

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN LEMBAGA AMIL
ZAKAT TERHADAP KEPUASAN MUSTAHIK (STUDI
PADA MUSTAHIK EL-ZAWA UIN MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG)**

SKRIPSI



Oleh

AHMAD RONI TAUFIQI

NIM: 210503110086

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN LEMBAGA AMIL
ZAKAT TERHADAP KEPUASAN MUSTAHIK (STUDI
PADA MUSTAHIK EL-ZAWA UIN MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada: Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim
Malang untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

AHMAD RONI TAUFIQI

NIM: 210503110086

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN LEMBAGA AMIL ZAKAT
TERHADAP KEPUASAN MUSTAHIK (STUDI PADA MUSTAHIK
EL-ZAWA UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)**

SKRIPSI

Oleh

Ahmad Roni Taufiqi

NIM : 210503110086

Telah Disetujui Pada Tanggal 19 Mei 2025

Dosen Pembimbing,



Dr. Irmayanti Hasan, ST., M.M

NIP. 197705062003122001

HALAMAN PENGESAHAN

7/3/25, 6:40 PM

Print Pengesahan

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN LEMBAGA AMIL ZAKAT
TERHADAP KEPUASAN MUSTAHIK (STUDI PADA MUSTAHIK
EL-ZAWA UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)

SKRIPSI

Oleh

AHMAD RONI TAUFIQI

NIM : 210503110086

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)
Pada 25 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji:

- 1 Ketua Penguji
Guntur Kusuma Wardana, M.M
NIP. 199006152023211022
- 2 Anggota Penguji
Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M
NIP. 197708262008012011
- 3 Sekretaris Penguji
Dr. Irmayanti Hasan, ST., M.M
NIP. 197705062003122001

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,



Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M
NIP. 197708262008012011

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Roni taufiqi

NIM : 210503110086

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN LEMBAGA AMIL ZAKAT TERHADAP KEPUASAN MUSTAHIK (STUDI PADA MUSTAHIK EL-ZAWA UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)** adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 4 Juni 2025

Hormat saya,



Ahmad Roni Taufiqi

NIM: 210503110086

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan terima kasih, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Sosok penuh kasih yang selalu menjadi cahaya dalam setiap langkah hidupku, Ibu Busriyati, Terima kasih atas cinta tanpa batas, doa yang selalu mengiringi, serta ketulusan dalam setiap dukungan yang beliau berikan dalam setiap langkah penulis. beliaulah inspirasi terbesar dalam perjuangan ini. Kepada Pintu Surgaku, Terimakasih yang sebesar-besarnya.
2. Seseorang yang tak kenal lelah untuk memberikan yang terbaik kepada anaknya, Bapak Jumadin, adalah simbol perjuangan yang sesungguhnya mengajarkan arti ketekunan dan keberanian dalam menghadapi hidup. Segala keteguhan, kerja keras dan segala nasihat bijak itu telah membentuk diri penulis untuk menjadi karakter yang tangguh dalam menghadapi kehidupan.
3. Kepada kakak Perempuanku Isnaini dan sepupu Penulis M. Faidurrahman yang juga mendukung penulis serta memberikan nasihat nasihat yang membangun kepribadian penulis menjadi lebih baik serta berbagi pengalamannya di bangku kuliah.
4. Seseorang yang telah bersama saya sejak 2018 menemani penulis dalam setiap suka dan duka. Seseorang yang selalu menyemangati penulis dan mendorong penulis untuk menjadi lebih baik. my girlfriend, Warda Anis Sulala.
5. Kepada Teman Kontrakan Syariah Mas dani, Mas Abdus, Mas Aqil, Gus Nawaf, Mas Ubay, dan Riyukari, Terimakasih Untuk setiap momen kebersamaan, canda, tawa, dan semangat yang telah mengiringi perjalanan ini. dan kepada teman teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu Terima kasih atas dukungan tanpa henti, kesediaan membantu, serta kehadiran kalian yang selalu memberi warna dalam hidup.

Akhir kata, penulis dapat menyadari dengan doa, ridho, serta bantuan, dukungan, motivasi dari segala pihak skripsi ini dapat diselesaikan. Terimakasih kepada semua pihak yang sudah memberi bantuan dalam penulisan ini, penulis ucapkan banyak terimakasih dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Aamiin Yarabbal'alamin

HALAMAN MOTTO

وَإِذْ تَأْتِيَنَّكُمْ رِيبٌ مِنْ رَبِّكُمْ لَبِئْسَ شَكْرًا لَمْ يَرْثُوكُمْ لَوْلَا إِيمَانُكُمْ أَنتُمْ كَافِرُونَ ﴿٧﴾

(Ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, “Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), sesungguhnya azab-Ku benar-benar sangat keras”.

“Selesaikan apa yang kamu mulai”

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala atas segala karunia, rahmat serta hidayahnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini untuk memenuhi tugas akhir dengan judul Pengaruh kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat Terhadap Kepuasan Mustahik (Studi pada Mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang).

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini sebagai tugas akhir tidak terlepas dari bimbingan serta arahan dari berbagai pihak, perihal tersebut saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainudin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, MM selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah
4. Dosen pembimbing saya, Ibu Dr. Irmayanti Hasan, S.T., MM yang tidak pernah lelah dan sabar dalam membimbing saya. Terimakasih atas didikannya dukungannya beserta ilmu yang telah beliau ajarkan kepada saya.
5. Keluarga besar saya, Ayah, ibu dan Kakak saya, terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini, terimakasih sudah menjadi alasan untuk bersemangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman dan sahabat saya, terima kasih telah membantu dan kebersamaan saya selama menempuh perkuliahan hingga saat ini.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah tulus ikhlas terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
المخلص	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Kajian Teori.....	22
2.2.1 Kualitas Layanan	22
2.2.2 Kepuasan Pelanggan.....	34
2.2.3 Mustahik	39
2.3 Hubungan Antar Variabel	44
2.3.1 Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Mustahik	44
2.3.2 Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Mustahik.....	45
2.3.3 Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Mustahik.....	46
2.3.4 Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Mustahik.....	47
2.3.5 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Mustahik	47

2.3.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mustahik	48
2.4 Kerangka Konseptual	49
2.5 Hipotesis.....	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	55
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	55
3.2 Lokasi Penelitian	56
3.3 Populasi dan Sampel	56
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	57
3.5 Data dan Jenis Data	58
3.6 Teknik Pengambilan Data	59
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	59
Sumber: data diolah (2025).....	65
3.8 Skala Pengukuran	65
3.9 Analisis Data	66
3.10 Tahap Analisis Data	67
3.10.1 Uji Asumsi Klasik	67
3.10.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
3.10.3 Hipotesis	70
3.10.4 Uji T (Test T).....	71
3.10.5 Uji F.....	71
3.10.6 Uji Koefisien Determinasi	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	74
4.1.1 Sejarah Umum El-Zawa UIN Malang	74
4.1.2 Visi El-Zawa UIN Malang.....	75
4.1.3 Misi El-Zawa UIN Malang.....	75
4.2 Profil Responden	75
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Asnaf.....	75
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden	76
4.3 Hasil Penelitian	77
4.3.1 Uji Kualitas Data	77

4.3.2 Uji Asumsi Klasik	79
4.3.3 Uji Hipotesis	83
4.4 Pembahasan	85
4.4.1 Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Mustahik	85
4.4.2 Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Mustahik.....	87
4.4.3 Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Mustahik.....	88
4.4.4 Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Mustahik.....	90
4.4.5 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Mustahik.....	91
4.4.6 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mustahik	93
BAB V PENUTUP.....	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Keterbatasan	98
5.3 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	104
CURRICULUM VITAE	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	63
Tabel 3. 2 Skala Model Likert	65
Tabel 4. 1 Jenis Asnaf.....	75
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas X1.....	77
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas X2.....	77
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas X3.....	78
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas X4.....	78
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas X5.....	78
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Y.....	78
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Mustahiq El-Zawa 2025	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	50
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas KS	79
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	80
Gambar 4. 3 Hasil Uji Multikolinieritas	81
Gambar 4. 4 Uji Regresi Linier Berganda	82
Gambar 4. 5 Uji T	83
Gambar 4. 6 Uji F	84
Gambar 4. 7 Hasil Uji Determinasi R ²	85

ABSTRAK

Ahmad Roni Taufiqi. 2025, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat Terhadap Kepuasan Mustahik (Studi pada Mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang).”

Pembimbing : Dr. Irmayanti Hasan, S.T., M.M.

Kata Kunci : Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik, dan Kepuasan Mustahik.

Dalam perkembangan zaman yang semakin pesat faktor kepuasan menjadi topik yang menarik bagi peneliti karena dalam beberapa literatur kepuasan konsumen berdampak kepada kemajuan industri. Peningkatan Kualitas layanan seringkali dikaitkan dengan kepuasan yaitu sebagai salah satu faktor yang memengaruhinya. Penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mustahik di El Zawa penting dilakukan karena dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai aspek-aspek layanan yang benar-benar berdampak pada penerima manfaat. Dengan mengetahui faktor-faktor yang paling menentukan tingkat kepuasan mustahik, El Zawa dapat merancang strategi pelayanan yang lebih efisien, membangun kepercayaan mustahik, serta memperkuat citra positif di tengah masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan meliputi; kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap kepuasan mustahik di lembaga amil zakat El- Zawa UIN maulana malik ibrahim malang.

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif deskriptif serta regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah mustahik Lembaga amil zakat El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang 2025, penelitian mengambil sampel teknik *non-probability sampling* dengan sampel sebanyak 85 orang responden. Data yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehandalan dan daya tanggap secara parsial berpengaruh pada kepuasan mustahik. sedangkan Jaminan, Empati dan Bukti Fisik secara parsial tidak berpengaruh pada kepuasan mustahik. Sementara Hasil penelitian secara bersama-sama (simultan) menunjukkan bahwa variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan mustahik.

