden dari populasi yang sama. Data ditabulasikan dalam exell, kemudian diolah dengan SPSS 17.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2008), instrumen penelitian yang baik harus valid dan reliabel. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas terhadap kuesioner yang telah dipersiapkan dilakukan dengan formula Pearson *product moment*, yang rumusnya sebagai berikut.

$$r = \frac{N(\Sigma xy) - (\Sigma x \Sigma y)}{\{[N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2] \cdot [N\Sigma y^2 \cdot (\Sigma y)^2]\}^{1/2}} \quad (1)$$

Keterangan :

x = skor tiap-tiap variabel

y = skor total tiap responden

N = jumlah responden

Dengan jumlah sampel sebanyak 30, maka butir-butir yang dinyatakan valid adalah butir-butir yang mempunyai koefisien korelasi (r-hitung) di atas 0,361 (r kritis). Hasil uji validitas disajikan dalam Tabel 3.1.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 3.1 Hasil Pengujian Validitas Instrumen
(r-tabel = 0,361)

Variabel Responsiveness				Variabel Assurance		
Butir	r-hitung	Keterangan		Butir	r-hitung	Keterangan
1	0,613	Valid		5	0,667	Valid
2	0,794	Valid		6	0,610	Valid
3	0,695	Valid		7	0,574	Valid
4	0,761	Valid		8	0,681	Valid
Variabel Tangible				Variabel Empathy		
Butir	r-hitung	Keterangan		Butir	r-hitung	Keterangan
9	0,688	Valid		14	0,797	Valid
10	0,600	Valid		15	0,852	Valid
11	0,717	Valid		16	0,810	Valid
12	0,777	Valid		17	0,670	Valid
13	0,936	Valid		18	0,904	Valid
Variabel Reliability				Variabel Kepuasan Muzakki		
Butir	r-hitung	Keterangan		Butir	r-hitung	Keterangan
19	0,870	Valid		24	0,943	Valid
20	0,829	Valid		25	0,904	Valid
21	0,813	Valid		26	0,815	Valid
22	0,785	Valid		27	0,805	Valid
23	0,704	Valid		28	0,859	Valid
Variabel Loyalitas Muzakki						
Butir	r-hitung	Keterangan				
29	0,862	Valid				
30	0,827	Valid				
31	0,796	Valid				
32	0,779	Valid				
33	0,668	Valid				
34	0,801	Valid				
35	0,824	Valid				
36	0,761	Valid				

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Secara teoritik, butir-butir pertanyaan yang dinyatakan valid dapat dipergunakan dalam penelitian. Sedangkan butir pertanyaan yang tidak valid (setelah diuji validitas) akan dikeluarkan dari pertanyaan kuesioner penelitian. Setelah mengeluarkan butir yang tidak valid, butir-butir pertanyaan yang tersisa diuji kembali.

Dalam penelitian ini, setelah dilakukan uji validitas terhadap 30 responden, ternyata butir pertanyaan semuanya dinyatakan valid dan kuisioner layak digunakan sebagai pengukur masing-masing variabel penelitian.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabibiltas ialah uji untuk mengetahui sejauhmana konsistensi hasil penelitian jika kegiatan tersebut dilakukan berulang-ulang. Uji reliabilitas terhadap kuesioner yang telah dipersiapkan dilakukan dengan rumus *Cronbach's coefficient alpha.* Rumus ini untuk uji untuk instrumen bukan tes yang skor. Menurut Sugiyono (2008) rumusnya sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\Sigma\sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right] \qquad (2)$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = jumlah butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma\sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Cronbach's coefficient alpha dapat diartikan sebagai hubungan positif antara pernyataan satu dengan yang lainnya. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's coefficient alpha* > *0,80* (Kuncoro, 2003). Hal ini berarti bahwa instrumen dapat digunakan sebagai pengumpul data yang handal jika telah memiliki koefisien reliabilitas lebih besar dari 0.80.

Tabel 3.2 menyajikan hasil pengujian reliabilitas untuk ke-tujuh variabel penelitian.

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen

Variabel	Item	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
Responsiveness	4	0,806	Reliabel
Assurance	4	0,856	Reliabel
Tangibles	5	0,913	Reliabel
Empathy	5	0,928	Reliabel
Reliability	5	0,892	Reliabel
Kepuasan muzakki	5	0,938	Reliabel
Loyalitas muzakki	8	0,948	Reliabel

Sumber: Data primer, diolah dengan SPSS 17

Dari Tabel 3.4 dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas pada seluruh variabel menunjukan nilai > 0,80 yang berarti bahwa atribut pada variabel tersebut sudah konsisten dan dapat dipercaya (*reliable*) serta dapat digunakan untuk proses penelitian.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

F. Metode Analisis Data

Data yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini dijelaskan dengan menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan sebaran jawaban responden terhadap sikap indikator dalam variabel (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability,* serta kepuasan dan loyalitas muzakki). Selain itu, statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesa penelitian sebagai berikut.

- Uji serentak dengan uji F
- Uji parsial dengan Uji t
- Koefisien determinasi (R^2)

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi digunakan untuk mendiskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2009). Dalam statistik deskriptif ini data disajikan dalam bentuk tabel frekuensi. Penjelasan setiap variabel dijelaskan berdasarkan modus pada skala Likert.

2. Uji Asumsi Klasik

Karakter data penelitian menentukan teknik analisis data yang akan digunakan untuk membuktikan atau menguji hipotesis, oleh karena itu sebelum pelaksanaan analisis data yang menguji hipotesis dilakukan

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

pemeriksaan atau pengujian terhadap data tersebut. Pengujian persyaratan analisis data adalah sebagai berikut:

a. Normalitas Data

Syarat data yang layak untuk diuji adalah data tersebut harus terdistribusi normal. Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dilakukan dengan histogram dan grafik PP-Plot.

b.Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut.

c.Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi, salah satu caranya adalah, dengan melihat besarnya nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

3. Analisis Statistik

Untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel bebas dan variabel tidak bebas digunakan metode regresi ganda dengan menggunakan SPSS 17.

Rumus regresinya diuraikan dalam 2 tahap , yaitu:

Tahap I:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + \epsilon \qquad (3)$$

dimana:

Y = Kepuasan Muzakki

a = Konstanta

$b_{1,2,3,4,5}$ = Koefisien Regresi

X_1 = *Responsiveness* (Daya tanggap)

X_2 = *Assurance* (Jaminan)

X_3 = *Tangibles* (Benda berwujud)

X_4 = *Empathy* (Empati)

X_5 = *Reliability* (Keandalan)

ϵ = epsilon (standar error)

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tahap II:

$$Z = a + b\,Y + \epsilon \qquad (4)$$

dimana:

Z = Loyalitas Muzakki

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Y = Kepuasan Muzakki

ϵ = epsilon (standar error)

Uji F (uji serentak)

Uji F statistic digunakan untuk menguji keberartian pengaruh dari seluruh variabel bebas $X_{1,2,3,4,5}$ secara bersama-sama (serentak) terhadap variabel tidak bebas Y. Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

- Ho : $b_1,b_2,b_3,,b_4,b_5 = 0$, artinya

  tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari seluruh variabel bebas $X_{1,2,3,4,5}$ terhadap variabel tidak bebas Y.

- Ho : $b_1,b_2,b_3,,b_4,b_5 \neq 0$, artinya

  terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari seluruh variabel bebas $X_{1,2,3,4,5}$ terhadap variabel tidak bebas Y.

  Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

- Ho diterima jika $F_{Hitung} > F_{Tabel}$
- Ha diterima jika $F_{Hitung} < F_{Tabel}$

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Uji t (secara parsial)

Tes uji secara parsial menguji setiap variabel bebas ($X_{1,2,3,4,5}$) apakah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel tidak bebas (Y) dengan bentuk pengujian sebagai berikut:

- Ho : b1 = 0, artinya:

  tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari masing-masing variabel ($X_{1,2,3,4,5}$) terhadap variabel tidak bebas (Y).

- Ha : b1 ≠ 0, artinya:

  terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari masing-masing variabel ($X_{1,2,3,4,5}$) terhadap variabel tidak bebas (Y).

Dengan menggunakan tingkat signifikan (α) 5% dan derajad kebebasan (n-k), kemudian dibandingkan dengan t hitung yang diperoleh untuk menguji signifikasi dengan teori pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Ho diterima jika jika $t_{hitung} < t_{tabel}$,

  Artinya: tidak ada pengaruh yang nyata $X_{1,2,3,4,5}$ terhadap Y

- Ha diterima jika jika $t_{hitung} > t_{tabel}$,

  Artinya: ada pengaruh yang nyata $X_{1,2,3,4,5}$ terhadap Y.

Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian kontribusi pengaruh dari seluruh variabel bebas $X_{1,2,3,4,5}$ secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y) dapat dilihat dari koefisien determinasi berganda (R^2), dimana $0 < R^2 < 1$.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Hal ini menunjukkan jika nilai R^2 semakin dekat dengan nilai 1, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas semakin kuat. Sebaliknya jika nilai R^2 semakin dengan dengan nilai 0 maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas semakin lemah.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka



UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

BAB IV

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengumpulan Data dan Responden

1. Tingkat Respon Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh muzakki individu aktif LAZ DSNI Amanah yang berjumlah 600 orang. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner melalui bagian Sumber Daya Insani dan Pelayanan LAZ DSNI Amanah Batam pada 85 muzaki dan seluruh kuesioner yang disampaikan ke muzakki kembali. Kuisioner yang disebar ke seluruh muzaki adalah kuisioner yang telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen.

Untuk mendalami data sekunder dan hasil penelitian, penulis melakukan wawancara dengan staff SDI LAZ DSNI Amanah Batam. Peneliti mengajukan beberapa pertanyaan mengenai jenis dan jumlah muzakki, proses penyerahan dan penyaluran donasi, jenis-jenis program yang ada pada LAZ DSNI Amanah, sistem pelaporan donasi, dan hal-hal lain menyangkut pelayanan oleh karyawan LAZ DSNI Amanah.

Penulis juga melakukan pengamatan langsung proses pelayanan dan penyerahan donasi dari muzakki ke LAZ DSNI Amanah.

2. Profil Responden

Profil responden dalam penelitian ini digambarkan berdasarkan pengeluaran rutin, pendidikan, jenis kelamin, dan usia. Pada Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah laki-laki berusia lebih dari 25 tahun.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran Rutin, Pendidikan Jenis Kelamin, dan Usia

Pengeluaran Rutin (Rp)	Pendidikan	Laki-laki				Perempuan				Total			
		Usia				Usia				Usia			
		≤ 25		25 <		≤ 25		25 <		≤ 25		25 <	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%
< 1 jt	SLTP	0	0	0	0	0	0	1	1,2	0	0	1	1,2
	SLTA/Setara	1	1,2	3	3,5	3	3,5	3	3,5	4	4,7	6	7,1
Total: 14,1%	S-1	0	0	0	0	0	0	1	1,2	0	0	1	1,2
	S-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	S-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1-2,5 jt	SLTP	0	0	1	1,2	0	0	0	0	0	0	1	1,2
	SLTA/Setara	5	5,9	10	11,8	13	15,4	4	4,7	18	21,2	14	16,5
Total: 42,4%	S-1	0	0	2	2,4	0	0	1	1,2	0	0	3	3,5
	S-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	S-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2,5jt<s.d5 jt	SLTP	0	0	1	1,2	0	0	0	0	0	0	1	1,2
	SLTA/Setara	2	2,4	10	11,8	2	2,4	1	1,2	4	4,7	11	12,9
Total: 34,1%	S-1	2	2,4	5	5,9	0	0	6	7,1	2	2,4	11	12,9
	S-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	S-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5jt<s.d 10jt	SLTP	0	0	1	1,2	0	0	0	0	0	0	1	1,2
	SLTA/Setara	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total: 9,4%	S-1	0	0	4	4,7	0	0	1	1,2	0	0	5	5.9
	S-2	0	0	1	1,2	0	0	1	1,2	0	0	2	2,4
	S-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10 jt<	SLTP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SLTA/Setara	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total: 0%	S-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	S-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	S-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL		10	11,8	38	44,7	18	21,2	19	22,3	28	32,9	57	67,1
		Frek :48 (56,5%)				Frek:37 (43,5%)				Frek:85 (100%)			

Sumber: data primer, diolah

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Dari Tabel 4.1, menunjukkan bahwa persentase jumlah responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 56,5%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebesar 43,5%. Berdasarkan Pengeluaran rutin, maka responden terbanyak dengan tingkat pengeluaran per bulan sebesar 1 - 2,5 juta rupiah, yaitu sebesar 42,4%. Disusul dengan responden dengan tingkat pengeluaran 2,5 – 5 juta rupiah, sebanyak 34,1%.Responden dengan tingkat pengeluaran kurang dari 1 juta rupiah sebanyak 14,1 %, tingkat pengeluaran 5 – 10 juta rupiah sebanyak 9,4%, dan tidak ada satupun responden dengan tingkat pengeluaran lebih dari 10 juta rupiah per bulan (0%).

Berdasarkan tingkat pendidikan responden sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.1, menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden untuk tingkat SLTP sebanyak 4,7% saja, tingkat pendidikan responden untuk tingkat SLTA/setara adalah yang terbanyak, yaitu sebanyak 67,1%, tingkat pendidikan responden untuk tingkat S1 sebanyak 25,9%, S2 sebanyak 2,4 % dan tidak ada responden yang tingkat pendidikannya mencapai S3.

Tingkat usia responden menunjukkan bawah responden laki-laki dengan tingkat usia sampai dengan 25 tahun sebanyak 11,8%, sedangkan responden perempuan dengan tingkat usia sampai dengan 25 tahun sebanyak 21,2%. Responden laki-laki dengan tingkat usia lebih dari 25 tahun merupakan responden terbanyak, yaitu sebanyak 44,7%, sedangkan responden perempuan dengan tingkat usia lebih dari 25 tahun sebanyak 22,3%.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

B. Deskripsi variabel penelitian

1. Variabel *Responsiveness*

Dari data yang diperoleh untuk Variabel *Responsiveness* (X1) dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2 Deskripsi Variabel *Responsiveness* (X1)

NO	PERTANYAAN	Jawaban dalam %				
		STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
1	Saat tiba antrian saya, karyawan DSNI Amanah segera melayani keperluan saya	1,2	0	7,1	48,2	43,5
2	Karyawan LAZ DSNI Amanah memberikan pelayanan yang cepat kepada muzakki	0	0	5,9	58,8	35,3
3	Karyawan LAZ DSNI Amanah selalu siap memberikan bantuan kepada muzakki	0	0	15,3	56,5	28,2
4	Karyawan LAZ DSNI Amanah selalu merespons pertanyaan muzakki dengan cepat	0	1,2	14,1	56,5	28,2
	Total	0,3	0,3	10,6	55	33,8

Sumber : Data primer, diolah

Tabel 4.2 menunjukkan responden yang setuju dan sangat setuju lebih dari 80% untuk hampir semua indikator variabel *responsiveness*. Tabel ini menunjukkan bahwa total jawaban terbanyak pada jawaban setuju, sebanyak 55%. Pada dimensi memulai pelayanan dengan segera (butir 1), responden menyatakan setuju sebanyak 48,2% dan sangat setuju sebanyak 43,5%. Untuk dimensi pelayanan yang cepat, responden yang bersikap setuju dan sangat setuju mencapai 94,1% (butir 2). Untuk dimensi kesiapan dan respon karyawan LAZ DSNI Amanah yang cepat dalam memberikan bantuan dan menjawab pertanyaan (butir 3 dan 4) , responden yang bersikap netral

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

mencapai 15,3% (butir 3) dan 14,1% (butir 4). Dan yang bersikap setuju dan sangat setuju sama-sama sebanyak 84,7% baik pada butir 3 maupun butir 4.