ABSTRACT

Ahmad Roni Taufiqi. 2025, SKRIPSI. Title: “*The Effect of Service Quality of Amil Zakat Institution on Mustahik Satisfaction (Study on Mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang).*”

Supervisor : Dr. Irmayanti Hasan, S.T., M.M.

Keywords : *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Physical Evidence, and Mustahik Satisfaction.*

In the rapid development of the era, satisfaction factors have become an interesting topic for researchers because in some literatures, consumer satisfaction has an impact on industrial progress. Improving service quality is often associated with satisfaction, which is one of the factors that influences it. Research on the influence of service quality on mustahik satisfaction at El Zawa is important because it can provide a comprehensive picture of the aspects of service that really have an impact on beneficiaries. By knowing the factors that most determine the level of mustahik satisfaction, El Zawa can design a more efficient service strategy, build mustahik trust, and strengthen a positive image in the community. The purpose of this study is to determine how the influence of service quality includes; reliability, responsiveness, assurance, empathy and physical evidence on mustahik satisfaction at the El-Zawa zakat institution, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

This study uses a quantitative analysis method with a descriptive quantitative approach and multiple linear regression using SPSS software. The population in this study was the mustahik of the El-Zawa Zakat Institution UIN Maulana Malik Ibrahim Malang 2025, the study took a non-probability sampling technique with a sample of 85 respondents. Data obtained by distributing questionnaires via google form.

The results of this study indicate that reliability and responsiveness partially effect on mustahik satisfaction. While Assurance, Empathy and Physical Evidence partially have no effect on mustahik satisfaction. the results of research results together (simultaneously) show that the variables reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence have an effect on mustahik satisfaction.

الملخص

أحمد روني توفيقى. 2025، معهد سكريبسي العنوان: "أثر جودة الخدمة في مؤسسات الزكاة
العاملية على رضا المستمك (دراسة عن مزكي الزاوة مولانا مالك بن إبراهيم مالانج)

المشرف: د. إرميانتى حسن، س.ت، م.م

الكلمات المفتاحية: المصادقية، والاستجابة، والاطمئنان، والتعاطف، والدليل المادي، ورضا
المستمك.

في التطور السريع للعصر، أصبحت عوامل الرضا موضوعًا مثيرًا للاهتمام للباحثين لأنه في
بعض الأدبيات، يؤثر رضا المستهلك على التقدم الصناعي. غالبًا ما يرتبط تحسين جودة الخدمة
بالرضا، وهو أحد العوامل التي تؤثر عليه. إن البحث في تأثير جودة الخدمة على رضا المستهلك في
الزوا مهم لأنه يمكن أن يوفر صورة شاملة لجوانب الخدمة التي لها تأثير حقيقي على المستفيدين. من
خلال معرفة العوامل التي تحدد معظم مستوى رضا المستهلك، يمكن للزوا تصميم استراتيجية خدمة
أكثر كفاءة، وبناء ثقة المستهلك، وتعزيز صورة إيجابية في المجتمع. الغرض من هذه الدراسة هو
تحديد كيف يشمل تأثير جودة الخدمة؛ الموثوقية والاستجابة والضمان والتعاطف والأدلة المادية على
رضا المستهلك في مؤسسة الزوا للزكاة، جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج.

اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب التحليل الكمي، باستخدام المنهج الكمي الوصفي، وتحليل
. وشمل مجتمع الدراسة مُستحاك مؤسسة الزكاة SPSS الانحدار الخطي المتعدد باستخدام برنامج
الجامعة الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج، عام ٢٠٢٥. واعتمدت الدراسة أسلوب العينة غير
الاحتمالية، حيث بلغ عدد المستجيبين ٨٥ مستجيبًا. وتم الحصول على البيانات من خلال توزيع
استبيانات عبر نموذج جوجل

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن الموثوقية والاستجابة تؤثر جزئيًا على رضا المستشيق. في
حين أن الضمان والتعاطف والأدلة المادية ليس لها تأثير جزئي على رضا المستفيد، بينما تظهر نتائج
نتائج البحث معًا (في وقت واحد) أن متغيرات الموثوقية والاستجابة والضمان والتعاطف والأدلة المادية
لها تأثير على رضا المستفيد، كما أن نتائج البحث تظهر أن متغيرات الموثوقية والاستجابة والتعاطف
والأدلة المادية لها تأثير على رضا المستفيد، بينما تظهر نتائج البحث أن متغيرات

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya perkembangan zaman dan meningkatnya ekspektasi masyarakat, kajian mengenai kepuasan menjadi salah satu fokus utama dalam berbagai disiplin ilmu. Isu ini menarik perhatian luas di kalangan peneliti global, karena dianggap berperan penting dalam mengevaluasi kualitas interaksi antara penyedia layanan dan penerima manfaat. Penelitian mengenai kualitas layanan dan tingkat kepuasan telah banyak dilakukan dalam berbagai sektor, seperti perbankan, pendidikan, kesehatan, pariwisata, hingga sektor publik dan keagamaan, dengan beragam pendekatan dan instrumen pengukuran yang digunakan. Berdasarkan data dari scholar sekitar 14.800 tulisan tentang kualitas pelayanan pada lembaga amil zakat telah diterbitkan di google scholar dan 4.090 tulisan yang telah mengkaji tentang kepuasan Mustahiq. Meskipun demikian, permasalahan kepuasan tetap menjadi fokus penelitian di berbagai negara. Solusi yang telah ada umumnya berkaitan dengan peningkatan pelayanan dan harus terus dikaji agar *up to date* dan bisa menambah wawasan para peneliti setelahnya. Saat ini masih belum ada penelitian tentang kepuasan mustahiq pada eL-Zawa sehingga memotivasi diri saya untuk ikut berkontribusi dalam pengembangan lembaga amil zakat ini mengingat pengaruhnya dalam membantu masyarakat cukup besar.

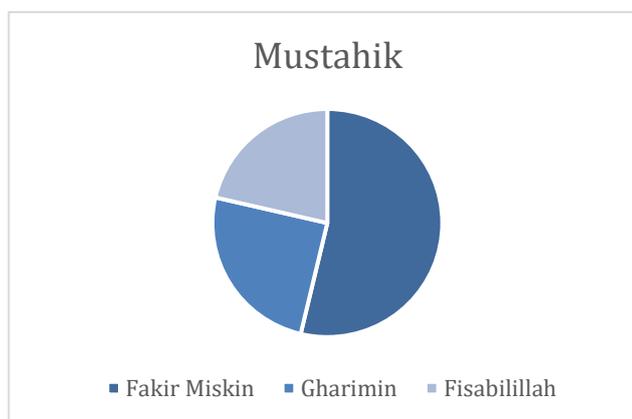
Menurut Isnaini, (2015) Pusat Kajian Zakat dan Wakaf (eL-Zawa) merupakan sebuah unit strategis yang bernaung di bawah Universitas Islam

Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Lembaga ini dibentuk sebagai respons terhadap permasalahan kurang optimalnya penyaluran dana zakat dari sivitas akademika, khususnya para karyawan UIN. Kehadiran eL-Zawa bertujuan untuk mengelola serta mengembangkan potensi zakat dan wakaf secara profesional, akuntabel, dan sesuai prinsip syariah. Landasan yuridis pembentukan lembaga ini merujuk pada Surat Keputusan Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Nomor: Un.3/Kp.07.6/104/2007, yang menetapkan pengelolaan zakat dan wakaf secara resmi di lingkungan universitas melalui unit tersebut. Maka didirikanlah lembaga ini yang kemudian diberi nama eL Zawa adalah singkatan dari al-Zakat wa al-Waqaf yang mempunyai arti zakat dan waqaf. Kata “Zawa” diharapkan mampu menjadi simbol pengingat bagi umat Muslim untuk senantiasa membersihkan harta melalui praktik zakat dan wakaf. Melalui pendekatan ini, lembaga diharapkan berperan aktif dalam mengurangi tingkat kemiskinan di tengah masyarakat. Potensi besar dana zakat yang tersedia di lingkungan kampus menjadi modal strategis yang dapat dimanfaatkan secara optimal melalui berbagai program yang telah dirancang secara terencana dan berkelanjutan.

Berdasarkan data pada Kantor El-Zawa, saat ini el-zawa masih fokus terhadap Fakir Miskin dan Fi sabilillah yaitu mahasiswa yang menjadi kader pada lembaga amil zakat El-Zawa. Untuk Gharimin sendiri saat ini El-Zawa mengadakan pinjaman tanpa bunga untuk karyawan UIN yang diharapkan agar pinjaman ini dapat bermanfaat dan membantu para mustahik yang membutuhkan. Fakir Miskin yaitu golongan yatim dan dhuafa yang sedang

dibantu oleh El-Zawa dalam hal pendidikan yakni berjumlah 108 Mustahiq dan Fisabilillah Yang diberikan Kepada kader El-Zawa sebanyak 43 Mustahiq dan 50 Karyawan Gharimin. sehingga jumlah dari Mustahiq yang ada di El-zawa Berjumlah 201 Mustahiq.

Gambar 1. 1 Mustahiq El-Zawa 2025



Sumber: data diolah (2025)

Menurut data yang dirilis oleh Kader, (2025) pada buletin El-Zawa bulan Januari 2025, Elzawa telah menyalurkan Bantuan Pendidikan Yatim Dhuafa dalam Program Jatim Cerdas sebesar Rp7.584.000. Bantuan Sosial dalam Program Jatim Peduli sebesar Rp8.800.000. Bantuan Bela Sungkawa pada Jatim Peduli sebesar Rp300.000. Biaya Operasional untuk Amil Zakat sebesar Rp.792.450. Bantuan Sponsorship Kegiatan sebesar Rp2.473.100. Beasiswa Kader dalam Program Jatim Cerdas sebesar Rp136.131.600. Data diatas menunjukkan bahwa El-Zawa ikut andil dalam rangka menyingkirkan kemiskinan dan membantu ekonomi masyarakat sekitar. Tentu dalam penyaluran bantuan-bantuan tersebut memerlukan kualitas layanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan mustahik.

Dalam meningkatkan kepuasan mustahik dibutuhkan peningkatan kualitas layanan seperti yang dipaparkan oleh Mukhlis & Beik (2013) yakni Peningkatan profesionalisme lembaga zakat melalui penguatan aspek transparansi pengelolaan, intensitas sosialisasi, serta perbaikan administrasi menjadi faktor penting dalam mendorong kepercayaan masyarakat. Dalam konteks ini, dengan tingginya kualitas pelayanan yang dihadirkan oleh lembaga zakat, maka akan semakin besar kecenderungan masyarakat untuk menunaikan zakat melalui lembaga tersebut. Hal ini berkontribusi secara tidak langsung pada peningkatan kepatuhan muzakki dalam memenuhi kewajiban zakatnya. Terlebih lagi, kualitas layanan yang memberikan kepuasan kepada mustahik atau orang yang berhak mendaoatkannya akan mendapatkan pahala yang besar karena membantu menyalurkan zakat muzakki kepada mustahik. Oleh karena itu, pelayanan yang diberikan haruslah memiliki kualitas yang mumpuni untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Pelayanan zakat yang berkualitas tidak hanya berdampak pada efisiensi penyaluran dana, tetapi juga secara langsung memberikan kemudahan bagi mustahik dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Ketika mustahik merasa terbantu, tercipta hubungan kepercayaan dan kepuasan terhadap lembaga penyalur zakat. Dalam jangka panjang, kondisi ini berpotensi mendorong masyarakat, termasuk mustahik yang telah berdaya, untuk menyalurkan zakatnya melalui lembaga tersebut. Dengan demikian, mutu pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif secara timbal balik, baik bagi muzakki sebagai pihak pemberi zakat maupun bagi mustahik sebagai penerima manfaat Alviah *et al.* (2024).

Dalam hasil penelitian oleh Canggih *et al.* (2017) di Indonesia sendiri Potensi penerimaan zakat tergolong sangat besar. Hal ini dapat ditinjau dari semakin tingginya jumlah penduduk yang telah memenuhi syarat sebagai wajib zakat (muzakki) dari tahun ke tahun. Selain itu, pertumbuhan pendapatan per kapita masyarakat yang cenderung terus naik juga menjadi indikator penting dalam memperkirakan peningkatan potensi penghimpunan zakat. Dengan demikian, kombinasi antara pertumbuhan populasi muzakki dan peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat secara agregat menunjukkan bahwa potensi zakat nasional memiliki peluang besar untuk terus meningkat dari waktu ke waktu.

Hendrianto (2016) Dalam salah satu jurnal disebutkan bahwa saat ini telah bermunculan berbagai Badan Amil Zakat (BAZ), baik di tingkat pusat, wilayah, daerah, hingga desa. Lembaga-lembaga ini tidak hanya didirikan oleh pemerintah, tetapi juga oleh organisasi sosial yang bersifat keagamaan seperti Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, serta lembaga zakat yang dikelola oleh masjid dan komunitas lainnya. Pertumbuhan dan eksistensi badan pengelola zakat tersebut tidak bisa dipisahkan dari kontribusi berbagai pihak yang mendukung keberadaannya. Salah satu elemen kunci dalam upaya pengembangan BAZ ke depan adalah keterlibatan aktif masyarakat Muslim itu sendiri. Pada dasarnya, keberhasilan pengelolaan zakat sangat ditentukan oleh kemampuan para amil dalam membangun kepercayaan masyarakat, sehingga fungsi BAZ sebagai *financial intermediary* dapat dijalankan secara optimal.

Bagi umat muslim, zakat wajib dikeluarkan bagi orang yang sudah memenuhi syarat untuk menjadi pemberi zakat dan penyalurannya harus tepat

sasaran dengan mencari penerima zakat yang sesuai ketentuan yang telah dijelaskan dalam alquran yaitu pada Q.S. At-Taubah 9:60.

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغُرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ
 اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴿٦﴾

Yang Artinya : Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para amil zakat, orang-orang yang dilunakkan hatinya (muallaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan), sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Mahabijaksana.

Ayat tersebut menjelaskan tentang delapan asnaf yang berhak menerima zakat yaitu: Fakir, Miskin, Amil zakat, Muallaf, Riqab, Gharimin, Ibnu sabil dan Fi sabilillah. Allah memerintahkan zakat sebagai bentuk ibadah sekaligus sarana penyucian harta. Kewajiban ini tidak semata bersifat legal-formal, melainkan juga spiritual, karena mendorong muzakki untuk mensyukuri nikmat rezeki yang dikaruniakan oleh Allah serta menjaga kebersihan harta dari unsur-unsur yang tidak halal atau kurang etis. Dengan demikian, zakat bukan hanya memiliki nilai ibadah individual, tetapi juga dimensi sosial yang luas.

Menurut Penita (2023) Mengoptimalkan pelaksanaan zakat merupakan langkah fundamental dalam upaya pengentasan kemiskinan. Hal ini didasarkan pada hakikat zakat sebagai sumber dana sosial yang memiliki keberlanjutan, selama kesadaran umat Islam untuk menunaikannya tetap terjaga dan pengelolaannya dilakukan secara profesional serta amanah. Dengan demikian, zakat dapat menjadi instrumen strategis dalam mendukung kesejahteraan masyarakat. Sebagaimana telah ditegaskan dalam Al-Qur'an, hadist Nabi, serta ijma' ulama. Sebagai salah satu dari lima rukun Islam, zakat menempati posisi

yang sangat penting dan fundamental dalam ajaran Islam, sejajar dengan kewajiban pelaksanaan shalat. Hal ini menunjukkan bahwa zakat bukan hanya sekadar kewajiban finansial, melainkan juga merupakan manifestasi dari kepedulian sosial dan bentuk ketaatan spiritual yang integral dalam kehidupan seorang Muslim.

Zaifuddin, (2021) Menyatakan bahwa Mustahiq merupakan individu atau kelompok yang memiliki hak untuk menerima zakat sesuai ketentuan syariat Islam. Para fuqaha menetapkan bahwa terdapat lima kriteria utama yang harus dipenuhi agar seseorang dapat digolongkan sebagai mustahiq zakat, yakni: berada dalam kondisi fakir atau tidak mampu memenuhi kebutuhan pokok, beragama Islam, tidak berasal dari keturunan Bani Hasyim, tidak termasuk pihak yang secara hukum wajib dinafkahi oleh muzakki, serta telah mencapai usia akil dan baligh. Ketentuan mengenai individu atau kelompok yang menerima zakat telah dijelaskan secara tegas oleh Allah Subhanahu wa Ta'ala dalam Al-Qur'an, sehingga penentuan mustahiq tidak bergantung pada kehendak otoritas pemerintah, melainkan bersumber dari aturan syar'i yang bersifat tetap.

Penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2018) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa untuk mewujudkan kepuasan mustahiq, diperlukan kualitas pelayanan yang optimal disertai dengan komitmen tinggi dari para amil zakat. Hal ini penting mengingat mustahiq merupakan sasaran utama dalam proses pendistribusian zakat dan menjadi indikator keberhasilan lembaga zakat dalam mensejahterakan penerima manfaat. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian yang berfokus pada tingkat kepuasan mustahiq terhadap kualitas

pelayanan yang diberikan oleh lembaga zakat. Kepuasan ini diyakini akan membawa dampak positif, baik terhadap peningkatan kredibilitas lembaga zakat maupun terhadap keberlanjutan dan efektivitas program distribusi zakat di masa depan.

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), Dalam konsep kualitas pelayanan, ada lima dimensi utama yang menjadi tolak ukur dalam mengukur tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh suatu organisasi. Pertama, Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan layanan secara konsisten sesuai dengan yang dijanjikan, dengan akurasi dan ketepatan waktu yang tinggi, sehingga mampu memenuhi harapan pelanggan. Kedua, Daya Tanggap (*responsiveness*), mencerminkan kesiapan dan kemauan petugas layanan untuk membantu konsumen serta pelayanan dengan cepat dan tanggap. Ketiga, Jaminan (*assurance*), meliputi kompetensi, ilmu, kesopanan, dan sikap dapat dipercaya dari staf, serta jaminan rasa aman dari risiko atau ketidakpastian selama proses pelayanan. Keempat, Empati (*empathy*), berkaitan dengan kemampuan menjalin hubungan interpersonal yang baik melalui komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan masing-masing pelanggan. Kelima, Bukti Fisik (*tangibles*), merupakan aspek visual dari pelayanan meliputi kondisi fasilitas, kelengkapan perlengkapan, penampilan pegawai, serta media komunikasi yang digunakan.

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), *Reliability* (keandalan) merupakan dimensi yang mencerminkan bahwa kualitas layanan mencakup kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan secara konsisten, selaras dengan komitmen yang telah disampaikan kepada pelanggan. Layanan tersebut tidak

hanya harus akurat dan tepat waktu, tetapi juga dapat dipercaya, sehingga menciptakan persepsi keandalan dan profesionalisme di mata konsumen. Dimensi ini memiliki peranan penting karena ketidaksesuaian antara layanan yang dijanjikan dengan yang didapatkan oleh konsumen dapat menurunkan tingkat kepuasan mereka secara signifikan. Oleh karena itu, unsur-unsur utama dalam keandalan mencakup ketepatan dalam penyampaian layanan serta kejelasan dan ketepatan dalam pembebanan biaya kepada pelanggan.