Pada variabel responsiveness ini, semua pilihan sikap dipilih oleh responden, dengan porsi masing-masing yang berbeda. Pilihan jawaban yang terkecil (0,3%) masing-masing pada sikap sangat tidak setuju dan tidak setuju.

2. Variabel *Assurance*

Dari data yang diperoleh untuk Variabel *Assurance* (X2) dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut ini.

Tabel 4.3 Diskripsi Variabel *Assurance* (X2)

No	PERTANYAAN	Jawaban dalam %				
		STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
5	Karyawan LAZ DSNI Amanah menumbuhkan rasa percaya para muzakki	0	0	7,1	67,1	25,9
6	Muzakki merasa aman sewaktu melakukan transaksi di LAZ DSNI Amanah	0	1,2	4,7	63,5	30,6
7	Karyawan LAZ DSNI Amanah selalu bersikap sopan	0	0	5.9	57,6	36,5
8	Karyawan LAZ DSNI Amanah memiliki wawasan yang baik dalam menjawab pertanyaan muzakki	0	1,2	10,6	60	28,2
	Total	0	0,6	7,08	62,05	30,3

Sumber : Data primer, diolah

Tabel 4.3 menunjukkan jumlah responden yang bersikap setuju dan sangat setuju di atas 90% terjadi pada masing-masing butir pertanyaan, kecuali pada butir 8 sebanyak 88,2 %. Total pilihan sikap terbanyak pada variabel

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

assurance ini pada jawaban setuju sebesar 62,05%. Pilihan sikap sangat setuju sebanyak 30,3%, netral sebanyak 7,08% dan tidak setuju sebanyak 0,6%. Tidak satupun responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju (0%).

Responden yang menjawab setuju dan sangat setuju pada butir pertanyaan karyawan LAZ DSNI Amanah menumbuhkan rasa percaya muzakki (butir 5) sebanyak 93%, dan yang menjawab netral sebanyak 7,1% saja. Sedangkan yang menjawab setuju dan sangat setuju untuk butir pertanyaan tentang rasa aman muzakki dalam melakukan transaksi di LAZ DSNI Amanah (butir 6) sebesar 94,1%, dan yang menjawab netral sebanyak 4,7%. Responden yang merasa tidak aman bertransaksi sebanyak 1,2%.

Responden yang menjawab setuju dan sangat setuju pada butir pertanyaan yang menyangkut kesopanan karyawan LAZ DSNI Amanah (butir 7) sebanyak 94,1% dan yang bersikap netral sebanyak 5,9%. Sedangkan responden yang menjawab setuju dan sangat setuju untuk pertanyaan yang menyangkut tentang keluasan wawasan karyawan LAZ DSNI Amanah dalam menjawab pertanyaan responden (butir 8) sebanyak 88,2%, yang bersikap netral sebanyak 10,6% dan tidak setuju sebanyak 1,2%.

UNIVERSITAS TERBUKA

3. Variabel *Tangibles*

Dari data yang diperoleh untuk Variabel *Tangibles* (X3) dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut ini.

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 4.4 Diskripsi Variabel *Tangibles* (X3)

No	PERTANYAAN	Jawaban dalam %				
		STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
9	Ruangan kantor LAZ DSNI Amanah selalu bersih	0	0	1,2	63,5	35,3
10	Saya merasa nyaman berada dalam kantor LAZ DSNI Amanah	0	1,2	4,7	57,6	36,5
11	Karyawan LAZ DSNI Amanah berpakaian seragam yang rapi	0	0	7,1	57,6	35,3
12	Brosur dan majalah yang berkaitan dengan pelayanan DSNI Amanah tampak menarik	1,2	0	8,2	64,7	25,9
13	Laporan yang diberikan LAZ DSNI Amanah mudah dimengerti oleh muzakki	0	1,2	9,4	61,2	28,2
	Total	0,24	0,48	5,88	60,92	32,24

Sumber : Data primer, diolah

UNIVERSITAS TERBUKA

Dari Tabel 4.4 dapat dideskripsikan sebagai berikut: Responden yang memberikan jawaban setuju dan sangat setuju untuk variabel *tangibles* sebanyak 93,16%, dimana jawaban terbanyak pada sikap setuju, sebesar 60,92%. Hampir semua responden menjawab setuju dan sangat setuju untuk butir pertanyaan yang membahas kebersihan ruang pelayanan LAZ DSNI Amanah (butir 9), yaitu sebanyak 98,8 %, sisanya sebanyak 1,2% menjawab netral.

Pada butir pertanyaan yang membahas tentang kenyamanan responden berada diruang pelayanan LAZ DSNI Amanah (butir 10), responden yang memberikan jawaban setuju dan sangat setuju sebanyak 94,1%, responden yang menjawab netral sebesar 4,7%, dan responden yang merasa tidak nyaman

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

berada di ruang pelayanan sebanyak 1,2%. Untuk pertanyaan yang menyatakan keseragaman dan kerapian pakaian karyawan LAZ DSNI Amanah (butir 11), maka responden yang memberikan jawaban setuju dan sangat setuju sebanyak 92,9%, dan sisanya menjawab netral sebanyak 7,1%.

Pada pertanyaan yang membahas tentang tampilan brosur dan majalah yang memuat informasi tentang kegiatan LAZ DSNI Amanah (butir 12), maka responden yang bersikap setuju dan sangat setuju sebanyak 90,6%, jawaban netral sebanyak 8,2% dan responden yang sangat tidak setuju sebanyak 1,2%. Sedangkan untuk butir pertanyaan yang membahas tentang kejelasan laporan pengelolaan donasi yang mudah dimengerti (butir 13), maka jawaban responden yang setuju dan sangat setuju sebanyak 89,4%, jawaban netral sebanyak 9,4%, dan sebanyak 1,2% responden yang tidak mengerti terhadap laporan pengelolaan donasi dari muzakki.

4. Variabel *Empathy*

Dari data yang diperoleh untuk Variabel *Empathy* (X4) dapat dilihat pada Tabel 4.5. Dari tabel tersebut dapat diperoleh kesimpulan bahwa responden yang memberikan jawaban setuju dan sangat setuju untuk Variabel *Empathy* (X4) sebanyak 85,16%, responden yang memberikan jawaban netral sebanyak 12,72%, jawaban tidak setuju sebesar1,68% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0,48%. Semua pilihan jawaban mendapat respon dari responden.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 4.5 Diskripsi Variabel *Empathy* (X4)

No	PERTANYAAN	Jawaban dalam %				
		STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
14	Karyawan LAZ DSNI Amanah memberikan perhatian secara individual kepada muzakki	1,2	2,4	11,8	57,6	27,1
15	Karyawan LAZ DSNI Amanah melayani setiap muzakki dengan penuh perhatian	0	1,2	7,1	63,5	28,2
16	Karyawan LAZ DSNI Amanah mengerti bahwa setiap muzakki mempunyai kebutuhan yang spesifik	0	2,4	18,8	48,2	30,6
17	Bila muzakki menghadapi masalah, maka dengan mudah muzakki bisa berbicara dengan pegawai senior LAZ DSNI Amanah	1,2	1,2	14,1	60	23,5
18	Karyawan LAZ DSNI Amanah segera mengangkat telpon kantor saat saya menghubungi via telpon	0	1,2	11,8	51,8	35,3
	Total	0,48	1,68	12,72	56,22	28,94

Sumber : Data primer, diolah

Pada butir pertanyaan yang membahas tentang perhatian yang diberikan secara individu saat karyawan LAZ DSNI Amanah memberikan pelayanan pada muzakki (butir 14) responden yang memberikan jawaban setuju dan sangat setuju sebanyak 84,7%, responden yang menjawab netral sebanyak 11,8%, yang tidak setuju sebanyak 2,4% dan yang sangat tidak setuju sebanyak 1,2%. Sedangkan pada butir pertanyaan yang membahas tentang perhatian yang penuh yang diberikan karyawan dalam proses pelayanan kepada muzakki (butir 15), maka responden yang memberikan jawaban setuju dan sangat setuju sebanyak 91,7%, responden yang menjawab netral sebesar 7,1% dan selebihnya menjawab tidak setuju sebanyak 1,2%.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Dalam butir pertanyaan yang membahas tentang pengertian karyawan LAZ DSNI Amanah bahwa setiap muzakki mempunyai kebutuhann yang spesifik (butir 16), maka responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebanyak 78,8%, yang menjawab netral sebanyak 18,8% dan yang tidak setuju sebanyak 2,4%. Sedangkan butir pertanyaan yang membahas tentang kemudahan muzakki menghubungi karyawan yang lebih senior saat muzakki menghadapi masalah (butir 17), menunjukkan bahwa responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebanyak 83,5%, yang menyatakan netral sebanyak 14,1% dan yang tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing sebanyak 1,2%.

Pada butir pertanyaan yang membahas tentang perhatian karyawan LAZ DSNI Amanah yang segera mengangkat telepon saat dihubungi (butir 18), maka responden yang menjawab setuju dan sangat setuju sebanyak 87,1%, responden yang menyatakan netral sebanyak 11.8% dan yang tidak setuju sebanyak 1,2%.

5. Variabel *Reliability*

Dari data yang diperoleh untuk Variabel *Reliability* (X5) dapat dilihat pada

Tabel 4.6 . Pada tabel tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa responden yang memberikan jawaban setuju dan sangat setuju pada variabel reliability ini sebanyak 86,8%, responden yang memberikan jawaban netral sebanyak 12,94%, dan selebihnya sebanyak 0,3% menyatakan tidak setuju.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 4.6 Diskripsi Variabel *Reliability* (X5)

No	PERTANYAAN	Jawaban dalam %				
		STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
19	Waktu beroperasi (jam kantor) LAZ DSNI Amanah nyaman bagi muzakki	0	1,2	8,2	57,6	32,9
20	LAZ DSNI Amanah menyajikan pelayanan tepat waktu	0	0	14,1	55,3	30,6
21	Karyawan LAZ DSNI Amanah dapat diandalkan dalam menangani masalah pelayanan ke muzakki	0	0	10,6	56,5	32,9
22	Karyawan LAZ DSNI Amanah melakukan pelayanan yang benar mulai dari awal	0	0	10,6	60	29,4
23	Karyawan LAZ DSNI Amanah menyimpan catatan/ dokumen tanpa kesalahan	0	0	21,2	50,6	28,2
	Total	0	0,3	12,94	56	30,8

Sumber : Data primer, diolah

Dari tabel 4.6 dapat diperoleh kesimpulan bahwa pada butir pertanyaan yang membahas tentang jam kantor yang nyaman bagi muzakki (butir 19), maka responden yang memberikan jawaban setuju dan sangat setuju sebanyak 90,5%, responden yang memberikan jawaban netral sebanyak 8,2%, dan selebihnya jawaban tidak setuju sebesar 1,2%

Pada butir pertanyaan yang membahas tentang karyawan LAZ DSNI Amanah yang memberikan pelayanan tepat waktu (butir 20), maka responden yang memberikan jawaban setuju dan sangat setuju sebanyak 85,9%, dan selebihnya menjawab netral sebanyak 14,1%. Sedangkan butir pertanyaan tentang keandalan karyawan LAZ DSNI Amanah dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi muzakki (butir 21), maka responden yang memberikan

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

jawaban setuju dan sangat setuju sebanyak 89,4% dan selebihnya bersikap netral sebanyak 10,6%.

Pada butir pertanyaan yang membahas tentang karyawan LAZ DSNI Amanah yang melakukan pelayanan yang benar mulai dari awal pelayanan kepada muzakki (butir 22), maka responden yang menyatakan sikap setuju dan sangat setuju sebanyak 89,4%, dan selebihnya bersikap netral sebanyak 10,6%. Sedangkan butir pertanyaan yang membahas tentang penyimpanan dokumen yang dilakukan pada LAZ DSNI Amanah tanpa kesalahan (butir 23), maka responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebanyak 88,8%, dan yang menyatakan netral sebanyak 21,2%

6. Variabel Kepuasan muzakki

Dari data yang diperoleh untuk Variabel Kepuasan Muzakki (Y) dapat dilihat pada Tabel 4.7. Dari tabel tersebut dapat diperoleh kesimpulan bahwa responden yang memberikan jawaban setuju dan sangat setuju untuk Variabel Kepuasan Muzakki (Y) sebanyak 90,8%, responden yang memberikan jawaban netral sebanyak 7,76%, dan selebihnya memberikan jawaban tidak setuju sebesar1,44% Dari tabel 4.5 dapat diperoleh kesimpulan bahwa responden yang memberikan jawaban setuju dan sangat setuju untuk Variabel Kepuasan Muzakki (Y) sebanyak 90,8%, responden yang memberikan jawaban netral sebanyak 7,76%, dan selebihnya memberikan jawaban tidak setuju sebesar1,44%

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 4.7 Diskripsi Variabel kepuasan Muzakki (Y)

No	PERTANYAAN	Jawaban dalam %				
		STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
24	Saya merasa puas atas perhatian karyawan LAZ DSNI Amanah dalam memberikan pelayanan	0	1,2	8,2	60	30,6
25	Saya merasa senang berinteraksi dengan karyawan LAZ DSNI Amanah	0	1,2	7,1	58,8	32,9
26	Saya merasa puas atas laporan pengelolaan donasi saya	0	0	10,6	54,1	35,3
27	Saya merasa puas atas kecepatan proses pelayanan LAZ DSNI Amanah	0	2,4	9,4	57,6	30,6
28	Secara umum saya merasa puas dengan pelayanan LAZ DSNI Amanah	0	2,4	3,5	58,8	35,3
	Total	0	1,44	7,76	57,86	32,94

Sumber : Data primer, diolah

Untuk pertanyaan yang membahas tentang kepuasan muzakki terhadap perhatian yang diberikan karyawan LAZ DSNI Amanah dalam memberikan pelayanan (butir 24), responden yang memberikan jawaban setuju dan sangat setuju sebanyak 90,6%. Responden yang menjawab netral sebanyak 8,2%, dan selebihnya menjawab tidak setuju sebanyak 1,2%. Sedangkan butir pertanyaan yang membahas tentang rasa senang muzakki berinteraksi dengan karyawan LAZ DSNI Amanah (butir 25), maka responden yang memberikan jawaban setuju dan sangat setuju sebanyak 91,7%, yang memberikan jawaban netral sebanyak 7,1%, dan selebihnya tidak setuju sebanyak 1,2%.

Pada pertanyaan yang membahas tentang rasa puas muzakki tentang laporan pengelolaan donasi oleh LAZ DSNI Amanah (butir 26), maka responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebanyak 89.4%, dan

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

selebihnya responden menjawab netral 10,6%. Sedangkan pertanyaan yang membahas tentang kepuasan muzakki terhadap kecepatan proses pelayanan karyawan LAZ DSNI Amanah, maka responden yang menjawab setuju dan sangat setuju sebanyak 88,2%, responden yang menjawab netral sebanyak 9,4%, dan selebihnya responden yang tidak setuju sebanyak 2,4%. Untuk pertanyaan yang membahas tentang kepuasan muzakki secara umum terhadap pelayanan LAZ DSNI Amanah, maka responden yang menjawab setuju dan sangat setuju sebanyak 94,1%, dan yang menjawab netral sebanyak 3,5%, dan selebihnya responden yang tidak setuju sebanyak 2,4%.