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan dimensi yang mencerminkan kemauan dan kemampuan organisasi untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Dimensi ini menjadi aspek penting dalam pembentukan persepsi positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Dalam praktiknya, daya tanggap tidak hanya berkaitan dengan pelayanan rutin, tetapi juga mencakup kecepatan dan kesigapan penyedia jasa dalam menangani kegagalan atau keterlambatan layanan agar dampaknya terhadap konsumen dapat diminimalisasi. Komponen utama dari dimensi ini mencakup kesigapan karyawan dalam merespons kebutuhan pelanggan, kecepatan dalam memberikan pelayanan, serta kemampuan dalam menangani dan menyelesaikan keluhan secara efektif.

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), *Jaminan (assurance)* merupakan dimensi kualitas layanan yang mencerminkan tingkat penguasaan informasi pegawai tentang produk yang ditawarkan, disertai dengan sikap sopan dan profesionalisme karyawan dalam memberikan pelayanan. Dimensi ini juga

mencakup keterampilan karyawan dalam menyampaikan informasi dengan jelas, kemampuan melayani secara efektif, serta kapasitas untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap kualitas dan kredibilitas perusahaan. Keberadaan dimensi jaminan sangat krusial karena berkaitan langsung dengan persepsi pelanggan terhadap risiko dan ketidakpastian yang mungkin muncul selama proses pelayanan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki kompetensi interpersonal dan teknis yang tinggi untuk menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), *Empathy*/ Empati yaitu dimensi yang mencerminkan kemampuan organisasi, khususnya melalui interaksi langsung dari para karyawan, dalam memberikan perhatian secara personal kepada setiap nasabah. Dimensi ini juga mencakup tingkat kepekaan terhadap kebutuhan dan harapan individu konsumen. Komponen penting dari empati meliputi kemudahan akses (*access*) terhadap layanan yang disediakan oleh perusahaan, di mana konsumen merasa diperhatikan tidak hanya dalam aspek pelayanan fungsional, tetapi juga dalam kenyamanan dan kedekatan secara emosional.

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988) *Tangibles* (bukti fisik) adalah wujud nyata dari empati dan komitmen penyedia jasa terhadap kebutuhan dan kenyamanan konsumen. Melalui perhatian yang diberikan secara langsung, penyedia layanan menunjukkan bahwa mereka tidak hanya fokus pada hasil akhir, tetapi juga peduli terhadap proses dan pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan selama menerima pelayanan yang tercermin melalui aspek visual dan

fisik yang dapat diamati. Bukti fisik ini berfungsi sebagai bentuk eksistensi perusahaan di mata publik dan menjadi indikator kualitas layanan yang ditawarkan. Komponen dari dimensi ini mencakup tampilan fasilitas fisik, kelengkapan peralatan, penampilan pegawai, serta sarana komunikasi yang digunakan. Dengan demikian, lingkungan fisik perusahaan dan semua elemen yang menyertainya menjadi bagian penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap profesionalisme dan kredibilitas penyedia jasa.

Penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mustahik di El Zawa penting dilakukan karena dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai aspek-aspek layanan yang benar-benar berdampak pada penerima manfaat. Dalam konteks lembaga zakat, kualitas layanan tidak hanya mencerminkan efektivitas penyaluran bantuan, tetapi juga menjadi cerminan akuntabilitas dan transparansi lembaga kepada publik. Dengan mengetahui faktor-faktor yang paling menentukan tingkat kepuasan mustahik seperti keandalan dan daya tanggap El Zawa dapat merancang strategi pelayanan yang lebih efisien, membangun kepercayaan mustahik, serta memperkuat citra positif di tengah masyarakat. Penelitian ini juga menjadi instrumen penting dalam pengembangan kebijakan layanan berbasis bukti yang relevan bagi konteks lokal dan karakteristik unik mustahik El Zawa.

Penelitian yang dilakukan oleh Rini & Hasan, (2022) membahas mengenai bagaimana kualitas layanan dan *relationship marketing* dapat memengaruhi loyalitas nasabah, dengan kepuasan nasabah sebagai variabel yang menjembatani hubungan tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas

layanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap peningkatan kepuasan nasabah, yang pada akhirnya turut memperkuat loyalitas mereka terhadap lembaga.

Berbeda dengan temuan tersebut, Agung, (2018) dalam penelitiannya yang berjudul *Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*, menemukan bahwa variabel harga tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan tingkat kepuasan konsumen Indomaret. Bahkan, dalam konteks ini, kualitas pelayanan pun tidak terbukti memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang serta beragamnya hasil penelitian sebelumnya, studi ini difokuskan untuk menguji apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh LAZ El-Zawa berpengaruh terhadap kepuasan mustahik. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul: **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat terhadap Kepuasan Mustahik (Studi pada Mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)."**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ?
2. Apakah Daya Tanggap berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ?
3. Apakah Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa UIN

Maulana Malik Ibrahim Malang ?

4. Apakah Empati berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ?
5. Apakah Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ?
6. Apakah Kualitas pelayanan yang meliputi, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui pengaruh Keandalan terhadap kepuasan mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Daya Tanggap terhadap kepuasan mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Jaminan terhadap kepuasan mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Empati terhadap kepuasan mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Untuk Mengetahui Pengaruh Bukti fisik terhadap kepuasan mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Untuk Mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan yang meliputi, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik secara bersama-sama terhadap kepuasan mustahik El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi pembaca/akademika, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur yang ada mengenai kualitas pelayanan khususnya yang berkaitan kepuasan mustahik. Penelitian ini akan memperkaya pemahaman tentang bagaimana kualitas pelayanan lembaga amil zakat berpengaruh terhadap kepuasan mustahik .
- b. Bagi peneliti lain, penelitian ini akan memberikan wawasan baru mengenai pengaruh kualitas pelayanan lembaga amil zakat terhadap kepuasan mustahik, dan menjadi inspirasi penelitian berikutnya dengan menggunakan variabel yang berbeda.

2. Manfaat Praktisi

- a. Lembaga Amil Zakat, hasil dari penelitian ini dapat diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan ataupun dalam menyusun kebijakan yang akan dibuat guna penyaluran zakat kepada mustahik sehingga menjadi tepat sasaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat menginspirasi penerapan pelayanan dalam lembaga khususnya lembaga pengelola zakat guna memberikan manfaat yang lebih besar.
- b. Bagi masyarakat luas, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi informatif dalam memperluas pemahaman dan kesadaran akan pentingnya kualitas layanan yang disediakan oleh lembaga amil zakat. Secara khusus, hasil ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas terkait

pelayanan terhadap mustahik di lingkungan LAZ El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Informasi yang diperoleh dari temuan penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi dan evaluasi bagi masyarakat dalam menilai efektivitas pengelolaan zakat, serta mendorong partisipasi aktif dalam mendukung lembaga zakat yang transparan dan profesional.

- c. Bagi Penulis, hasil penelitian ini untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang kualitas pelayanan kepada mustahik di lembaga amil zakat El-Zawa.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk saat ini penelitian yang menguji pengaruh kualitas layanan lembaga amil zakat terhadap kepuasan mustahik cukup banyak dilakukan sebelumnya. Untuk penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterikatan dengan penelitian ini yakni sebagai berikut.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode atau Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Rini & Hasan, (2022) “Peran <i>service quality</i> dan <i>relationship marketing</i> terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening”	Memiliki tujuan untuk menganalisis peran kualitas layanan (<i>service quality</i>) dan pemasaran relasional (<i>relationship marketing</i>) terhadap loyalitas nasabah, dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening, pada BMT Mandiri Sejahtera Cabang Kranji, Paciran, Lamongan.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara <i>service quality</i> terhadap kepuasan nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Kranji Paciran Lamongan.

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode atau Analisis Data	Hasil Penelitian
2	Asnawi <i>et al.</i> , (2020) “ <i>The role of service quality within Indonesian customers satisfaction and loyalty and its impact on Islamic banks</i> ”	<i>his study is designed to empirically examine the construct of Muslim Consumer Service Quality (MCSQ) within the context of Indonesian Islamic banks.</i>	<i>This study uses a quantitative approach</i>	<i>The findings indicate that Muslim Customer Service Quality (MCSQ)—which encompasses Islamic values, Sharia compliance, honesty, modesty, humaneness, and trustworthiness—has a significant positive impact on both Muslim Customer Satisfaction (MCS) and Muslim Customer Loyalty (MCL)</i>
3	Nuzulia, (2020) “Pengaruh kualitas Pelayanan Lembaga Zakat terhadap Kepuasan Mustahik Di Baitul Mal Aceh”	menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Mustahik di Baitul Mal Aceh	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.	Hasil penelitian secara bersama-sama (simultan) menunjukkan bahwa variabel kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan mustahik, sedangkan hasil penelitian secara terpisah (parsial) menunjukkan bahwa variabel kehandalan, ketanggapan, dan bukti fisik berpengaruh sedangkan variabel jaminan dan variabel empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan mustahik di Baitul Mal Aceh
4	Wulandari & Rahayu, (2024) <i>the influence of service quality</i>	<i>This study aims to determine the effect of service quality and experiential marketing on</i>	<i>This study uses a quantitative approach</i>	<i>The findings indicate that both service quality and experiential marketing exert a significant and positive</i>

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode atau Analisis Data	Hasil Penelitian
	<i>and experiential Marketing on customer loyalty: customer satisfaction As mediation”</i>	<i>customer satisfaction and loyalty.</i>		<i>influence on customer satisfaction.</i>
5	Syarifuddin <i>et al.</i> , (2018) “ <i>Analysis of Service Quality on Mustahiq Satisfaction Using Importance Performance Analysis (IPA)</i> ”	<i>This model is utilized to identify which service attributes require improvement in alignment with the needs and expectations of mustahik</i>	<i>this paper on method of IPA model</i>	<i>The results suggest that the applied methods effectively identify priority attributes whose performance must be enhanced by Baitul Mal.</i>
6	Aisyah, (2021) “ <i>Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Rejoso dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional</i> ”	Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan religiusitas terhadap minat masyarakat Rejoso dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan sikap, norma subyektif, kontrol perilaku dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat.
7	Hidayat & Asnawi, (2019) “ <i>Effect of service quality against visitor loyalty through visitor satisfaction</i> ”	<i>This study aims to examine the direct influence of service quality on visitor satisfaction and visitor loyalty, as well as to analyze the effect of visitor satisfaction on visitor loyalty.</i>	<i>This study uses a quantitative approach</i>	<i>The findings of the study reveal that service quality has a direct influence on both visitor satisfaction and visitor loyalty at the Banyuwangi Public Service Mall.</i>

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode atau Analisis Data	Hasil Penelitian
8	Hilman, (2021) “Pengaruh Kepedulian, Kehandalan, Daya Tanggap Dan Jaminan Terhadap Kepuasan Mustahik Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Sumatera Barat Tahun 2021”	menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mustahik terhadap pelayanan yang diberikan oleh BAZNAS Provinsi Sumatera Barat.	Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepedulian dan kehandalan secara parsial berpengaruh pada kepuasan mustahik sedangkan daya tanggap dan jaminan secara parsial tidak memiliki pengaruh pada kepuasan mustahik
9	Herianingrum et al., (2018) “The Influence of Quality of Islamic Service and Institution Image to Donor Trust at National Amil Zakat Institute (LAZNAS)”	<i>To enhance ZISWAF (Zakat, Infaq, Sadaqah, and Waqf) fundraising performance, it is essential to implement managerial strategies that are directly aligned with the quality and effectiveness of services provided by Lembaga Amil Zakat (LAZ) to donors.</i>	<i>This study uses a quantitative approach</i>	<i>The results of this study demonstrate that Islamic Service Quality has a significant and positive impact on donor satisfaction.</i>
10	Agung, (2018) “analisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh variabel harga serta kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen, baik pada Swalayan	menggunakan Metode pendekatan kuantitatif, dan bersifat Komparatif.	Penelitian tersebut menghasilkan temuan bahwa variabel harga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di gerai Indomaret. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan juga

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode atau Analisis Data	Hasil Penelitian
	perspektif ekonomi islam”	Surya maupun Swalayan Indomaret.		tidak terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen di lokasi tersebut.

Sumber: data diolah (2025)

Hasil Penelitian dari Rini & Hasan, (2022) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *service quality* terhadap kepuasan nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Kranji Paciran Lamongan. Penelitian sebelumnya diperkuat oleh penelitian dari Asnawi *et al.*, (2020) yang menunjukkan hasil *The findings indicate that Muslim Customer Service Quality (MCSQ)—which encompasses Islamic values, Sharia compliance, honesty, modesty, humaneness, and trustworthiness—has a significant positive impact on both Muslim Customer Satisfaction (MCS) and Muslim Customer Loyalty (MCL). Furthermore, the results reveal that MCS serves as a partial mediating variable in the relationship between MCSQ and MCL, suggesting that enhanced service quality not only directly fosters loyalty but also does so indirectly through increased satisfaction.*

Hal ini diperkuat oleh penelitian dari Nuzulia, (2020) yang memperoleh Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, seluruh variabel dalam dimensi kualitas pelayanan yakni keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mustahik di Baitul Mal Aceh. Namun, ketika dianalisis secara parsial melalui uji *t*, hanya variabel keandalan, daya tanggap, dan bukti fisik yang terbukti memiliki pengaruh signifikan. Sebaliknya, variabel jaminan dan empati tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mustahik secara individual. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun dimensi kualitas pelayanan penting

secara kolektif, terdapat perbedaan kontribusi masing-masing dimensi apabila ditinjau secara terpisah. Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Rahayu, (2024) menunjukkan hasil yang serupa yaitu *The findings indicate that both service quality and experiential marketing exert a significant and positive influence on customer satisfaction. This suggests that organizations aiming to enhance customer satisfaction should not only ensure the delivery of high-quality services but also emphasize engaging and meaningful customer experiences throughout the service journey.* Hal ini diperkuat juga oleh penelitian dari Syarifuddin *et al.*, (2018) *The results suggest that the applied methods effectively identify priority attributes whose performance must be enhanced by Baitul Mal. These findings provide strategic guidance for improving service quality by highlighting specific aspects that require immediate managerial attention.* Hasil Penelitian oleh Aisyah, (2021) menunjukkan sikap, norma subyektif, kontrol perilaku dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat & Asnawi, (2019) memperoleh hasil yang serupa yaitu *The findings of the study reveal that service quality has a direct influence on both visitor satisfaction and visitor loyalty at the Banyuwangi Public Service Mall. In addition, visitor satisfaction itself exerts a direct and significant impact on visitor loyalty. Furthermore, the results indicate the presence of an indirect effect, whereby service quality influences visitor loyalty through the mediating role of visitor satisfaction. These outcomes underscore the importance of enhancing service quality not only as a means to improve satisfaction, but also to foster long-term loyalty among visitors.* Hasil Penelitian dari Hilman, (2021) menunjukkan bahwa kepedulian dan kehandalan secara parsial berpengaruh pada kepuasan mustahik sedangkan daya tanggap dan jaminan

secara parsial tidak berpengaruh pada kepuasan mustahik. Penelitian Herianingrum *et al.*, (2018) menunjukkan *The results of this study demonstrate that Islamic Service Quality has a significant and positive impact on donor satisfaction. This finding underscores the importance of integrating Islamic values such as Sharia compliance, transparency, trustworthiness, and ethical conduct within service delivery to effectively enhance the overall satisfaction of donors. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian dari.* Namun Penelitian yang dilakukan oleh Agung, (2018) Penelitian tersebut menghasilkan temuan bahwa variabel harga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di gerai Indomaret. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan juga tidak terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen di lokasi tersebut.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Kualitas Layanan

Kualitas layanan bisa dikatakan sebagai persepsi jangka panjang dari konsumen yang terbentuk melalui evaluasi kognitif terhadap pengalaman penerimaan jasa yang diberikan. Menurut Christina (2013), perusahaan yang berkomitmen tinggi terhadap kualitas serta secara konsisten menerapkan standar pelayanan yang unggul akan memperoleh keunggulan kompetitif. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk membangun loyalitas pelanggan secara berkelanjutan sekaligus menciptakan hubungan pelanggan yang kokoh dan produktif. Kualitas pelayanan (*service quality*) adalah aspek penting yang berkontribusi pada kelangsungan organisasi. Oleh karena itu, kualitas

suatu layanan bergantung pada sejauh mana organisasi atau perusahaan mampu memberikan layanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Sementara itu, Grönroos dalam Hanandhito, (2016), menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan hasil dari proses evaluatif, di mana pelanggan membandingkan antara persepsi mereka terhadap layanan yang diterima dengan harapan awal terhadap layanan tersebut. Dengan demikian, kualitas pelayanan bersifat subjektif, tergantung pada kesesuaian antara persepsi dan ekspektasi konsumen.

2.2.1.1 Dimensi kualitas layanan

Berdasarkan uraian dari para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan tingkat ketepatan dalam menyampaikan nilai layanan yang mampu memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan secara selaras dengan harapan mereka. Dengan kata lain, kualitas pelayanan mencerminkan sejauh mana suatu organisasi mampu mengintegrasikan keandalan, ketepatan, dan kepedulian dalam memberikan layanan yang bernilai dan relevan bagi pelanggan. Tjiptono (2009) dalam Prihandoyo, (2019) mengungkapkan bahwa ada lima dimensi utama dalam mengukur kualitas pelayanan yaitu Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati, Bukti fisik. Lima dimensi tersebut dijelaskan lebih rinci oleh ahli yang lain sebagai berikut:

a. Keandalan (*Reliability*)

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), *Reliability* (keandalan) yaitu merupakan dimensi yang mencerminkan kemampuan suatu organisasi dalam memberikan layanan secara konsisten seperti janji yang telah disampaikan, secara akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya. Dimensi ini memiliki peranan penting karena ketidaksesuaian antara layanan

yang dijanjikan dengan yang diterima oleh konsumen dapat menurunkan tingkat kepuasan mereka secara signifikan. Oleh karena itu, unsur-unsur utama dalam keandalan mencakup ketepatan dalam penyampaian layanan serta kejelasan dan ketepatan dalam pembebanan biaya kepada pelanggan. Menurut Parasuraman *et al.*, (1988) Indikator dari dimensi keandalan mencakup beberapa aspek utama, yaitu: (1) tingkat kecermatan petugas dalam memberikan layanan kepada pelanggan, (2) keberadaan standar pelayanan yang terdefinisi dengan jelas sebagai pedoman kerja, serta (3) kompetensi dan keterampilan petugas dalam mengoperasikan alat bantu pendukung selama proses pelayanan berlangsung. Dalam kehandalan ada poin penting yaitu dapat dipercaya maka hal ini sesuai dengan yang dijelaskan Dalam al-Qur'an bahwa sebagian dari tanda-tanda seorang mukmin yang sukses adalah mereka yang memelihara janjinya.