7. Variabel Loyalitas Muzakki

Dari data yang diperoleh untuk Variabel Loyalitas Muzakki (Z) dapat dilihat pada Tabel 4.8. Dari tabel 4.8 dapat diperoleh kesimpulan bahwa responden yang memberikan jawaban setuju dan sangat setuju untuk Variabel Loyalitas Muzakki (Z) sebanyak 80,44%, responden yang memberikan jawaban netral sebanyak 18,53%, jawaban tidak setuju sebesar 0,9% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0,15%. Semua pilihan jawaban mendapat respon dari responden.

UNIVERSITAS TERBUKA

Untuk butir pertanyaan yang membahas tentang kesediaan muzakki untuk berinteraksi lebih banyak saat LAZ DSNI Amanah memperkenalkan program baru (butir 29), maka responden yang menjawab setuju dan sangat setuju sebanyak 88,2%, dan selebihnya bersikap netral sebanyak 11,8%. Sedangkan pertanyaan yang membahas tentang rasa senang muzakki menyampaikan program-progran yang ada di LAZ DSNI Amanah kepada relasinya (butir 30),

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

tampak bahwa responden yang menyatakan sikap setuju dan sangat setuju sebanyak 81,2%, selebihnya bersikap netral sebanyak 18,8%.

Tabel 4.8 Diskripsi Variabel Loyalitas muzakki (Z)

No	PERTANYAAN	Jawaban dalam %				
		STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
29	Saya akan berinteraksi lebih banyak ketika LAZ DSNI Amanah memperkenalkan program baru	0	0	11,8	60	28,2
30	Saya senang menyampaikan program-program LAZ DSNI Amanah kepada relasi saya	0	0	18,8	54,1	27,1
31	Saya sering menawarkan ide program atau layanan kepada LAZ DSNI Amanah	0	1,2	31,8	37,6	29,4
32	Saya akan melakukan interaksi yang lebih rutin dengan LAZ DSNI Amanah	0	1,2	15,3	51,8	31,8
33	Saya sering menyampaikan cerita pujian tentang pelayanan LAZ DSNI Amanah kepada pihak lain	0	2,4	25,9	38,8	32,9
34	Saya tidak mempunyai keinginan untuk segera mengakhiri interaksi dengan LAZ DSNI Amanah	1,2	1,2	8,2	60	29,4
35	Saya akan memanfaatkan program-program yang ada di LAZ DSNI Amanah secara menyeluruh	0	1,2	18,8	55,3	24,7
36	Saya akan berpartisipasi pada pengembangan program LAZ DSNI Amanah	0	0	17,6	47,1	35,3
	Total	0,15	0,9	18,53	50,59	29,85

Sumber : Data primer, diolah

Perlu diperhatikan untuk butir pertanyaan tentang muzakki sering menyampaikan ide program atau layanan pada LAZ DSNI Amanah (butir 31), responden yang bersikap netral cukup banyak, yaitu sebanyak 31,8%, yang

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

menjawab setuju dan sangat setuju masing-masing sebanyak 37,6% dan 29,4%. Selebihnya, adalah responden yang tidak setuju, sebanyak 1,2%. Sedangkan butir pertanyaan yang membahas tentang kesediaan muzakki melakukan interaksi yang lebih rutin (butir 32),maka responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebanyak 83,6%, responden yang bersifat netral sebanyak 15,3% dan yang tidak setuju sebanyak 1,2%.

Untuk pertanyaan yang membahas tentang penyampaian cerita pujian oleh muzakki kepada pihak lain (butir 33), maka responden yang menjawab setuju dan sangat setuju sebanyak 71,7%, yang menjawab netral sebanyak 25,9% dan selebihnya menjawab tidak setuju sebanyak 2,4%. Sedangkan butir pertanyaan yang membahas tentang pernyataan muzakki untuk tidak ingin mengakiri interaksi dengan LAZ DSNI Amanah (butir 34), maka sebanyak 89,4% responden menyampaikan sikap setuju dan sangat setuju, sebanyak 8,2% responden yang bersikap netral, dan selebihnya responden yang tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing sebanyak 1,2%.

Pada butir pertanyaan yang membahas tentang kesediaan muzakki untuk memanfaatkan program-program yang ada pada LAZ DSNI Amanah secara menyeluruh, maka responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebanyak 80%, yang bersikap netral sebanyak 18,8% , dan yang tidak setuju sebanyak 1,2%. Untuk butir pertanyaan yang membahas tentang kesediaan muzakki dalam pengembangan program LAZ DSNI Amanah, sebanyak 35,3% responden menyatakan sangat setuju, 47.1% responden menyatakan setuju, dan selebihnya 17,6% bersikap netral.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

Untuk dapat menggunakan regresi ganda data yang digunakan harus memenuhi persyaratan asumsi klasik yang terdiri dari empat hal, yaitu (1) normalitas data, (2) heteroskedastisitas, (3) multikolinieritas, dan (4) otokorelasi. Penelitian ini yang menggunakan data *cross-section* sehingga tidak memerlukan bebas otokorelasi yang diberlakukan untuk data *time series*. Berikut ini hasil pengujian tiga persyaratan dari asumsi klasik.

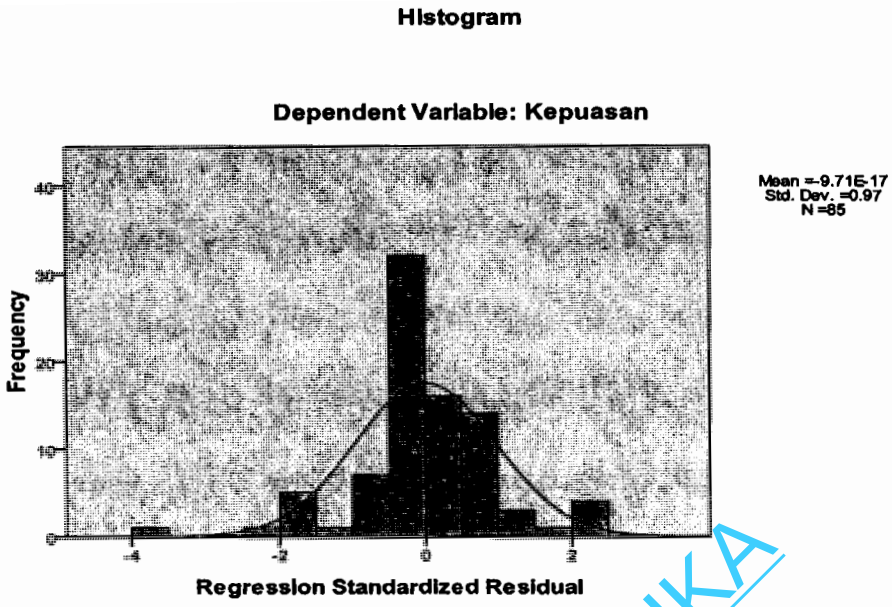
1. Normalitas Data

Syarat data yang layak untuk diuji adalah data tersebut harus terdistribusi normal. Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Pengujian dapat dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu pendekatan histogram atau dengan pendekatan grafik. Hasil pengolahan dengan menggunakan SPSS 17 didapatkan histogram dan grafik seperti yang dapat dilihat pada Gambar 4.1 dan Gambar 4.2.

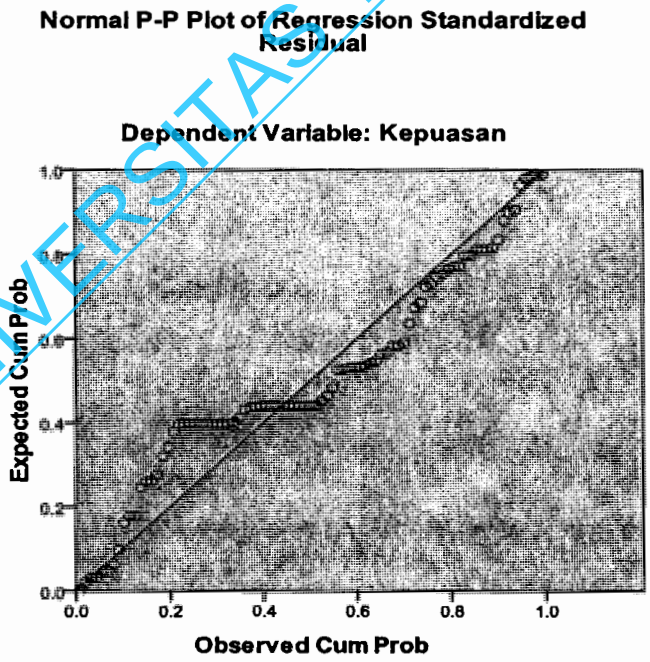
UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka



Sumber: Gambar, diolah dengan SPSS

Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas Data



Sumber: Gambar diolah dengan SPSS

Gambar 4.2 Grafik PP-Plot Uji Normalitas Data

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

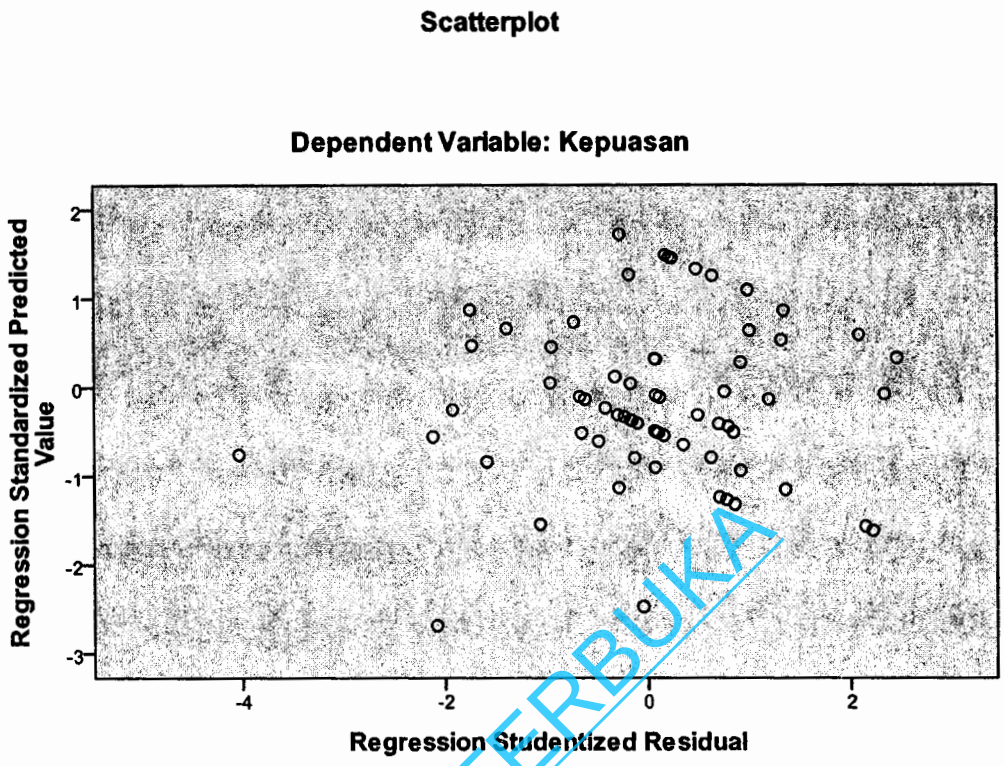
Dari Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa variabel kepuasan muzakki berdistribusi mendekati normal. Hal ini ditunjukkan oleh distribusi data yang tidak melenceng ke kiri atau melenceng ke kanan. Sedangkan Gambar 4.2 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan normal. Suatu variabel dapat dikatakan normal jika gambar distribusi titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah dengan garis diagonal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Pada model yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Model regresi linier berganda terbebas dari asumsi klasik heteroskedastisitas dan layak digunakan dalam penelitian, jika output *Scatterplot* menunjukkan penyebaran titik-titik data yang tidak berpola jelas, serta titik-titik yang menyebar. Pendekatan lain untuk pengujian heteroskedastisitas adalah dengan pendekatan statistik. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan grafik. (lihat Gambar 4.3).

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka



Sumber: Gambar diolah dengan SPSS 17

Gambar 4.3 *Scatterplot* Uji Heteroskedastisitas

Pada Gambar 4.3 titik-titik menyebar dan tidak menunjukkan pola yang jelas. Berdasarkan hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel bebas dari pengujian asumsi klasik heteroskedastisitas.

UNIVERSITAS TERBUKA

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi, salah satu caranya adalah, dengan melihat besarnya nilai *tolerance* dan *Variance*

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Inflation Factor (VIF). Model regresi yang bebas multikolinieritas mempunyai nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka toleransi lebih besar dari 0,1.

Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas

No	Variabel	Colinierity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	*Responsiveness*	0,353	2,831	Bebas Multikolinieritas
2	*Assurance*	0,306	3,268	Bebas Multikolinieritas
3	*Tangibles*	0,283	3,531	Bebas Multikolinieritas
2	*Empathy*	0,372	2,690	Bebas Multikolinieritas
3	*Reliability*	0,223	4,476	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17

Berdasarkan Tabel 4.9, variabel *responsiveness* memiliki nilai *tolerance* 0,353 > 0,1 dan VIF 2,831 < 10. Sehingga dapat dinyatakan bebas multikolonieritas. Hal yang sama juga terjadi pada variabel *assurance* yang memiliki nilai *tolerance* 0,306 > 0,1 dan VIF 3,268 < 10. Sehingga dapat dinyatakan bebas multikolinieritas. Demikian pula dengan variabel *tangibles* yang memiliki nilai *tolerance* 0,283 > 0,1 dan VIF 3,531 < 10. Sehingga dapat dinyatakan bebas multikolinieritas juga. Variabel *empathy* memiliki nilai *tolerance* 0,372 > 0,1 dan VIF 2,690 < 10. Sehingga dapat dinyatakan bebas multikolonieritas. Hal serupa juga terjadi pada variabel *reliability* yang

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

memiliki nilai *tolerance* 0,223 > 0,1 dan VIF 4,476 < 10. Sehingga juga dapat dinyatakan bebas multikolonieritas.

D. Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis 1

- Ho : $b_1,b_2,b_3,b_4,b_5 = 0$

  Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari seluruh variabel bebas $X_{1,2,3,4,5}$ (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability,*) terhadap variabel tidak bebas Y (Kepuasan muzakki).

- Ha : $b_1,b_2,b_3,b_4,b_5 \neq 0$

  Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari seluruh variabel bebas $X_{1,2,3,4,5}$ (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability,*) terhadap variabel tidak bebas Y (Kepuasan muzakki).

Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

- Ho diterima jika $F_{Hitung} < F_{Tabel}$

  Ha diterima jika $F_{Hitung} > F_{Tabel}$

Tabel 4.10 memperlihatkan Anova untuk uji F.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 4.10 Anova

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	504.924	5	100.985	56.221	.000[a]
	Residual	141.900	79	1.796		
	Total	646.824	84			

a. Predictors: (Constant), Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance, Tangibles

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data diolah

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa F_{hitung} adalah 56,221 dengan signifikansi nilai F_{hitung} sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05. Sedangkan nilai F tabel pada tingkat kepercayaan 95% (α = 0,05) adalah 2,74. Oleh karena pada perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability* secara bersama-sama terhadap kepuasan muzakki.