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ ﴿٨﴾

“Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya” (Q.S, Al-Mukminun, 23:8).

Ayat ini mengandung pesan moral dan spiritual yang sangat relevan dengan variabel keandalan (reliability) dalam konteks kualitas layanan bahwa karakter mukmin sejati adalah mereka yang menjaga amanah dan janji. Dalam dunia pelayanan, amanah bisa bermakna tanggung jawab lembaga terhadap dana umat, sementara janji bisa mencakup kesepakatan waktu, bentuk bantuan, atau sistem penyaluran yang telah diinformasikan kepada mustahik. Maka, lembaga yang

reliable adalah lembaga yang mencerminkan nilai-nilai Qur'ani ini: konsisten, bertanggung jawab, dan tidak mengingkari janji terhadap penerima manfaat. Pada praktiknya, El-Zawa telah merealisasikan prinsip ini melalui jadwal distribusi bantuan yang konsisten, transparansi informasi program, dan sistem layanan yang relatif stabil. Upaya tersebut tidak hanya meningkatkan kepuasan mustahik, tetapi juga merefleksikan internalisasi nilai Qur'ani dalam pengelolaan amanah umat. Dengan demikian, keandalan yang ditunjukkan El-Zawa bukan sekadar aspek teknis pelayanan, melainkan juga cerminan dari integritas spiritual sebagaimana yang diajarkan oleh Al-Qur'an.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), daya tanggap (*responsiveness*) merupakan dimensi yang mencerminkan kemauan dan kemampuan penyedia jasa dalam melayani konsumen serta memberikan pelayanan secara cepat dan tepat. Dimensi ini menjadi aspek penting dalam pembentukan persepsi positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Dalam praktiknya, daya tanggap tidak hanya berkaitan dengan pelayanan rutin, tetapi juga mencakup kecepatan dan kesigapan penyedia jasa dalam menangani kegagalan atau keterlambatan layanan agar dampaknya terhadap konsumen dapat diminimalisasi. Komponen utama dari Daya Tanggap ini mencakup kesigapan karyawan dalam merespons kebutuhan pelanggan, kecepatan dalam memberikan pelayanan, serta kemampuan dalam menangani dan menyelesaikan keluhan secara efektif. Menurut pendapat

Parasuraman *et al.*, (1988) indikator dari Daya Tanggap Indikator pada dimensi ini mencerminkan tingkat responsivitas petugas dalam memberikan layanan, yang meliputi: (1) kesigapan dalam merespon setiap permintaan pelayanan dari pelanggan, (2) kemampuan untuk melaksanakan layanan secara cepat dan tepat sasaran, serta (3) ketepatan waktu dalam proses pelayanan, yang menunjukkan efisiensi dan profesionalisme dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Daya tanggap seringkali dikaitkan dengan profesionalitas karyawan dalam bekerja seperti membantu konsumen dengan sigap serta bertanggungjawab dan mampu memperbaiki atau menangani keluhan pelanggan. profesional dalam bekerja telah disinggung dalam Al-Quran pada ayat berikut

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾

“Apabila engkau telah selesai (dengan suatu kebajikan), teruslah bekerja keras (untuk kebajikan yang lain)” (Q.S. Al-Insyirah 94:7).

Ayat ini mengandung makna penting mengenai ketangguhan, kesinambungan, dan semangat melayani. Dalam konteks pelayanan, khususnya di lembaga seperti El Zawa, daya tanggap mencerminkan kemampuan petugas dan sistem lembaga untuk merespons kebutuhan mustahik secara cepat, sigap, dan efisiensi waktu. Semangat dari ayat ini dapat dimaknai bahwa ketika satu kebutuhan mustahik telah terpenuhi, lembaga tidak lantas berhenti, melainkan segera bersiap memberikan respons atas kebutuhan lain yang muncul. Dengan kata lain, pelayanan yang tanggap dan konsisten menunjukkan dedikasi untuk terus berada dalam jalur kebaikan, sebagaimana ajaran dalam ayat tersebut.

c. Jaminan (*Assurance*)

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), Jaminan (*assurance*) merupakan dimensi kualitas layanan yang mencerminkan tingkat penguasaan informasi oleh perusahaan mengenai produk dan jasa yang ditawarkan, disertai dengan sikap sopan dan profesionalisme karyawan dalam memberikan pelayanan. Dimensi ini juga mencakup keterampilan karyawan dalam menyampaikan informasi dengan jelas, kemampuan melayani secara efektif, serta kapasitas untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap kualitas dan kredibilitas perusahaan. Keberadaan dimensi jaminan sangat krusial karena berkaitan langsung dengan persepsi pelanggan terhadap risiko dan ketidakpastian yang mungkin muncul selama proses pelayanan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki kompetensi interpersonal dan teknis yang tinggi untuk menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Menurut Parasuraman *et al.*, (1988) Dimensi jaminan (*assurance*) mencerminkan tingkat kepercayaan yang dapat ditanamkan oleh penyedia layanan kepada pelanggan. Indikator dalam dimensi ini meliputi: (1) kemampuan petugas dalam memberikan jaminan ketepatan waktu selama proses pelayanan, serta (2) pemberian jaminan atas legalitas atau keabsahan layanan yang diterima konsumen. Faktor faktor seperti keadilan dan tanggung jawab menjadi sebuah keharusan untuk menciptakan

kepercayaan antara konsumen dan perusahaan sesuai dengan ayat Al-Quran berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ
 إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat” (Q.S. An-Nisa 4:58).

Ayat ini memerintahkan agar amanah disampaikan kepada pemiliknya dan bahwa segala keputusan harus diambil dengan keadilan. Maka, dalam konteks pelayanan zakat, jaminan bermakna bahwa petugas harus memiliki kompetensi yang dapat meyakinkan mustahik bahwa hak mereka akan diberikan secara adil, tepat, dan penuh tanggung jawab. Dengan melandaskan perilaku kerja pada ayat ini, lembaga zakat tidak hanya menjalankan kewajiban teknis, tetapi juga mengamalkan nilai ilahiah, yaitu menjaga amanah dan berlaku adil dalam setiap interaksi layanan. Kepastian bahwa petugas bertindak atas dasar integritas dan keilmuan inilah yang membangun rasa aman dan kepercayaan mustahik esensi dari dimensi jaminan itu sendiri. Di El-Zawa, hal ini direalisasikan melalui seleksi petugas yang kompeten, standar etika pelayanan, serta proses verifikasi dan validasi data mustahik secara akuntabel. Meskipun belum menjadi perhatian utama bagi sebagian mustahik, nilai jaminan tetap menjadi fondasi yang membentuk kredibilitas dan keberlangsungan kepercayaan terhadap lembaga.

d. Empati (*Empathy*)

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), *Empathy*/ empati merupakan dimensi yang mencerminkan kemampuan perusahaan, khususnya melalui interaksi langsung dari para karyawan, dalam memberikan perhatian secara personal kepada setiap nasabah. Dimensi ini juga mencakup tingkat kepekaan terhadap kebutuhan dan harapan individu konsumen. Komponen penting dari empati meliputi kemudahan akses (*access*) terhadap layanan yang disediakan oleh perusahaan, di mana konsumen merasa diperhatikan tidak hanya dalam aspek pelayanan fungsional, tetapi juga dalam kenyamanan dan kedekatan secara emosional. Menurut Kotler & Keller, (2009) Dimensi empati dalam kualitas layanan mencerminkan sejauh mana penyedia jasa menunjukkan perhatian dan kepedulian yang tulus terhadap pelanggan. Indikator dari dimensi ini meliputi: (1) mengutamakan kepentingan pelanggan dalam setiap tindakan pelayanan, (2) memberikan pelayanan secara adil dan tanpa diskriminasi, serta (3) menunjukkan sikap menghargai dan menghormati setiap individu yang dilayani, tanpa memandang latar belakang atau perbedaan lainnya. Hendaknya dilakukan sebagai bentuk pengabdian dan ketaatan kepada-Nya. Hal ini sesuai dengan Ayat dalam Al-Quran yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ
يُعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

“Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat”. (Q.S. An-Nahl 16:90).

Ayat ini menjelaskan bahwa Empati dalam konteks layanan lembaga amil zakat berarti adanya kepedulian tulus dari petugas terhadap kondisi dan kebutuhan mustahik—bukan sekadar melayani secara administratif, tetapi dengan pendekatan yang hangat, sabar, dan personal. Ayat ini menekankan tiga perintah utama: berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberi bantuan kepada kerabat—yang semuanya merupakan esensi dari sikap empati. Berbuat kebajikan (*ihsan*) berarti tidak hanya memberi hak, tetapi melampaui kewajiban dengan ketulusan. Memberi kepada kerabat menunjukkan perhatian terhadap hubungan sosial dan emosional. El-Zawa merealisasikan empati melalui komunikasi yang santun, sikap ramah, dan upaya memahami kondisi mustahik. Hal ini menunjukkan bahwa empati tetap menjadi bagian dari pelayanan yang bernilai Qur’ani dan berkepribadian Islami.

e. Bukti fisik (*Tangible*)

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), bukti fisik (*Tangibles*) adalah representasi dari bentuk peduli dan perhatian dari penyedia jasa, yang tercermin melalui aspek visual dan fisik yang dapat diamati. Bukti fisik ini berfungsi sebagai bentuk eksistensi perusahaan di mata publik dan menjadi indikator kualitas layanan yang ditawarkan. Komponen dari dimensi ini mencakup tampilan fasilitas fisik, kelengkapan peralatan,

penampilan pegawai, serta sarana komunikasi yang digunakan. Dengan demikian, lingkungan fisik perusahaan dan semua elemen yang menyertainya menjadi bagian penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap profesionalisme dan kredibilitas penyedia jasa. Menurut Tjiptono & Chandra, (2011) Dimensi bukti fisik (tangibles) dalam kualitas pelayanan mencakup tiga indikator utama, yaitu: (1) kondisi fisik, yang merujuk pada keberadaan dan kelayakan bangunan serta fasilitas utama yang menunjang aktivitas layanan, (2) kelengkapan sarana pendukung, yang mencakup peralatan atau fasilitas tambahan yang disediakan guna mempermudah proses transaksi bagi pelanggan, dan (3) media komunikasi layanan, yang mencerminkan penampilan, sikap, dan pembawaan petugas saat memberikan pelayanan secara langsung kepada konsumen. Penjelasan sekaligus indikator diatas telah dijelaskan dalam Al-Quran sebagai berikut:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ
 مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ﴿٣٦﴾

“Wahai anak cucu Adam, sungguh Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan bulu (sebagai bahan pakaian untuk menghias diri). (Akan tetapi,) pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu merupakan sebagian tanda-tanda (kekuasaan) Allah agar mereka selalu ingat” (Q.S. Al-A’raf 7:26).