Sementara itu uji R^2 (uji koefisien determinasi) yang menjelaskan berapa besar variasi variabel *responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability* mampu menerangkan variabel kepuasan muzakki dapat dilihat pada Tabel 4.11.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 4.11 Uji R^2

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884[a]	.781	.767	1.340

a. Predictors: (Constant), Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance, Tangibles

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17

Dari tabel 4.11 dapat dilihat bahwa nilai R^2 sebesar 0,781 atau 78,1%, yang berarti variasi variabel independen (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability*) mampu menjelaskan variabel dependen (kepuasan muzakki) sebesar 78,1%, sementara sisanya sebesar 21,9 % diterangkan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Sama halnya dengan R^2, *adjusted* R^2 sebesar 0,767 berarti variasi variabel independen (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability*) mampu menjelaskan variabel dependen (kepuasan muzakki) sebesar 76,7% sementara sisanya sebesar 23,3% diterangkan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Karena variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari dua, maka akan lebih tepat menggunakan *adjusted* R^2.

2. Hipotesis 2

Ho : b1 = 0

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari masing-masing variabel ($X_{1,2,3,4,5}$) terhadap variabel tidak bebas (Y).

Ha : b1 ≠ 0

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari masing-masing variabel ($X_{1,2,3,4,5}$) terhadap variabel tidak bebas (Y).

Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

Ho diterima jika $t_{Hitung} < t_{Tabel}$

Ha diterima jika $t_{Hitung} > t_{Tabel}$

Dari Tabel 4.12 dapat dijelaskan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel *responsiveness* (X_1) terhadap kepuasan muzakki, hal ini terlihat dari tingkat signifikansi (0,980) lebih besar dari 0,05. Dengan demikian Ho diterima dan Ha ditolak.

Tabel 4.12 Uji t

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.391	1.428		-.274	.785		
Responsiveness	-.003	.118	-.002	-.025	.980	.353	2.831
Assurance	.097	.136	.068	.717	.476	.306	3.268
Tangibles	.287	.119	.238	2.405	.018	.283	3.531
Empathy	.346	.084	.358	4.142	.000	.372	2.690
Reliability	.321	.114	.316	2.830	.006	.223	4.476

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tabel 4.12 memberikan informasi bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel *assurance* (X_2) terhadap kepuasan muzakki, hal ini terlihat dari tingkat signifikansi (0,476) lebih besar dari 0,05. Dengan demikian Ho diterima dan Ha ditolak.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel *tangibles* (X_3) terhadap kepuasan muzakki, hal ini terlihat dari tingkat signifikansi (0,018) lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel *empathy* (X_4) terhadap kepuasan muzakki, hal ini terlihat dari tingkat signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel *reliability* (X_5) terhadap kepuasan muzakki, hal ini terlihat dari tingkat signifikansi (0,006) lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima.

Dari Tabel 4.12 dapat dijelaskan pula bahwa variabel *empathy* merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan muzakki LAZ DSNI Amanah, dengan angka koefisien regresi variabel *empathy* sebesar 0,346.

UNIVERSITAS TERBUKA

3. Hipotesis 3

Ho : b1 = 0

Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (Y) terhadap variabel tidak bebas (Z).

Ha : b1 ≠ 0

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (Y) terhadap variabel tidak bebas (Z).

Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

Ho diterima jika $t_{Hitung} < t_{Tabel}$

Ha diterima jika $t_{Hitung} > t_{Tabel}$

Tabel 4.13 Uji t

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.816	2.617		2.604	.011		
Kepuasan	1.227	.123	.739	9.985	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Dari Tabel 4.13 dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kepuasan muzakki (Y) terhadap loyalitas muzakki, hal ini terlihat dari tingkat signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima.

UNIVERSITAS TERBUKA

Tabel 4.14 Uji R^2

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739[a]	.546	.540	3.126

a. Predictors: (Constant), Kepuasan

b. Dependent Variable: Loyalitas

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Dari tabel 4.14 dapat dilihat bahwa nilai R^2 sebesar 0,546 atau 54,6%, yang berarti variabel independen (kepuasan muzakki) mampu menjelaskan variabel dependen (loyalitas muzakki) sebesar 54,6%, sementara sisanya sebesar 45,5 % diterangkan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Dari Tabel 4.12 dapat dirumuskan persamaaan regresinya sebagai berikut.

Tahap I:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + €ˆ \quad (5)$$

$$Y = -0,391+(-0,003)X_1+0,097X_2+0,287X_3+0,346X_4+ 0,321X_5+ €ˆ \quad (6)$$

dimana,

Y = Variabel Kepuasan Muzakki

a = konstanta

X_1 = Variabel *Responsiveness*

X_2 = Variabel *Assurance*

X_3 = Variabel *Tangibles*

X_4 = Variabel *Empathy*

X_5 = Variabel *Reliability*

$€ˆ$ = epsilon (standar *error*)

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Dari Tabel 4.13 dapat dirumuskan persamaaan regresinya sebagai berikut.

Tahap II:

$$Z = a + b\,Y + \epsilon \quad (7)$$

$$Z = 6{,}816 + 1{,}227\,Y + \epsilon \quad (8)$$

dimana,

Z = Variabel Loyalitas Muzakki

a = konstanta

Y = Variabel Kepuasan Muzakki

ϵ = epsilon (standar *error*)

E. Pembahasan dan Implikasi

1. Pengaruh variabel kualitas pelayanan (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy, reliability*) terhadap Kepuasan Muzakki

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy, reliability*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki. Hal ini berarti bahwa bila kualitas pelayanan ditingkatkan, maka akan meningkatkan kepuasan muzakki, dan sebaliknya bila ada penurunan kualitas pelayanan maka akan berakibat penurunan kepuasan muzakki. Kesimpulan ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya dan sesuai dengan teori yang ada. Pada penelitian sebelumnya, Simamora (2007) menyampaikan hasil penelitiannya bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin baik reputasi perusahaan dan nilai pelanggan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Senada dengan Simamora (2007), maka hasil penelitian Agung (2006) dan Fatrio (2007) menguatkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan varibel lainnya berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tjiptono & Chandra (2007) menyampaikan bahwa kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Pada gilirannya perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

LAZ DSNI Amanah telah berkomitmen untuk menjaga sistem manajemen mutu. Hal ini dituangkan dalam 7 Keunggulan Pelayanan (*Seven Service Exellent*), yaitu:

1. 7 prinsip karakter pengelola
2. 7 manfaat layanan mudah diakses
3. 7 manfaat program utama
4. 7 sifat ramah pelayanan
5. 7 menit layanan tatap muka
6. 7 hari proses permohonan

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

7. 7 hari layanan jam kantor

Pada tahun 2007 LAZ DSNI Amanah telah memperoleh sertifikat ISO 9001:2000 dan menjadi LAZ pertama di Indonesia yang memperoleh sertifikat sejenis. Prestasi ini terus dipertahankan, terbukti dengan suksesnya Eksternal audit oleh AJA Singapore pada tanggal 5 Juni 2009. Sesuai saran akreditor, sistem manajemen mutu akan di *up grade* ke versi 2008 pada tahun 2010. Selain itu akuntabilitas lembaga di bidang keuangan juga dilanjutkan dengan menyerahkan dokumen keuangan kepada akuntan publik Drs. Armandias Ak, dan telah mendapat pengesahan dengan pendapatan wajar tanpa syarat.

Di bidang Sumber Daya Insani atau amil yang menjadi motor penggerak roda organisasi LAZ DSNI Amanah, telah dilakukan training atau pelatihan dengan materi baik yang terkait langsung dengan pengelolaan zakat seperti fiqih zakat, manajemen dan keuangan, maupun pelatihan untuk meningkatkan *skill* pelayanan dan informasi perkembangan zakat terkini. Pelatihan ini dilaksanakan sebanyak 176 jam selama tahun 2009 dengan biaya sebesar Rp 74.400.000,- meningkat sebesar 75% dibanding tahun 2008. Di bidang pelayanan (*customer service*), lembaga telah menetapkan indeks layanan sebesar 4, dan selama tahun 2009 indeks tercapai 3,2 (80%). LAZ DSNI Amanah terus memperbaiki kualitas layanan baik terhadap muzakki maupun mustahik dengan *skill up* amil terus-menerus terutama di layanan terdepan (*customer service*), dan pemberian kemudahan layanan transaksi, baik di kantor, layanan jemput zakat, serta transaksi elektronik.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Selain telah mendapatkan sertifikat ISO 9001:2000 dan lulus audit keuangan oleh akuntan publik, LAZ DSNI Amanah pada tanggal 15 Agustus 2009 telah mendapat anugerah "*The Best of LAZDA*" (*Zakat Award*) dari Karim Business Consulting Jakarta, untuk kategori Lembaga Amil Zakat Daerah (tingkat propinsi) terbaik se-Indonesia, menyisihkan 2 lembaga zakat daerah lain, yaitu Lembaga Manajemen Infaq (LMI) Surabaya, dan Lampung Peduli. Prestasi ini menunjukkan komitmen dan kompetensi LAZ DSNI Amanah dalam mengelola dana masyarakat dengan baik.

2. Pengaruh variable *responsiveness* terhadap Kepuasan Muzakki

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *responsiveness* terhadap kepuasan muzakki. Kita ketahui bahwa *responsiveness* menggambarkan keinginan untuk menolong pelanggan dan untuk menyediakan layanan yang cepat dan tepat. Dalam penelitian ini, diperoleh hasil yang menyatakan bahwa variabel *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan muzakki. Hal ini berarti bahwa apabila LAZ DSNI Amanah meningkatkan kualitas layanannya dalam hal *responsiveness* ataupun *responsiveness* mengalami penurunan kualitas, maka hal ini tidak akan berpengaruh terhadap kepuasan muzakki.

Indikator-indikator yang tampak dalam variabel *responsiveness* adalah : menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa; layanan yang segera/ cepat bagi pelanggan; kesediaan untuk membantu pelanggan; dan kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan. Hasil kuesioner penelitian menunjukkan bahwa 88,8% responden menyatakan setuju

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

dan sangat setuju, 10,6% responden menyatakan netral, dan 0,6% menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Namun dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ternyata variabel *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan muzakki.

Informasi tentang kepastian waktu penyampaian jasa, dapat disampaikan LAZ DSNI Amanah saat merespon permintaan muzakki dalam layanan jemput zakat. Ketika muzakki menghubungi LAZ DSNI Amanah agar donasinya dapat dijemput, maka saat itulah LAZ DSNI merespon dengan menyampaikan kepastian waktu penjemputan donasi dari muzakki. Informasi ini penting bagi muzakki sehingga lebih efisien waktu.

Pelayanan yang segera/cepat kepada pelanggan dapat dilihat dari kesigapan karyawan dalam merespon keperluan muzakki, dimulai sejak kedatangan muzakki ke kantor LAZ DSNI Amanah. Hal ini dapat juga dilihat dari kecepatan dalam melayani keperluan setiap muzakki dan respon yang segera dari karyawan LAZ DSNI Amanah pada muzakki yang datang ke kantor. Demikian pula kecepatan karyawan dalam merespon setiap pertanyaan dan dalam memberikan bantuan kepada muzakki yang memerlukannya. Dalam hal ini ternyata muzakki tidak mengalami antrian yang panjang karena waktu penyampaian donasi dari muzakki tidak ditentukan, kecuali untuk zakat yang telah ditetapkan waktunya, seperti zakat fitrah. Muzakki juga tidak menuntut pelayanan yang relatif cepat, karena penyerahan donasi yang dilakukan muzakki diupayakan dengan ketenangan hati dan keikhlasan. Hal ini bisa dijadikan dasar dari pembuktian uji hipotesis yang menyatakan bahwa

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *responsiveness* terhadap kepuasan muzakki.

3. Pengaruh variabel assurance terhadap kepuasan muzakki

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *assurance* terhadap kepuasan muzakki. Variabel *assurance* menunjukkan kemampuan dalam mengetahui dan menghormati karyawan serta memberikan kepercayaan dan kenyamanan. Indikator-indikator yang tampak pada variabel *assurance* adalah : karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan; membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi; karyawan yang secara konsisten bersikap sopan; dan karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan. Hasil kuisioner penelitian menunjukkan bahwa 92,35% responden menyatakan setuju dan sangat setuju, 7,08% responden menyatakan netral, dan 0,6% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil penelitian tersebut dapat kita simpulkan bahwa apabila LAZ DSNI Amanah meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal *assurance*, tidak akan berpengaruh pada kepuasan muzakki. Demikian pula sebaliknya, bila ada penurunan kualitas pelayanan dalam hal *assurance*, maka juga tidak akan mempengaruhi kepuasan muzakki.

Kepercayaan muzakki terhadap LAZ DSNI Amanah selalu menjadi prioritas pada lembaga ini. Walaupun variabel *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan muzakki, namun karyawan pada LAZ DSNI Amanah harus dapat memberikan rasa percaya kepada muzakki. Karyawan merupakan

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

representative dari lembaga. Oleh karena itu kompetensi, penampilan dan perilaku karyawan sangat besar pengaruhnya terhadap reputasi lembaga. Karyawan yang mengenakan kartu identitas karyawan LAZ DSNI Amanah akan memberikan rasa percaya pada muzakki. Demikian pula dengan karyawan yang selalu bersikap profesional dan sopan, akan menumbuhkan rasa percaya muzakki.

LAZ DSNI Amanah berupaya untuk melaporkan secara terbuka pengelolaan dana yang telah dipercayakan kepada lembaga ini oleh para muzakki. Hal ini secara rutin ditampilkan dalam Laporan Tahunan LAZ DSNI Amanah sebagai pertanggungjawaban pengurus disetiap akhir tahun. Laporan ini merupakan salah satu faktor yang dapat menumbuhkan rasa percaya muzakki pada LAZ DSNI Amanah.

Bagi umat Islam, zakat adalah kewajiban yang harus dipenuhi, yang merupakan bagian dari Rukun Islam. Salah satu dasar dari penerapan zakat ada dalam Al Qur'an (QS Al Hadid: 7) sebagai berikut:

> *"Nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman diantara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar". (QS. Al-Hadid ; 7)*

Menurut Nabhani (2010), ayat-ayat diatas menunjukkan bahwa hak milik yang telah diserahkan kepada manusia (istikhlaf) tersebut bersifat umum bagi setiap manusia secara keseluruhan. Sehingga manusia memiliki hak milik tersebut bukanlah sebagai kepemilikan bersifat riil. Sebab pada dasarnya manusia hanya diberi wewenang untuk menguasai hak milik tersebut.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Berdasarkan nilai-nilai tersebut maka umat Islam mengeluarkan sebagian harta yang dimilikinya untuk disalurkan kepada yang berhak. Penyerahan donasi dari muzakki seyogyanya dilakukan dengan keikhlasan hati, sehingga pada umumnya muzakki tidak mempermasalahkan akan disalurkan kemana donasi yang telah diserahkannya.

Hafidhuddin (2010) menyatakan bahwa membayar zakat melalui amil adalah perintah Al-Quran sekaligus tradisi sunnah yang dibangun oleh Rasulullah SAW. Al-Jufri(2010) menyatakan sebaiknya para donatur dan muzakki menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah melalui lembaga-lembaga zakat. Meskipun penyaluran secara langsung ke mustahik itu bagus, akan tetapi membayar zakat lewat lembaga-lembaga memiliki nilai lebih, pendayagunaan dan pendistribusian dana tersebut nantinya lebih teratur dan rapi. Dengan adanya perintah dan anjuran untuk menyalurkan donasi melalui lembaga zakat ini membuat keyakinan umat Islam untuk menyalurkan donasinya kepada lembaga zakat. Hal ini menjadi dasar hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *assurance* terhadap kepuasan muzakki.

UNIVERSITAS TERBUKA

4. Pengaruh variabel *tangibles* terhadap kepuasan muzakki

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *tangibles* terhadap kepuasan muzakki. Hal ini berarti bahwa apabila LAZ DSNI Amanah meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal *tangibles*, maka akan meningkatkan kepuasan muzakki, demikian

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

sebaliknya, bila ada penurunan kualitas pelayanan dalam hal *tangibles*, maka akan menurunkan kepuasan muzakki.

Variabel *tangibles* menunjukkan wujud fisik fasilitas, peralatan, personel, dan bahan komunikasi. Indikator-indikator yang tampak pada variabel *tangibles* adalah : peralatan modern, fasilitas yang berdaya tarik visual, karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional, dan materi-materi yang berkaitan dengan jasa berdaya tarik visual. Hasil kuisioner penelitian menunjukkan bahwa 93,16% responden menyatakan setuju dan sangat setuju, 5,88% responden menyatakan netral, dan 0,72% menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menurut Tjiptono (2008) lingkungan dan *setting* tempat penyampaian layanan merupakan aspek yang penting dan tidak boleh diabaikan dalam desain layanan. Persepsi pelanggan terhadap suatu layanan dapat dipengaruhi oleh suasana yang dibentuk oleh eksterior dan interior fasilitas layanan yang bersangkutan.

Kantor pelayanan LAZ DSNI Amanah berada dalam komplek Masjid Nurul Islam, yang dibangun dalam Kawasan Industri Batamindo di daerah Mukakuning Batam. Agar kepuasan muzakki dalam hal variabel tangibles bisa meningkat, maka lembaga seharusnya lebih memfokuskan perhatiannya dalam meningkatkan kualitas dan tampilan sarana dan prasarana fisiknya. Kesan ruangan kantor yang cenderung tertutup dan terisolir dari suasana di luar ruangan bisa diubah dengan membuat sekat atau dinding ruangan yang tembus pandang. Kesan yang akan diciptakan dengan strategi ini adalah keterbukaan dan suasana penerimaan bagi setiap tamu yang datang. Dengan strategi ini

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

pula, tampilan fisik interior ruangan bisa dibuat semenarik dan senyaman mungkin, sehingga tidak ada keraguan untuk berinteraksi di dalam ruangan LAZ DSNI Amanah.

Hal penting yang juga harus diperhatikan adalah kebersihan baik interior maupun eksterior ruangan. Demikian pula tampilan karyawan LAZ DSNI Amanah, juga besar pengaruhnya terhadap persepsi kualitas pelayanan lembaga ini. Karyawan yang berseragam rapi, bersih dan segar akan memberikan kesan terlaksananya manajemen dan kualitas pelayanan dengan baik, sehingga kepuasan muzakki dalam berinteraksi dengan lembaga ini semakin meningkat.

Dalam buku Tjiptono dan Chandra (2007), Levitt (1987) menyampaikan bahwa tugas penyedia jasa adalah "*manage the evidences*" dan "*tangibilize the intangible*". Dan Berry & Clark (1986) menyampaikan empat pilihan strategi pokok bagi penyedia jasa, yaitu:

1. *Physical representation strategy*: yakni menambahkan elemen-elemen *tangible* relevan pada jasa. Pada LAZ DSNI Amanah elemen-elemen ini dapat dijumpai pada mobil operasional lembaga, bulletin , brosur dan majalah. Agar elemen-elemen tersebut bisa menggambarkan kualitas pelayanan LAZ DSNI Amanah, maka perlu ditonjolkan ciri khas lembaga. Misalnya dalam program Angkutan Pelajar Gratis (APG), disamping armada yang dipakai bertuliskan nama lembaga, sikap dan aturan berkendaraan juga harus diperhatikan. Bila pengendara bersikap ugal-ugalan di jalan, maka akan sangat

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan pada LAZ DSNI Amanah.

2. *Visualizations strategy*: yaitu membuat jasa tampak lebih *tangible* secara fisik dan mental. Salah satu cara efektif untuk mewujudkannya adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi. Dalam hal ini LAZ DSNI Amanah memanfaatkan fasilitas e-mail dan web site, yaitu layanan@dsniamanah.or.id, dsni_amanah@yahoo.com dan www.dsniamanah.or.id. Pemanfaatan fasilitas-fasilitas ini secara optimal dapat memberikan gambaran kualitas pelayanan pada lembaga ini. Semakin mudah dan lengkap informasi-informasi yang diperoleh melalui fasilitas ini, maka kepuasan muzakki akan semakin tinggi. Disamping itu, LAZ DSNI Amanah juga membentuk jejaring penghimpunan dana dengan beberapa Satuan Pengumpul Zakat (SPZ) yang tersebar di beberapa tempat di Batam dan di luar Batam. Dengan adalanya SPZ ini akan memudahkan muzakki dalam menyalurkan dananya. Kemudahan muzakki dalam penyaluran dananya akan meningkatkan kepuasan muzakki atas pelayanan LAZ DSNI Amanah.
3. *Association strategy*: yaitu menggunakan metafora dalam komunikasi pemasaran sebagai cara meningkatkan mental *tangibility* dan *specificity*. Menurut Lovelock & Wirtz (2007), penciptaan metafora bisa membantu membuat klaim-klaim *intangible* menjadi lebih konkrit. Dalam hal ini, pemilihan simbol salah satu program unggulan LAZ DSNI Amanah bisa menjadi contoh penerapan strategi ini. Program Layanan Bersalin Cuma-Cuma dengan simbol LBC, dimana

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

huruf C-nya menyerupai bulan sabit berwarna merah yang identik dengan misi kemanusiaan internasional Bulan Sabit Merah. Dengan penggunaan simbol ini, dapat mempermudah lembaga dalam membangun image atau gambaran pelayanan yang diberikan. Sehingga pemanfaatan program ini bisa lebih optimal.

4. *Documentation strategy*: yaitu menampilkan aspek-aspek produksi jasa yang semula tidak tampak bagi pelanggan. LAZ DSNI Amanah menerapkan strategi ini dengan program kontinyu di salah satu TV swasta di Batam, yaitu Bincang Zakat. Acara ini memberikan pencerahan seputar Zakat bagi masyakarat Batam dan sekitarnya.

Selain keempat strategi di atas, peningkatan *mental tangibility* dan *specificity* dapat pula dilakukan pada level personal. Banyak muzakki yang awam dengan tatacara perhitungan zakat dan pemahaman tentang jenis-jenis dan syarat zakat, serta perbedaannya dengan infaq dan shodaqoh. Apabila karyawan LAZ DSNI Amanah mampu menjelaskan secara baik kepada muzakki, maka selain menambah elemen *tangibility* pada jasanya, tetapi juga mengurangi persepsi risiko muzakki. Hal ini akan meningkatkan kepuasan para muzakki.

UNIVERSITAS TERBUKA

5. Pengaruh variabel *empathy* terhadap kepuasan muzakki

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *empathy* terhadap kepuasan muzakki. Hal ini berarti bahwa bila kualitas pelayanan dalam hal *empathy* ditingkatkan, maka akan meningkatkan kepuasan muzakki. Demikian sebaliknya, bila kualitas

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

pelayanan dalam hal *empathy* ini mengalami penurunan, maka akan menyebabkan penurunan kepuasan muzakki.

Variabel *empathy* menunjukkan kemampuan lembaga dalam memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan. Indikator-indikator yang tampak pada variabel *empathy* adalah : memberikan perhatian individual kepada para pelanggan, karyawan memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian, sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan, karyawan memahami kebutuhan pelanggan, dan waktu beroperasi (jam kantor) yang nyaman. Hasil kuisioner penelitian menunjukkan bahwa 85,16% responden menyatakan setuju dan sangat setuju,12,72% responden menyatakan netral, dan 2,16% menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Agar kepuasan muzakki meningkat, maka LAZ DSNI Amanah harus meningkatkan perhatiannya pada kepentingan-kepentingan muzakki. Hal ini diwujudkan dengan sikap perilaku karyawan dalam berinteraksi dengan para muzakki. Sikap karyawan yang sopan, ramah dan santun dalam berbicara, penuh perhatian dalam melayani keperluan muzakki, akan membuat muzakki merasa dilayani dengan baik dan merasa dihormati kepentingannya. Kondisi ini tentu saja membuat muzakki merasa puas atas pelayanan LAZ DSNI Amanah. Dalam 7 keunggulan pelayanan (*Seven Service Exellent*) tertera bahwa LAZ DSNI Amanah menerapkan 7 sifat ramah pelayanan, 7 karakter pengelola, dan menerapkan jam layanan yang nyaman bagi muzakki, yaitu 7 hari layanan jam kantor. Dengan diterapkannya 7 hari layanan jam kantor,

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

maka muzakki merasakan keleluasaan waktu dalam berinteraksi dengan lembaga. Kondisi ini membuat muzakki mendapatkan peluang dan merasa dihargai kesibukannya. Selanjutnya, hal ini tentu saja akan meningkatkan kepuasan muzakki.

6. Pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan muzakki

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *reliability* terhadap kepuasan muzakki. Hal ini berarti bahwa peningkatan kualitas pelayanan dalam hal *reliability* akan meningkatkan kepuasan muzakki dan sebaliknya penurunannya akan menurunkan kepuasan muzakki. Variabel *reliability* menggambarkan kemampuan lembaga untuk memenuhi janji pelayanan yang akurat. Indikator-indikator yang tampak pada variabel *reliability* adalah : menyediakan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan, menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali, dan menyimpan catatan/dokumen tanpa kesalahan. Hasil kuisioner penelitian menunjukkan bahwa 86,8% responden menyatakan setuju dan sangat setuju, 12,94% responden menyatakan netral, dan 0,3% menyatakan tidak setuju.

Agar kepuasan muzakki terpenuhi, maka lembaga harus meningkatkan kualitas pelayanannya. Dalam hal pelayanan yang berkaitan dengan *reliability*, maka yang harus diperhatikan oleh lembaga adalah menyelenggarakan pelayanan sesuai dengan janji pelayanan yang telah disampaikan. Dalam ketepatan waktu, tempat, maupun konten pelayanan LAZ DSNI Amanah harus bisa diandalkan.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Disamping itu, agar dapat diandalkan dalam menangani berbagai masalah, LAZ DSNI Amanah memberikan beberapa pelatihan untuk meningkatkan kompetensi para karyawannya.

Penyimpanan data atau dokumen pada LAZ DSNI Amanah dilakukan dengan Sistem Informasi Administrasi Zakat (SIAZ). Setiap file tersimpan dengan aman, rapi dan terprogram. Terdapat berbagai dokumen di dalamnya, antara lain: laporan keuangan, data muzakki dan mustahik, Bukti pembayaran zakat, infak, shodaqoh (ZIS), record penerimaan ZIS, pembelian aktiva tetap, dan transaksi bank. Penyimpanan dokumen yang akurat akan meningkatkan kepercayaan muzakki pada keandalan LAZ DSNI Amanah, dan selanjutnya akan meningkatkan kepuasan muzakki.

7. Pengaruh variabel kepuasan muzakki terhadap loyalitas muzakki

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kepuasan muzakki terhadap loyalitas muzakki. Hal ini berarti bahwa bila kepuasan muzakki meningkat, maka akan meningkatkan loyalitas muzakki, dan sebaliknya, bila kepuasan muzakki menurun, maka akan menurunkan loyalitas muzakki. Indikator-indikator yang tampak pada variabel kepuasan muzakki adalah : sikap pelanggan terhadap karyawan, tingkat interaksi pelanggan, perhatian pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan, dan komunikasi pelanggan pada karyawan. Sedangkan indikator-indikator yang tampak pada variabel loyalitas muzakki adalah: tingkat penyeberangan pelanggan, lama relasional pelanggan dan potensi pertumbuhan pelanggan.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Hasil kuisioner penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel kepuasan muzakki 90,8% responden menyatakan setuju dan sangat setuju, 7,76% responden menyatakan netral, dan 1,44% menyatakan tidak setuju. Hasil kuisioner penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel loyalitas muzakki 80,44% responden menyatakan setuju dan sangat setuju, 18,53% responden menyatakan netral, dan 1,05% menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shalihati, Sumarwan & Kirbrandoko (2010) menghasilkan kesimpulan antara lain : semakin tinggi kesadaran muzakki terhadap produk, maka akan semakin tinggi pula persepsi dan sikap muzakki menyalurkan dana zakatnya melalui BAZNAS. Walaupun tidak identik, namun penelitian sebelumnya memperkuat kesimpulan bahwa kepuasan muzakki mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap loyalitas muzakki.

Menurut Tjiptono (2008) kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap *shareholder value*, kepuasan pelanggan juga berpotensi memberikan sejumlah manfaat spesifik, diantaranya: (1) berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan; (2) berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan; (3) menekan biaya transaksi pelanggan dimasa depan, terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan; (4) menekan *volatilitas* dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan; (5) meningkatkan toleransi harga, terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

pemasok; (6) menumbuhkan rekomendasi getok tular positif; (7) pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, *brand extensions*, dan *new add-on service* yang ditawarkan perusahaan; serta (8) meningkatkan *bargaining power* relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

Muzakki yang loyal akan lebih sering berinteraksi dengan lembaga dan menunjukkan kesetiaannya, menawarkan berbagai ide dan berpartisipasi pada pengembangan lembaga, serta merasa memiliki tanggung jawab untuk ikut serta dalam keberlangsungan dan pengembangan LAZ DSNI Amanah.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf



UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan temuan dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, berikut ini akan disimpulkan beberapa hal berkenaan dengan penelitian ini.

1. Secara bersama-sama, terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability* terhadap kepuasan muzakki LAZ DSNI Amanah Batam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang dirumuskan sebelumnya terbukti.

2. Pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap kepuasan muzakki adalah sebagai berikut.

   - Tidak terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel *responsiveness* terhadap kepuasan muzakki LAZ DSNI Amanah Batam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya tidak terbukti.

   - Tidak terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel *assurance* terhadap kepuasan muzakki LAZ DSNI Amanah Batam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya tidak terbukti.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

- Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel *tangibles* terhadap kepuasan muzakki LAZ DSNI Amanah Batam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang dirumuskan sebelumnya terbukti.
- Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel *empathy* terhadap kepuasan muzakki LAZ DSNI Amanah Batam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang dirumuskan sebelumnya terbukti.
- Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel *reliability* terhadap kepuasan muzakki LAZ DSNI Amanah Batam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang dirumuskan sebelumnya terbukti.

3. Variabel *empathy* merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan muzakki LAZ DSNI Amanah Batam.
4. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel kepuasan muzakki terhadap Loyalitas muzakki. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang dirumuskan sebelumnya terbukti.

UNIVERSITAS TERBUKA

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut.

1. Adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy dan reliability*) secara

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

bersama-sama terhadap kepuasan muzakki menuntut LAZ DSNI Amanah Batam untuk meningkatkan kualitas pelayan kepada seluruh konsumen, terutama dalam peningkatan pelayanan kepada seluruh muzakki. Atas dasar itu, disarankan agar LAZ DSNI Amanah selalu meningkatkan kualitas pelayanan pada masing-masing programnya. Bila perlu dibuat perbandingan tingkat keberhasilan satu program dengan program yang lainnya agar terbentuk budaya kompetisi untuk menyajikan yang terbaik bagi umat.

2. Karena adanya pengaruh secara positif dan signifikan variabel *tangibles* terhadap kepuasan muzakki, maka perlu diperhatikan tampilan fisik LAZ DSNI Amanah, seperti tampilan seragam karyawan yang selalu tampak rapi dan bersih, suasana nyaman dalam ruangan. Disarankan untuk menyiapkan ruangan yang lebih representative untuk kantor LAZ DSNI Amanah. Misalnya perlu dipisahkan antara ruang tunggu dengan meja pelayanan agar kepentingan setiap individu lebih terjaga privasinya.

3. Web site yang disiapkan untuk sarana komunikasi dan informasi agar lebih diaktifkan dengan berita dan info-info terbaru, jangan sekedar memiliki tapi tidak dioptimalkan fungsinya.

4. Variable *empathy* adalah variabel yang paling berpengaruh pada kepuasan Muzakki, maka karyawan LAZ DSNI Amanah diupayakan agar selalu bersikap ramah, perhatian dan memahami pelanggan. Disarankan agar LAZ DSNI Amanah memberikan program-program pelatihan yang sesuai untuk meningkatkan kemampuan dan kompetensi karyawannya, khususnya di bidang kecerdasan emosi dan spiritual.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

5. Variabel *Reliability* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki, karenanya penulis menyarankan agar setiap janji pelayanan selalu menjadi prioritas utama untuk dipenuhi, terutama yang berhubungan dengan waktu dan tempat.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf



UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Daftar Pustaka

Agung (2006), Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. Thesis Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang

Al Jufri (2010), Salurkan zakat melalui lembaga amil zakat, diunduh dari *http://www.republika.co.id/berita/breaking-news/nasional/10/09/05/133649-salurkan-zakat-melalui-lembaga-amil-zakat* 4 Desember 2010

Ash-Shiddieqy, T. (1999), *Pedoman zakat*, Edisi ke-2, Pustaka Reski Putra, Semarang

Departemen Agama RI (2009), *Al Qur'an dan terjemahan*

Fatrio (2006), Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. Thesis Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang

Hadi, MA (2010), Pengaruh Budaya Organisasi, Gaya Kepemimpinan dan Kompensasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam (LAZ DSNI) Amanah Batam. Thesis Program Pasca Sarjana Universitas Terbuka, Jakarta

Hafidhuddin (2010), Konsultasi Zakat - Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat? diunduh dari

http://ramadhan.antaranews.com/news/1281932792/konsultasi-zakat--membayar-zakat-di-lembaga-amil-zakat 4 Desember 2010

Kotter & Keller (2007), *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-12, jilid 2,Penerbit Indeks, Jakarta

Kotter & Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-13, jilid 1,Penerbit Erlangga, Jakarta

Kuncoro, Mudrajad (2003), *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi – bagaimana meneliti dan menulis tesis*, Penerbit Erlangga, Jakarta

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

LAZ DSNI Amanah Batam (2010), Laporan Tahunan 2009

_____, (2010) Company Profille.

_____, (2010) Materi Orientasi Relawan Zakat.

Lovelock & Wirtz (2007), *Services Marketing-people, technology, strategy*, Pearson Prentice Hall, Singapore

Nabhani (2010), Agar harta berkah dan bertambah, diunduh dari

http://lazharfa.org/?p=179 5 Desember 2010

Nazir, M (2005), *Metode penelitian*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor

Sarwono (2006), *Analisis data penelitian menggunakan SPSS*, Penerbit Andi, Yogjakarta

Sekaran, U (2006), *Metodologi penelitian untuk bisnis*, edisi 4, Penerbit Salemba Empat, Jakarta

Shalihati, Sumarwan & Kirbrandoko (2010), Analisa Sikap Muzakki Terhadap Badan Amil Zakat Nasional, diunduh dari

http://republika.co.id:8080/koran/195/123823/Analisa_Sikap_Muzakki_Terhadap_Badan_Amil_Zakat_Nasional 25 November 2010

Simamora (2007), Analisis Faktor- Faktor yang Membangun Kepuasan Nasabah untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Thesis Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang.

Singarimbun, M dan Effendi, S (1995). *Metode penelitian survey*, Edisi Revisi, PT Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta

Situmorang, et all (2010), *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, USU Press, Medan

Soedarmo (2009), Analisis Kepuasan Pasien Berbasis Harapan dan Kinerja Pelayanan Jasa. Thesis Program Pasca Sarjana Universitas Terbuka, Jakarta.

Sugiyono (2008), *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung

_____, (2008), *Statistik untuk penelitian bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Tjiptono & Chandra (2007), *Service, Quality & Satisfaction,* Andi Offset, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy (2008), *Service Management, mewujudkan layanan prima*, Penerbit, Yogyakarta

Undang-Undang no 38 tahun 1998 tentang Pengelolaan Zakat

Wibisono, Dermawan (2006), *Manajemen Kinerja-konsep, desain dan teknik meningkatkan daya saing*, Erlangga, Jakarta

Wibisono, Dermawan (2003), *Riset bisnis panduan bagi praktisi dan akademisi*, Gramedia, Jakarta

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

KUISIONER PENELITIAN

Yth. Donatur LAZ DSNI Amanah
Di tempat,

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh,

Bersama ini kami mengharapkan kerjasama Bapak/Ibu/Sdr untuk dapat mengisi kuisioner penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Penelitian ini digunakan semata-mata untuk kepentingan akademis dan masukan bagi pimpinan LAZ DSNI Amanah dalam rangka perbaikan kinerja organisasi. Setelah diisi, agar kusioner ini diberikan langsung kepada peneliti melalui LAZ DSNI Amanah .

Atas kerjasama Bapak/Ibu/Sdr, kami sampaikan ucapan terimakasih,

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh,

Peneliti,

Marte Lusiati

Petunjuk pengisian kuisioner :

1. Berilah tanda silang (X) pada pilihan jawaban anda. Mohon agar hanya ada 1 (satu) jawaban pada setiap butir pertanyaan.
2. Setelah selesai mengisi, agar diperiksa kembali untuk memastikan bahwa semua butir pertanyaan sudah dijawab dengan baik.
3. Untuk data diri, agar dapat diisi untuk keperluan pengolahan data.

DATA RESPONDEN

1. Nomor responden : ..... (diisi oleh peneliti)
2. Umur responden : ..... tahun
3. Jenis kelamin : 1. Laki-laki 2. Perempuan *) silang yang sesuai
4. Tingkat pendidikan : 1. SLTP 2.SLTA/Sederajat 3.S1 4.S2 5.S3 *) silang yang sesuai
5. Pengeluaran rutin/bln : 1. < Rp 1 Jt 2. Rp 1 Jt- Rp 2,5 Jt 3. Rp 2,5 Jt < s.d Rp 5 Jt 4. Rp 5 Jt < s.d Rp 10 Jt 5. Rp 10 Jt < *) silang yang sesuai

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

PERTANYAAN

Mohon dapat dijawab butir-butir pertanyaan dengan memberikan tanda silang (X) pada butir jawaban yang sesuai dengan jawaban anda. Setiap butir pertanyaan hanya ada 1 pilihan jawaban.

STS = Sangat Tidak Setuju
TS = Tidak Setuju
N = Netral
S = Setuju
SS = Sangat Setuju

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saat tiba antrian saya, karyawan DSNI Amanah segera melayani keperluan saya	1	2	3	4	5
2	Karyawan LAZ DSNI Amanah memberikan pelayanan yang cepat kepada muzakki	1	2	3	4	5
3	Karyawan LAZ DSNI Amanah selalu siap memberikan bantuan kepada muzakki	1	2	3	4	5
4	Karyawan LAZ DSNI Amanah selalu merespons pertanyaan muzakki dengan cepat	1	2	3	4	5
5	Karyawan LAZ DSNI Amanah menumbuhkan rasa percaya para muzakki	1	2	3	4	5
6	Muzakki merasa aman sewaktu melakukan transaksi di LAZ DSNI Amanah	1	2	3	4	5
7	Karyawan LAZ DSNI Amanah selalu bersikap sopan	1	2	3	4	5
8	Karyawan LAZ DSNI Amanah memiliki wawasan yang baik dalam menjawab pertanyaan muzakki	1	2	3	4	5
9	Ruangan kantor LAZ DSNI Amanah selalu bersih	1	2	3	4	5
10	Saya merasa nyaman berada dalam kantor LAZ DSNI Amanah	1	2	3	4	5
11	Karyawan LAZ DSNI Amanah berpakaian seragam yang rapi	1	2	3	4	5
12	Brosur dan majalah yang berkaitan dengan pelayanan DSNI Amanah tampak menarik	1	2	3	4	5
13	Laporan yang diberikan LAZ DSNI Amanah mudah dimengerti oleh muzakki	1	2	3	4	5

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
14	Karyawan LAZ DSNI Amanah memberikan perhatian secara individual kepada muzakki	1	2	3	4	5
15	Karyawan LAZ DSNI Amanah melayani setiap muzakki dengan penuh perhatian	1	2	3	4	5
16	Karyawan LAZ DSNI Amanah mengerti bahwa setiap muzakki mempunyai kebutuhan yang spesifik	1	2	3	4	5
17	Bila muzakki menghadapi masalah, maka dengan mudah muzakki bisa berbicara dengan pegawai senior LAZ DSNI Amanah	1	2	3	4	5
18	Karyawan LAZ DSNI Amanah segera mengangkat telpon kantor saat saya menghubungi via telpon	1	2	3	4	5
19	Waktu beroperasi (jam kantor) LAZ DSNI Amanah nyaman bagi muzakki	1	2	3	4	5
20	LAZ DSNI Amanah menyajikan pelayanan tepat waktu	1	2	3	4	5
21	Karyawan LAZ DSNI Amanah dapat diandalkan dalam menangani masalah pelayanan ke muzakki	1	2	3	4	5
22	Karyawan LAZ DSNI Amanah melakukan pelayanan yang benar mulai dari awal	1	2	3	4	5
23	Karyawan LAZ DSNI Amanah menyimpan catatan/ dokumen tanpa kesalahan	1	2	3	4	5
24	Saya merasa puas atas perhatian karyawan LAZ DSNI Amanah dalam memberikan pelayanan	1	2	3	4	5
25	Saya merasa senang berinteraksi dengan karyawan LAZ DSNI Amanah	1	2	3	4	5
26	Saya merasa puas atas laporan pengelolaan donasi saya	1	2	3	4	5
27	Saya merasa puas atas kecepatan proses pelayanan LAZ DSNI Amanah	1	2	3	4	5
28	Secara umum saya merasa puas dengan pelayanan LAZ DSNI Amanah	1	2	3	4	5
29	Saya akan berinteraksi lebih banyak ketika LAZ DSNI Amanah memperkenalkan program baru	1	2	3	4	5
30	Saya senang menyampaikan program-program LAZ DSNI Amanah kepada relasi saya	1	2	3	4	5
31	Saya sering menawarkan ide program atau layanan kepada LAZ DSNI Amanah	1	2	3	4	5

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
32	Saya akan melakukan interaksi yang lebih rutin dengan LAZ DSNI Amanah	1	2	3	4	5
33	Saya sering menyampaikan cerita pujian tentang pelayanan LAZ DSNI Amanah kepada pihak lain	1	2	3	4	5
34	Saya tidak mempunyai keinginan untuk segera mengakhiri interaksi dengan LAZ DSNI Amanah	1	2	3	4	5
35	Saya akan memanfaatkan program-program yang ada di LAZ DSNI Amanah secara menyeluruh	1	2	3	4	5
36	Saya akan berpartisipasi pada pengembangan program LAZ DSNI Amanah	1	2	3	4	5

Terimakasih atas kesediaan Anda mengisi kuisioner ini.
Kuisioner ini agar dillipat dan dimasukkan dalam amplop tertutup yang sudah disediakan dan dikembalikan kepada peneliti melalui karyawan LAZ DSNI Amanah.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

DAFTAR RESPONDEN

40516.pdf

No.	Umur	Jenis Kelamin	Tingkat Pendidikan	Pengeluaran (*)
1	37	L	S1	4
2	23	P	SLTA	1
3	26	P	SLTA	1
4	32	L	SLTP	4
5	29	P	SLTP	1
6	44	P	SLTA	1
7	25	P	SLTA	2
8	19	L	SLTA	2
9	27	P	S1	3
10	30	L	S1	3
11	25	L	SLTA	2
12	20	P	SLTA	2
13	23	L	SLTA	3
14	27	L	S1	3
15	19	L	SLTA	3
16	30	L	SLTA	3
17	51	L	S1	3
18	21	P	SLTA	2
19	23	L	SLTA	2
20	50	L	S1	3
21	41	P	SLTA	2
22	21	L	SLTA	1
23	29	P	SLTP	3
24	29	L	SLTA	2
25	30	P	S1	3
26	19	P	SLTA	2
27	33	L	SLTA	2
28	23	P	SLTA	1
29	30	L	SLTA	2
30	24	P	SLTA	2
31	21	P	SLTA	2
32	25	P	SLTA	2
33	40	L	SLTA	3
34	26	P	SLTA	1
35	23	P	SLTA	2
36	20	P	SLTA	1
37	30	P	S1	3
38	32	P	SLTA	3
39	41	P	SLTA	2
40	32	L	SLTA	3
41	33	L	S1	1
42	30	P	S1	1
43	30	L	SLTA	1
44	32	L	S1	4
45	26	P	SLTA	2
46	29	L	S1	4
47	26	L	SLTA	1
48	31	L	SLTA	2
49	31	L	SLTP	2
50	28	L	SLTA	1
51	20	P	SLTA	2
52	21	P	SLTA	2
53	24	L	S1	3
54	29	L	SLTA	3
55	31	L	SLTA	3
56	45	P	S1	4
57	35	L	SLTA	3
58	28	L	SLTA	2
59	29	L	S1	2
60	19	P	SLTA	3
61	51	L	S1	3
62	35	L	SLTA	2
63	30	L	SLTA	2
64	29	L	SLTA	2
65	21	L	SLTA	2
66	25	P	SLTA	2
67	29	L	S1	2
68	30	L	SLTA	3
69	24	P	SLTA	2
70	29	L	SLTA	3
71	23	P	SLTA	3
72	47	P	SLTA	2
73	33	P	S1	3
74	44	L	S1	4
75	22	P	SLTA	2
76	33	P	S2	4
77	26	L	SLTA	2
78	19	L	SLTA	2
79	23	P	SLTA	2
80	37	P	S1	3
81	45	L	SLTA	3
82	21	P	SLTA	2
83	32	P	S1	3
84	37	P	S1	2
85	42	L	SLTA	2

(*)

1 < Rp 1.000.000
2 Rp 1.000.000 s/d Rp 2.500.000
3 Rp 2.500.000 s/d Rp 5.000.000
4 Rp 5.000.000 s/d Rp 10.000.000
5 > Rp 10.000.000