Dalam ayat ini, Allah menjelaskan bahwa penampilan fisik memang penting pakaian diturunkan untuk menutupi aurat dan memberi nilai estetika, yang menunjukkan perlunya menjaga tampilan luar dengan baik dan pantas. Namun, Allah juga mengingatkan bahwa penampilan luar tidak boleh mengalahkan substansi batin dan nilai

spiritual, yaitu takwa. Ini sejalan dengan prinsip bahwa meskipun bukti fisik pelayanan penting untuk menciptakan kenyamanan dan kepercayaan awal, nilai-nilai batiniah seperti ketulusan, kejujuran, dan niat ibadah dalam melayani adalah yang utama. Dalam hal ini El-Zawa merealisasikan bukti fisik dengan memelihara aspek lahiriah dengan rapi dan sopan serta sarana dan prasarana yang memadai, namun lebih menekankan integritas dan kebermanfaatan nyata sebagai wujud pelayanan yang berlandaskan takwa.

Dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan yang perusahaan atau organisasi berikan sangat berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh konsumennya. Pelayanan yang baik yang diterima oleh mustahik akan meningkatkan citra dari lembaga zakat tersebut, jadi ketika muzakki ingin mengeluarkan zakatnya, muzakki akan percaya dengan lembaga tersebut karena citra lembaga tersebut yang baik. Allah selalu memerintahkan hambanya selalu amanah dalam berbagai aktivitas, begitu pula dalam berdagang Rasulullah SAW juga mencontohkan cara berdagang dengan kualitas pelayanan yang baik. Dari Abu Sa'id Al-Khudri radhiyallahu 'anhu, Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda;

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ، وَالصِّدِّيقِينَ، وَالشُّهَدَاءِ

"Seorang pedagang jujur dan amanah akan dibangkitkan bersama para nabi, para shiddiqin, serta orang-orang yang mati syahid" [HR. At-Tirmidzi 1209, Shahih At-Targhib].

Hadis yang diriwayatkan oleh At-Tirmidzi ini menunjukkan tingginya derajat kejujuran (ṣidq) dan amanah (integritas) dalam kegiatan ekonomi dan pelayanan sosial, hingga pelakunya diposisikan sejajar dengan para nabi, orang-orang shiddiq, dan syuhada. Pesan ini sangat relevan sebagai fondasi moral bagi lembaga amil zakat, seperti El-Zawa, dalam menjalankan tugas penghimpunan dan penyaluran zakat secara profesional dan akuntabel. Pada realisasinya El-Zawa tidak hanya memenuhi standar teknis kelembagaan, tetapi juga menjalankan misi spiritual dengan menjadikan jujur dan amanah sebagai inti budaya kerja. Ini mencerminkan semangat hadis tersebut, bahwa profesi pengelola zakat bukan sekadar pekerjaan, melainkan jalan menuju kemuliaan akhirat jika dilaksanakan dengan integritas. Maka perilaku Nabi Muhammad SAW ini harus kita ikuti sesuai dengan ayat berikut:

إِلْقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

“Sungguh, pada (diri) Rasulullah benar-benar ada suri teladan yang baik bagimu, (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat serta yang banyak mengingat Allah”. (QS. Al-Ahzab:21)

Sejalan dengan ayat tersebut Rasulullah SAW merupakan uswah hasanah (teladan terbaik) dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam hal kepemimpinan, pelayanan umat, amanah, keadilan, serta kasih sayang terhadap sesama. Dalam konteks kelembagaan zakat seperti El-Zawa, nilai-nilai keteladanan ini menjadi pedoman utama dalam membentuk budaya kerja dan sistem layanan yang berkualitas dan bernilai spiritual. El-Zawa merealisasikan fungsi dakwah dan sosial yang menyeimbangkan dimensi duniawi dan ukhrawi. Hal ini menjadi landasan spiritual dalam membangun kepercayaan publik dan mengokohkan peran zakat sebagai instrumen keadilan dan kasih sayang dalam masyarakat.

kebaikan.

2.2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan, yang berasal dari kata Latin *satis* (cukup baik atau cukup) dan *facio* (melakukan), memiliki makna yang dalam dalam konteks pengalaman manusia. Secara sederhana, kepuasan dapat dipahami sebagai reaksi emosional positif yang muncul dari suatu pengalaman yang memenuhi atau bahkan melampaui harapan seseorang, terutama ketika berhubungan dengan produk, jasa, atau interaksi tertentu.

Penelitian dari Azhari *et al.*, (2015) menunjukkan Menurut Kotler dan Keller *satisfaction* atau Kepuasan konsumen digambarkan sebagai kondisi emosional yang muncul sebagai hasil dari perbandingan antara ekspektasi sebelum konsumsi dan persepsi terhadap kinerja aktual produk atau layanan setelah dikonsumsi. Maka perusahaan harus memberikan kinerja layanan dan produk yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Ketidakpuasan yang timbul dapat berdampak negatif terhadap loyalitas pelanggan, menurunnya penjualan, dan pada akhirnya berpotensi menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Dengan demikian, kepuasan konsumen menjadi faktor strategis yang harus diperhatikan secara berkelanjutan oleh setiap entitas bisnis.

2.2.2.1 Indikator kepuasan pelanggan

Tse dan Wilton (1988) sebagaimana dirujuk Tjiptono, (2014). Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai respons evaluatif yang muncul setelah pelanggan membandingkan ekspektasi awal sebelum pembelian dengan persepsi atas kinerja aktual produk setelah digunakan. Apabila terdapat kesesuaian atau bahkan kelebihan dari apa yang diharapkan, maka kepuasan cenderung meningkat. Menurut Hawkins dan

Lonney yang dikutip oleh Tjiptono, (2014), terdapat tiga indikator utama dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu: (1) Kesesuaian harapan, yakni sejauh mana kinerja produk sesuai dengan ekspektasi awal pelanggan; (2) Minat untuk kembali, yaitu keinginan pelanggan untuk melakukan *repurchase* atau kembali menggunakan produk di masa mendatang, dan (3) Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kecenderungan pelanggan untuk menyarankan produk kepada pihak lain, seperti teman atau keluarga.

2.2.2.2 Pengukuran kepuasan pelanggan

Menurut Kotler dalam Afnina & Hastuti, (2018) adapun metode pengukuran kepuasan Nasabah yang digunakan oleh diantaranya :

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang memberikan ruang seluas-luasnya bagi nasabah untuk menyampaikan aspirasi, pendapat, maupun keluhan menunjukkan karakteristik sebagai organisasi yang berorientasi pada konsumen (*customer-oriented*). Dalam konteks pengelolaan zakat, prinsip orientasi ini tercermin dalam upaya menjadikan tata kelola zakat sebagai instrumen untuk mewujudkan tujuan utama dari pelaksanaan zakat itu sendiri, yaitu keadilan sosial dan pemberdayaan mustahik. Di samping itu, pengelolaan zakat juga harus dijalankan melalui penerapan fungsi-fungsi manajerial yang terarah guna mencapai efektivitas dan efisiensi kinerja organisasi. Bahkan BAZ dan LAZ otomatis diminta untuk memperluas arah pengelolaannya agar masyarakat lebih sehat dengan menggunakan dana zakat dari waktu ke waktu, dampak positifnya dapat dirasakan seluruh masyarakat, terutama terhadap kinerja pengelola zakat muzaki dan mustahik untuk lebih meningkatkan kesejahteraan rakyat dan kualitas masyarakat secara keseluruhan. Dari sini harus mulai disadari bahwa keberhasilan pengelolaan

zakat dalam mencapai tujuan dan sasarannya akan berdampak besar bagi kehidupan masyarakat muslim.

2. Survei kepuasan nasabah

Perusahaan disarankan untuk secara berkala melaksanakan survei kepuasan pelanggan guna mengevaluasi kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Pelaksanaan survei dapat diimplementasikan melalui distribusi kuesioner oleh pihak internal perusahaan kepada para nasabah. Melalui mekanisme ini, perusahaan memperoleh umpan balik langsung dari konsumen, yang tidak hanya berfungsi sebagai alat identifikasi atas kekuatan dan kelemahan layanan, tetapi juga menjadi bentuk nyata dari komitmen perusahaan dalam mewujudkan orientasi pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Hal ini secara simultan turut memperkuat citra perusahaan sebagai lembaga yang akuntabel dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Informasi yang dihimpun dari survei tersebut selanjutnya menjadi dasar dalam upaya perbaikan layanan serta penguatan aspek-aspek yang telah mendapatkan apresiasi positif dari pelanggan.