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

TABULASI DATA PENELITIAN

NO RESP.	X1				X2					X3					X4					X5					Z							
	1	2	3	4	5	6	7	8		9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
1	1	3	3	2	4	4	4	4		4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5
2	3	3	3	3	3	3	3	3		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4	4		5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3		4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
5	3	3	3	3	3	3	3	3		5	5	4	1	3	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	5	3	3	3	4	4	5	4	5
6	3	4	3	3	3	4	4	3		5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5
7	3	4	3	3	4	4	4	3		4	2	4	3	2	2	2	2	4	2	2	3	3	4	4	2	2	4	2	2	3	4	5	2	2	3	4	3
8	4	4	3	3	3	4	4	3		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5
9	4	4	3	3	4	4	4	3		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
10	4	4	3	3	4	4	4	3		5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	5	4	5
11	4	4	3	3	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	3	3	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	3	3	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
14	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
19	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4		5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3
29	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3
30	4	4	4	4	4	4	4	4		5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5
31	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf

TABULASI DATA PENELITIAN

NO RESP.	X1				X2				X3					X4				X5					X6					Z							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	2	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	3	4	3	2	2	3
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	3	3	4	3	4	3	3
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5
46	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4
49	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
50	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
51	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
52	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
53	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4
57	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
60	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
61	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4
62	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	5	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	3	3	3
64	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

40516.pdf

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

TABULASI DATA PENELITIAN

NO RESP.	X1								X3					X4					X5									Z							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	5	3	4	3	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3
69	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
70	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
72	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4
78	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4	3	3
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

UNIVERSITAS TERBUKA

40516.pdf

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=butir1 butir2 butir3 butir4 butir5 butir6 butir7 butir8 butir
9 butir10 butir11 butir12 butir13 butir14 butir15 butir16
   butir17 butir18 butir19 butir20 butir21 butir22 butir23 butir24 butir25
 butir26 butir27 butir28 butir29 butir30 butir31
butir32 butir33 butir34 butir35 butir36
  /SCALE('Uji Validitas dan Reliabilitas 30 sampel 161010') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

```
[DataSet1] C:\Documents and Settings\user\Desktop\Thesis umi\Olah data lat
ihan.sav
```

Scale: Uji Validitas dan Reliabilitas 30 sampel 161010

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.982	36

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir1	4.33	.606	30
butir2	4.30	.535	30
butir3	4.20	.610	30
butir4	4.17	.648	30
butir5	4.17	.592	30
butir6	4.23	.568	30
butir7	4.33	.547	30
butir8	4.07	.521	30
butir9	4.27	.521	30
butir10	4.17	.461	30
butir11	4.23	.568	30
butir12	4.17	.592	30
butir13	4.20	.551	30
butir14	4.13	.629	30

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir15	4.20	.551	30
butir16	4.10	.662	30
butir17	4.07	.640	30
butir18	4.17	.531	30
butir19	4.17	.592	30
butir20	4.20	.551	30
butir21	4.27	.521	30
butir22	4.17	.648	30
butir23	4.10	.759	30
butir24	4.27	.521	30
butir25	4.30	.535	30
butir26	4.23	.626	30
butir27	4.27	.583	30
butir28	4.30	.535	30
butir29	4.23	.568	30
butir30	4.20	.610	30
butir31	4.00	.743	30
butir32	4.07	.640	30
butir33	4.13	.681	30
butir34	4.27	.583	30
butir35	4.10	.607	30
butir36	4.27	.640	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir1	146.70	266.424	.613	.982
butir2	146.73	264.823	.794	.981
butir3	146.83	264.764	.695	.981
butir4	146.87	262.533	.761	.981
butir5	146.87	265.706	.667	.982
butir6	146.80	267.269	.610	.982
butir7	146.70	268.355	.574	.982
butir8	146.97	267.068	.681	.981
butir9	146.77	266.944	.688	.981
butir10	146.87	269.637	.600	.982
butir11	146.80	265.338	.717	.981
butir12	146.87	263.637	.777	.981
butir13	146.83	261.937	.936	.981
butir14	146.90	262.300	.797	.981
butir15	146.83	263.385	.852	.981
butir16	146.93	261.168	.810	.981
butir17	146.97	264.585	.670	.982
butir18	146.87	263.085	.904	.981

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir19	146.87	261.913	.870	.981
butir20	146.83	263.799	.829	.981
butir21	146.77	264.875	.813	.981
butir22	146.87	262.051	.785	.981
butir23	146.93	261.099	.704	.982
butir24	146.77	262.737	.943	.981
butir25	146.73	262.961	.904	.981
butir26	146.80	262.028	.815	.981
butir27	146.77	263.357	.805	.981
butir28	146.73	263.720	.859	.981
butir29	146.80	262.717	.862	.981
butir30	146.83	262.213	.827	.981
butir31	147.03	259.344	.796	.981
butir32	146.97	262.378	.779	.981
butir33	146.90	263.679	.668	.982
butir34	146.77	263.426	.801	.981
butir35	146.93	262.340	.824	.981
butir36	146.77	262.737	.761	.981

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
151.03	278.930	16.701	36

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=butir1 butir2 butir3 butir4
  /SCALE('Uji Reliabilitas Variabel Responsibility (X1)') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
  /SUMMARY=TOTAL.
```

UNIVERSITAS TERBUKA

Reliability

```
[DataSet1] C:\Documents and Settings\user\Desktop\Thesis umi\Olah data lat
ihan.sav
```

Scale: Uji Reliabilitas Variabel Responsibility (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir1	4.33	.606	30
butir2	4.30	.535	30
butir3	4.20	.610	30
butir4	4.17	.648	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir1	12.67	2.506	.407	.855
butir2	12.70	2.148	.778	.690
butir3	12.80	2.166	.622	.756
butir4	12.83	1.937	.720	.705

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.00	3.655	1.912	4

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=butir5 butir6 butir7 butir8
  /SCALE('Uji Reliabilitas Variabel Assurance (X2)') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

```
[DataSet1] C:\Documents and Settings\user\Desktop\Thesis umi\Olah data lat
ihan.sav
```

Scale: Uji Reliabilitas Variabel Assurance (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir5	4.17	.592	30
butir6	4.23	.568	30
butir7	4.33	.547	30
butir8	4.07	.521	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir5	12.63	1.895	.754	.793
butir6	12.57	2.047	.680	.825
butir7	12.47	2.120	.664	.831
butir8	12.73	2.133	.704	.816

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.80	3.476	1.864	4

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=butir9 butir10 butir11 butir12 butir13
  /SCALE('Uji Reliabilitas Variabel Tangible (X3)') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

```
[DataSet1] C:\Documents and Settings\user\Desktop\Thesis umi\Olah data latihan.sav
```

Scale: Uji Reliabilitas Variabel Tangible (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir9	4.27	.521	30
butir10	4.17	.461	30
butir11	4.23	.568	30
butir12	4.17	.592	30
butir13	4.20	.551	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir9	16.77	3.633	.760	.897
butir10	16.87	3.913	.706	.908
butir11	16.80	3.407	.802	.883
butir12	16.87	3.292	.824	.884
butir13	16.83	3.454	.808	.887

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.03	5.413	2.327	5

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=butir14 butir15 butir16 butir17 butir18
  /SCALE('Uji Reliabilitas Variabel Empathy (X4)') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

```
[DataSet1] C:\Documents and Settings\user\Desktop\Thesis umi\Olah data lat
ihan.sav
```

Scale: Uji Reliabilitas Variabel Empathy (X4)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir14	4.13	.629	30
butir15	4.20	.551	30
butir16	4.10	.662	30
butir17	4.07	.640	30
butir18	4.17	.531	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir14	16.53	4.533	.795	.912
butir15	16.47	4.809	.805	.911
butir16	16.57	4.323	.835	.905
butir17	16.60	4.593	.750	.922
butir18	16.50	4.741	.880	.899

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20.67	7.057	2.657	5

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=butir19 butir20 butir21 butir22 butir23
  /SCALE('Uji Reliabilitas Variabel Reability (X5)') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

```
[DataSet1] C:\Documents and Settings\user\Desktop\Thesis umi\Olah data lat
ihan.sav
```

Scale: Uji Reliabilitas Variabel Reability (X5)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir19	4.17	.592	30
butir20	4.20	.551	30
butir21	4.27	.521	30
butir22	4.17	.648	30
butir23	4.10	.759	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir19	16.73	4.271	.855	.843
butir20	16.70	4.700	.716	.875
butir21	16.63	4.792	.724	.874
butir22	16.73	4.340	.724	.872
butir23	16.80	3.959	.722	.880

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20.90	6.714	2.591	5

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=butir24 butir25 butir26 butir27 butir28
  /SCALE('Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan (Y)') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

```
[DataSet1] C:\Documents and Settings\user\Desktop\Thesis umi\Olah data lat
ihan.sav
```

Scale: Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir24	4.27	.521	30
butir25	4.30	.535	30
butir26	4.23	.626	30
butir27	4.27	.583	30
butir28	4.30	.535	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir24	17.10	4.024	.964	.901
butir25	17.07	4.064	.908	.910
butir26	17.13	3.913	.809	.930
butir27	17.10	4.231	.724	.944
butir28	17.07	4.271	.792	.931

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.37	6.309	2.512	5

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=butir29 butir30 butir31 butir32 butir33 butir34 butir35 butir
36
  /SCALE('Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas (Z)') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
  /SUMMARY=TOTAL.
```

UNIVERSITAS TERBUKA

Reliability

```
[DataSet1] C:\Documents and Settings\user\Desktop\Thesis umi\Olah data lat
ihan.sav
```

Scale: Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas (Z)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.948	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir29	4.23	.568	30
butir30	4.20	.610	30
butir31	4.00	.743	30
butir32	4.07	.640	30
butir33	4.13	.681	30
butir34	4.27	.583	30
butir35	4.10	.607	30
butir36	4.27	.640	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir29	29.03	15.413	.738	.946
butir30	29.07	14.754	.833	.940
butir31	29.27	13.995	.807	.943
butir32	29.20	14.441	.860	.938
butir33	29.13	14.671	.746	.946
butir34	29.00	14.828	.860	.939
butir35	29.17	14.626	.868	.938
butir36	29.00	14.690	.802	.942

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
33.27	19.030	4.362	8

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

```
SAVE OUTFILE='C:\Documents and Settings\user\Desktop\Olah Data SPSS\Data l
engkap 24102010.sav'
  /COMPRESSED.
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Kepuasan
  /METHOD=ENTER Responsiveness Assurance Tangibles Empathy Reliability
  /SCATTERPLOT=(*ZPRED ,*SRESID)
  /RESIDUALS HIST(ZRESID) NORM(ZRESID).
```

Regression

```
[DataSet0] C:\Documents and Settings\user\Desktop\Olah Data SPSS\Data leng
kap 24102010.sav
```

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance, Tangibles [a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884[a]	.781	.767	1.340

a. Predictors: (Constant), Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance, Tangibles

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	504.924	5	100.985	56.221	.000[a]
	Residual	141.900	79	1.796		
	Total	646.824	84			

a. Predictors: (Constant), Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance, Tangibles

b. Dependent Variable: Kepuasan

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.391	1.428		-.274	.785
	Responsiveness	-.003	.118	-.002	-.025	.980
	Assurance	.097	.136	.068	.717	.476
	Tangibles	.287	.119	.238	2.405	.018
	Empathy	.346	.084	.358	4.142	.000
	Reliability	.321	.114	.316	2.830	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Responsiveness	.353	2.831
	Assurance	.306	3.268
	Tangibles	.283	3.531
	Empathy	.372	2.690
	Reliability	.223	4.476

a. Dependent Variable: Kepuasan

Coefficient Correlations[a]

Model			Reliability	Responsiveness	Empathy
1	Correlations	Reliability	1.000	-.098	-.462
		Responsiveness	-.098	1.000	-.205
		Empathy	-.462	-.205	1.000
		Assurance	-.430	-.262	.201
		Tangibles	-.228	-.267	-.205
	Covariances	Reliability	.013	-.001	-.004
		Responsiveness	-.001	.014	-.002
		Empathy	-.004	-.002	.007
		Assurance	-.007	-.004	.002
		Tangibles	-.003	-.004	-.002

a. Dependent Variable: Kepuasan

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Coefficient Correlations[a]

Model			Assurance	Tangibles
1	Correlations	Reliability	-.430	-.228
		Responsiveness	-.262	-.267
		Empathy	.201	-.205
		Assurance	1.000	-.292
		Tangibles	-.292	1.000
	Covariances	Reliability	-.007	-.003
		Responsiveness	-.004	-.004
		Empathy	.002	-.002
		Assurance	.018	-.005
		Tangibles	-.005	.014

a. Dependent Variable: Kepuasan

Collinearity Diagnostics[a]

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index
1	1	5.973	1.000
	2	.011	23.749
	3	.007	29.581
	4	.004	36.823
	5	.003	47.118
	6	.002	49.888

a. Dependent Variable: Kepuasan

Collinearity Diagnostics[a]

Model	Dimension	Variance Proportions					
		(Constant)	Responsiveness	Assurance	Tangibles	Empathy	Reliability
1	1	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.65	.00	.00	.00	.15	.03
	3	.20	.07	.15	.01	.50	.01
	4	.00	.82	.10	.00	.00	.17
	5	.09	.07	.07	.98	.01	.11
	6	.06	.03	.68	.01	.34	.68

a. Dependent Variable: Kepuasan

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14.54	25.35	21.12	2.452	85
Std. Predicted Value	-2.685	1.728	.000	1.000	85
Standard Error of Predicted Value	.170	.878	.331	.133	85
Adjusted Predicted Value	15.06	25.37	21.09	2.440	85
Residual	-5.259	3.059	.000	1.300	85

a. Dependent Variable: Kepuasan

UNIVERSITAS TERBUKA

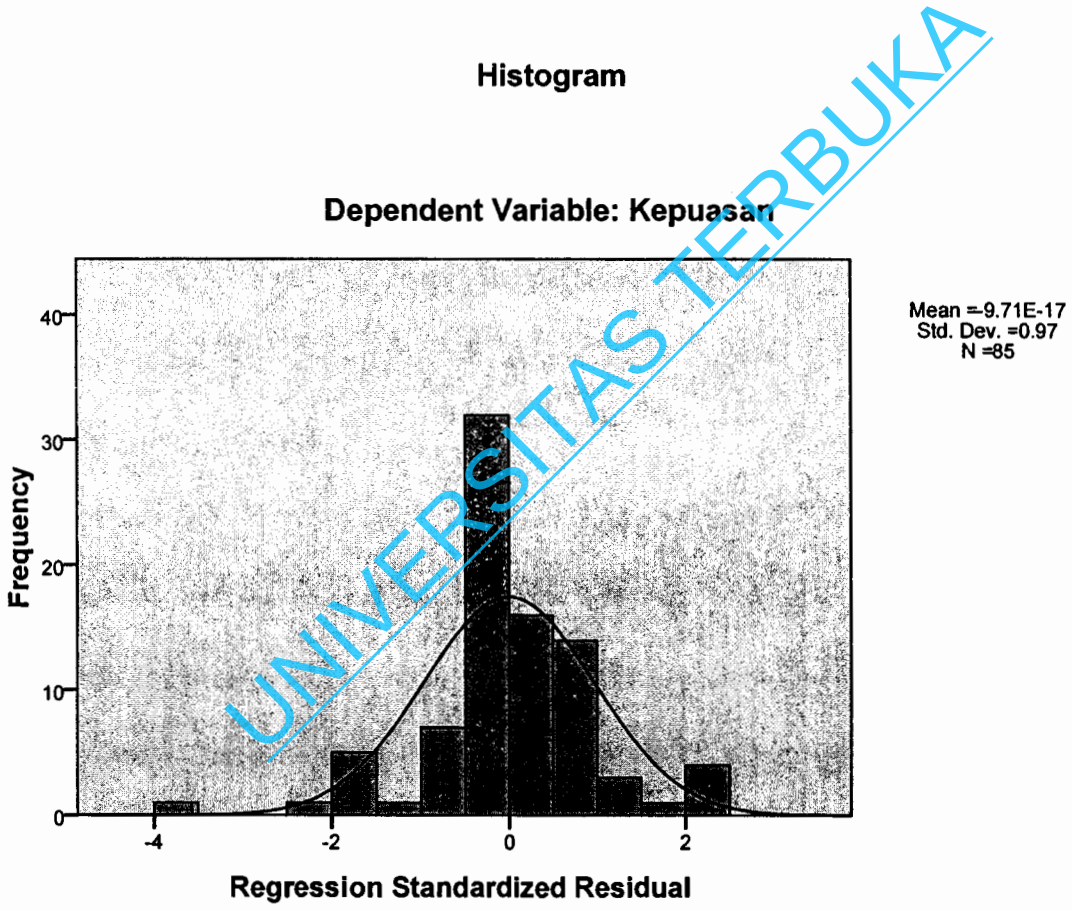
Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Std. Residual	-3.924	2.282	.000	.970	85
Stud. Residual	-4.032	2.453	.010	1.019	85
Deleted Residual	-5.551	3.537	.028	1.440	85
Stud. Deleted Residual	-4.495	2.536	.006	1.054	85
Mahal. Distance	.367	35.065	4.941	5.338	85
Cook's Distance	.000	.237	.019	.044	85
Centered Leverage Value	.004	.417	.059	.064	85

a. Dependent Variable: Kepuasan

Charts

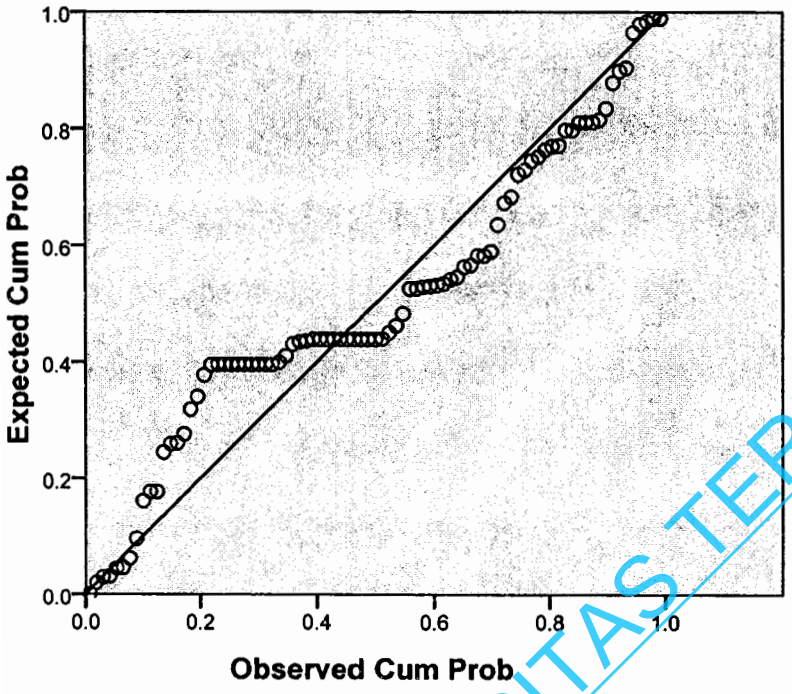


UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan

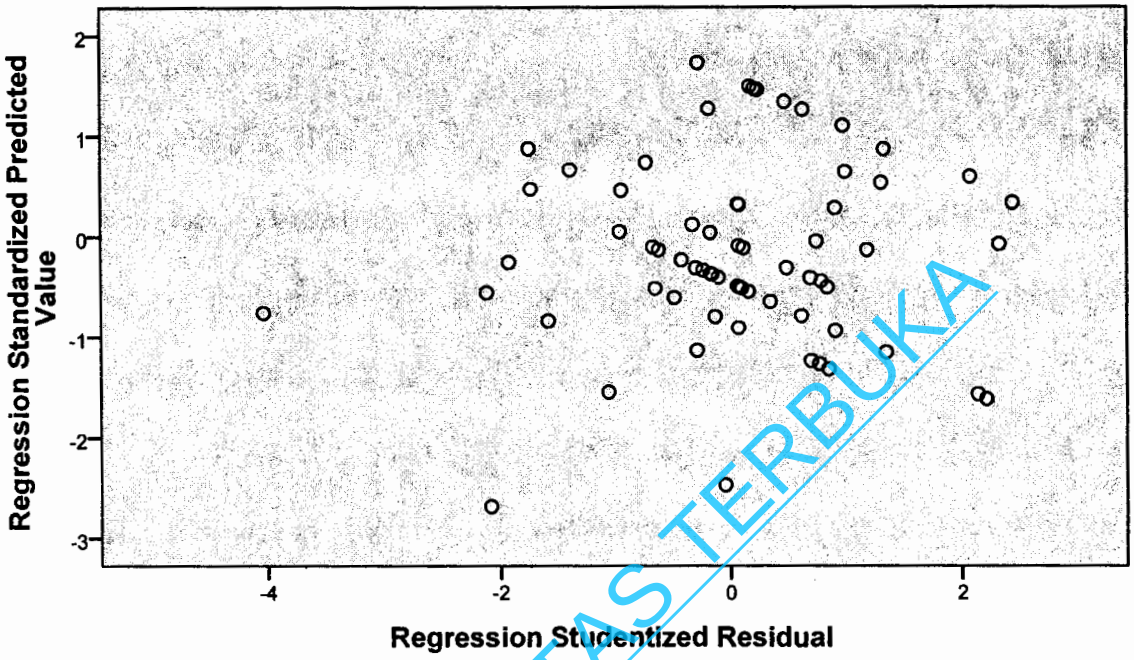


UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Scatterplot

Dependent Variable: Kepuasan



UNIVERSITAS TERBUKA

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Kepuasan
  /METHOD=ENTER Responsiveness Assurance Tangibles Empathy Reliability
  /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED).
```

Regression

```
[DataSet0] C:\Documents and Settings\user\Desktop\Olah Data SPSS\Data leng
kap 24102010.sav
```

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance, Tangibles [a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884[a]	.781	.767	1.340

a. Predictors: (Constant), Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance, Tangibles

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	504.924	5	100.985	56.221	.000[a]
	Residual	141.900	79	1.796		
	Total	646.824	84			

a. Predictors: (Constant), Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance, Tangibles

b. Dependent Variable: Kepuasan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.391	1.428		-.274	.785
	Responsiveness	-.003	.118	-.002	-.025	.980
	Assurance	.097	.136	.068	.717	.476
	Tangibles	.287	.119	.238	2.405	.018
	Empathy	.346	.084	.358	4.142	.000
	Reliability	.321	.114	.316	2.830	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14.54	25.35	21.12	2.452	85
Std. Predicted Value	-2.685	1.728	.000	1.000	85
Standard Error of Predicted Value	.170	.878	.331	.133	85
Adjusted Predicted Value	15.06	25.37	21.09	2.440	85
Residual	-5.259	3.059	.000	1.300	85
Std. Residual	-3.924	2.282	.000	.970	85
Stud. Residual	-4.032	2.453	.010	1.019	85
Deleted Residual	-5.551	3.537	.028	1.440	85
Stud. Deleted Residual	-4.495	2.536	.006	1.054	85
Mahal. Distance	.367	35.065	4.941	5.338	85
Cook's Distance	.000	.237	.019	.044	85
Centered Leverage Value	.004	.417	.059	.064	85

a. Dependent Variable: Kepuasan

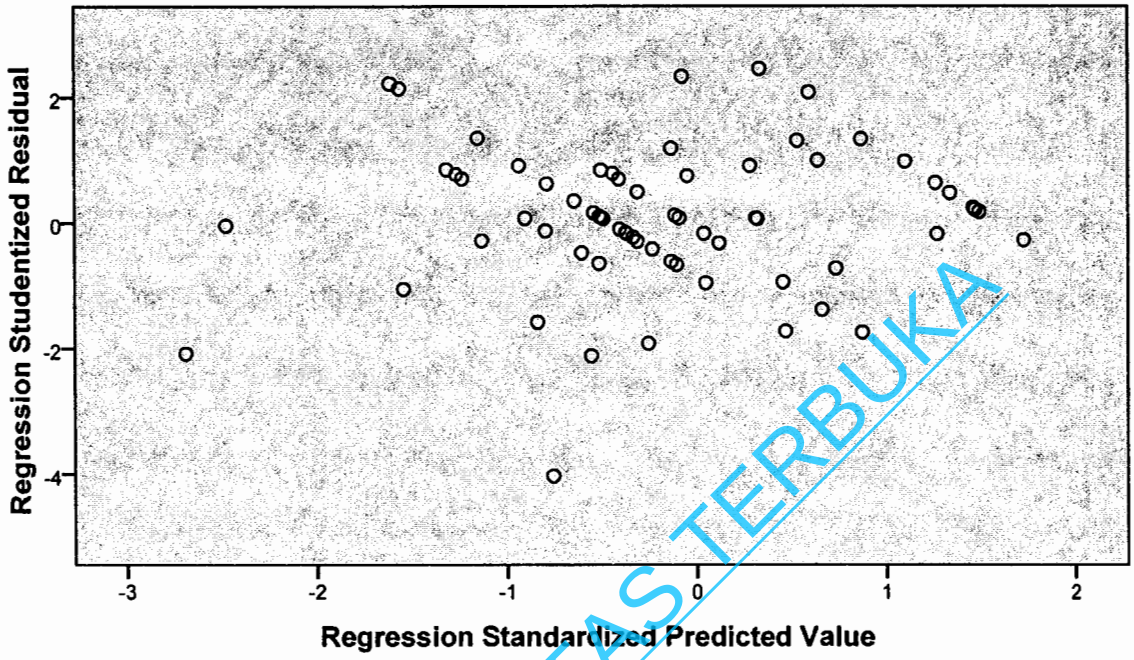
Charts

UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Scatterplot

Dependent Variable: Kepuasan



UNIVERSITAS TERBUKA

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Loyalitas
  /METHOD=ENTER Kepuasan
  /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED).
```

Regression

```
[DataSet0] C:\Documents and Settings\user\Desktop\Olah Data SPSS\Data leng
kap 24102010.sav
```

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan [a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739[a]	.546	.540	3.126

a. Predictors: (Constant), Kepuasan

b. Dependent Variable: Loyalitas

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	973.943	1	973.943	99.696	.000[a]
	Residual	810.834	83	9.769		
	Total	1784.776	84			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan

b. Dependent Variable: Loyalitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.816	2.617		2.604	.011
	Kepuasan	1.227	.123	.739	9.985	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kepuasan	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Coefficient Correlations[a]

Model			Kepuasan
1	Correlations	Kepuasan	1.000
	Covariances	Kepuasan	.015

a. Dependent Variable: Loyalitas

Collinearity Diagnostics[a]

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions (Constant)	Variance Proportions Kepuasan
1	1	1.992	1.000	.00	.00
	2	.008	15.376	1.00	1.00

a. Dependent Variable: Loyalitas

UNIVERSITAS TERBUKA

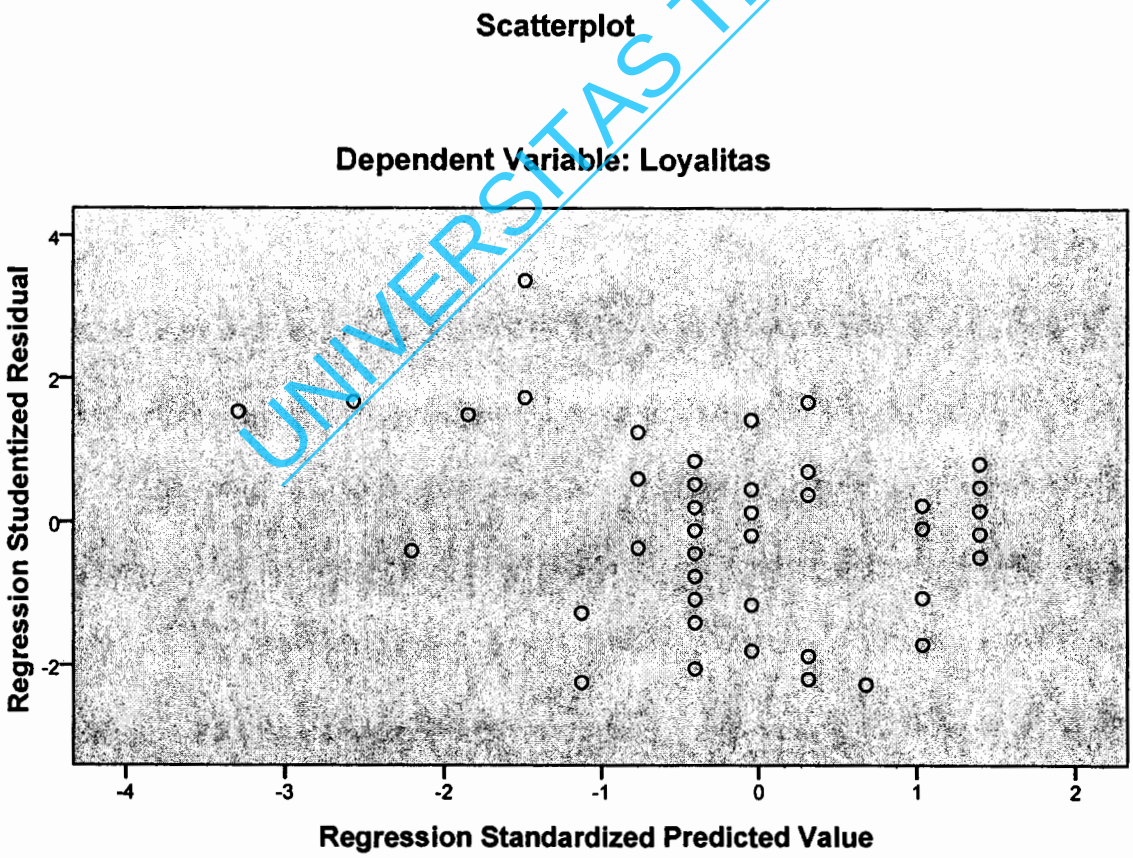
Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	21.54	37.49	32.73	3.405	85
Std. Predicted Value	-3.286	1.399	.000	1.000	85
Standard Error of Predicted Value	.339	1.171	.457	.145	85
Adjusted Predicted Value	20.81	37.55	32.70	3.442	85
Residual	-7.039	10.323	.000	3.107	85
Std. Residual	-2.252	3.303	.000	.994	85
Stud. Residual	-2.272	3.367	.004	1.009	85
Deleted Residual	-7.163	10.731	.025	3.201	85
Stud. Deleted Residual	-2.332	3.602	.004	1.027	85
Mahal. Distance	.002	10.796	.988	1.565	85
Cook's Distance	.000	.224	.015	.036	85
Centered Leverage Value	.000	.129	.012	.019	85

a. Dependent Variable: Loyalitas

Charts



UNIVERSITAS TERBUKA

Koleksi Perpustakaan Universitas Terbuka