3. *Ghost Shopping*

Metode ini diterapkan dengan melibatkan individu yang secara khusus ditugaskan oleh perusahaan untuk berperan sebagai pelanggan di perusahaan pesaing (*ghost shopper*). Tujuan utama dari pendekatan ini adalah memperoleh data empiris secara langsung terkait kualitas layanan yang disediakan oleh kompetitor, yang selanjutnya dapat dijadikan dasar dalam melakukan evaluasi dan pengembangan strategi peningkatan mutu layanan internal perusahaan. Dalam pelaksanaannya, *ghost shopper* akan berinteraksi secara langsung dengan staf pelayanan serta mengakses produk atau jasa dari perusahaan yang menjadi objek pengamatan. Berdasarkan pengalaman

tersebut, mereka menyusun laporan yang berisi temuan terkait kekuatan dan kelemahan layanan atau produk dari perusahaan pesaing. Dalam beberapa kasus, ghost shopper juga diminta untuk secara khusus mengamati serta mengevaluasi penanganan keluhan pelanggan oleh perusahaan dan pesaingnya secara menyeluruh.

4. *Lost Customer Analysis*

Metode ini diterapkan oleh perusahaan dengan cara menghubungi kembali nasabah yang sudah tidak melakukan transaksi atau kunjungan dalam jangka waktu tertentu, terutama mereka yang berpindah ke perusahaan pesaing. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengetahui alasan di balik perpindahan tersebut sehingga dapat menjadi bahan evaluasi terhadap kinerja layanan yang diberikan. Selain exit interview, pemantauan terhadap tingkat *customer churn* juga menjadi penting. Kenaikan *churn rate* dapat menjadi indikator bahwa perusahaan gagal mempertahankan kepuasan pelanggan. Tantangan dalam penerapan metode ini terletak pada proses identifikasi dan pendekatan kepada mantan pelanggan yang bersedia memberikan umpan balik secara jujur dan konstruktif. Berdasarkan berbagai definisi yang ada, kepuasan nasabah merupakan bentuk respon perilaku yang muncul dari proses evaluasi pasca-pembelian terhadap kinerja suatu produk atau jasa.

Kepercayaan konsumen terhadap penyedia jasa cenderung terbentuk ketika mereka merasakan tingkat kepuasan yang tinggi atas hasil layanan yang diterima. Kepuasan tersebut menjadi landasan emosional. Tidak hanya itu, kepuasan yang dirasakan juga berpotensi mendorong konsumen untuk merekomendasikan penyedia layanan kepada orang-orang terdekat, seperti keluarga, teman, maupun kerabat. Dengan demikian, kepuasan layanan memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas dan memperluas jangkauan konsumen melalui promosi dari mulut ke mulut (*word of*

mouth). Pelayanan yang berkualitas mencerminkan tingkat mutu sebuah usaha, karena melalui pelayanan yang baik, perusahaan dapat menunjukkan komitmen terhadap kepuasan pelanggan. Memberikan pelayanan yang baik sehingga mampu menciptakan pengalaman yang memuaskan dan membangun loyalitas jangka panjang. Dalam hadist nabi disebutkan tentang niat untuk melakukan pelayanan yang baik dan lillahi ta'ala untuk mencapai kepuasan mustahik.

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ، وَإِنَّمَا لِكُلِّ أَمْرٍ مَّا نَوَى، فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهَجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ، وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَتَّكِحُهَا فَهَجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

“Sesungguhnya amal itu tergantung pada niatnya, sedangkan setiap orang akan mendapatkan sesuai dengan yang diniatkannya. Maka, barangsiapa yang hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya maka hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya, dan barangsiapa yang hijrahnya kepada dunia yang ingin diraih atau wanita yang ingin dinikahi maka hijrahnya kepada apa yang dia berhijrah kepadanya.” (HR. Al-Bukhari dan Muslim).

Secara garis besar, hadits ini membahas bahwa amal kebaikan tergantung pada niat pelakunya, jika tujuannya ikhlas karena Allah dan Rasul-Nya, maka amalnya akan tertuju kepada Allah. Namun, jika amalnya hanya untuk menggapai urusan dunia, maka dia hanya mendapat yang dia cari. Dalam konteks pelayanan zakat, kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan mustahik tidak hanya bergantung pada prosedur dan sistem, tetapi juga pada keikhlasan niat petugas dalam melayani. Di El-Zawa, pelayanan yang dilakukan dengan niat ibadah dan pengabdian tercermin kualitas layanan yang baik. Hal ini menjadikan layanan terasa lebih bermakna dan meningkatkan kepercayaan serta kepuasan mustahik secara nyata.

2.2.3 Mustahik

Mustahik merupakan individu atau kelompok yang secara syariat berhak menerima distribusi zakat. Ketentuan mengenai siapa saja yang termasuk dalam kategori mustahik telah secara eksplisit dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah At-Taubah ayat 60, yang menyebutkan delapan golongan penerima zakat. Ketetapan ini menjadi dasar normatif dalam sistem pendistribusian zakat yang adil dan tepat sasaran sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan sosial dalam Islam. Sulaiman, (2013) Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Fakir

Fakir merupakan individu yang berada dalam kondisi ekonomi sangat lemah, di mana penghasilannya tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan dasar hidupnya sehari-hari, bahkan pada taraf paling minimal sekalipun. Kelompok ini tergolong sebagai mustahiq zakat karena tingkat urgensi dan keterbatasan mereka dalam mencukupi kebutuhan diri dan keluarganya. Umumnya, fakir tidak memiliki pekerjaan tetap dan hanya mengandalkan pekerjaan harian yang bersifat tidak pasti. Apabila mereka tidak bekerja dalam satu hari saja, maka akan mengalami kesulitan yang cukup berat. Dalam kondisi ideal, apabila mereka memerlukan sejumlah sepuluh ribu untuk hidup layak per hari, penghasilan yang diperoleh justru berada jauh di bawah angka tersebut, bahkan tidak mencapai setengahnya. Keadaan ini membuat begitu berhajat pada bantuan orang lain.

2. Miskin

Orang Miskin merupakan individu yang secara ekonomi memiliki pendapatan terbatas dan hanya mampu mencukupi kebutuhan dasar hidup sehari-hari dalam tingkat paling minimal. Kelompok ini umumnya memiliki pekerjaan, namun penghasilan yang diperoleh tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara layak dan berkelanjutan. Mereka harus bekerja setiap hari untuk bertahan hidup, dan jika tidak bekerja sehari saja, maka risiko kekurangan pangan atau kebutuhan pokok lainnya sangat tinggi. Kondisi kemiskinan ini bukan disebabkan oleh perilaku konsumtif atau pemborosan, melainkan murni karena keterbatasan sumber daya ekonomi yang dimiliki meskipun telah berusaha maksimal. Oleh karena itu, kelompok ini berhak menerima zakat, selama tidak disebabkan oleh kelalaian atau tindakan yang menyimpang dari prinsip hidup yang wajar.

3. Amil Zakat

Amil Zakat, merupakan individu atau lembaga yang diberi mandat untuk mengelola penghimpunan dan pendistribusian zakat. Para amil umumnya ditunjuk secara resmi oleh pihak yang berwenang, seperti pemerintah atau lembaga yang ditunjuk olehnya, untuk menjalankan fungsi-fungsi strategis dalam tata kelola zakat. Sebagai bentuk kompensasi atas tanggung jawab dan tugas mereka, para amil berhak menerima bagian dari dana zakat, sebagaimana diatur dalam delapan golongan penerima (asnaf) zakat. Besarnya kompensasi tersebut harus disesuaikan dengan standar kewajaran yang berlaku di suatu wilayah, dan tidak boleh melebihi kelaziman meskipun amil tersebut berasal dari

golongan yang berkecukupan. Hal ini penting untuk menjaga integritas dan keadilan dalam distribusi zakat agar tidak menimbulkan kesan adanya ketimpangan atau penyalahgunaan wewenang dalam pengelolaan dana umat. Oleh karena itu, amil zakat wajib bekerja secara profesional, amanah, dan dalam koridor perintah yang ditetapkan oleh otoritas yang berwenang.

4. Muallaf

Muallaf adalah individu yang baru memeluk agama Islam dan sering kali masih berada dalam tahap awal penguatan keyakinan (iman). Dalam kondisi tersebut, mereka berpotensi mengalami tekanan psikologis maupun sosial, termasuk penolakan dari lingkungan keluarga atau masyarakat sekitarnya, khususnya apabila perpindahan agama dianggap sebagai bentuk penghinaan terhadap ajaran leluhur. Oleh karena itu, Islam menetapkan muallaf sebagai salah satu golongan penerima zakat (asnaf) dengan tujuan mengokohkan hati dan keimanannya. Rasulullah SAW sendiri pernah memberikan harta kepada muallaf sebagai bagian dari strategi dakwah yang bijaksana dan penuh kasih, guna menumbuhkan kecintaan serta keteguhan dalam beragama.

5. Riqab

Riqab yaitu untuk memerdekakan hambasahayanya. Riqab adalah para budak yang ingin membebaskan dirinya, tetapi mereka tidak memiliki uang tebusan. Islam memberikan zakat kepada mereka agar dapat membebaskan dirinya dari budak. Tuan mereka memberikan kepada kemerdekaannya jika mereka mempunyai sejumlah uang tertentu untuk

menebus dirinya. Oleh karena itu, islam berkewajiban memberikan zakat kepada orang-orang seperti itu untuk membebaskan diri dari budak tuannya. Hal ini membuktikan dengan jelas bahwa islam secara langsung ingin menghapuskan perbudakan dari dunia.

6. Gharimin

Gharimin adalah individu yang memiliki tanggungan utang, khususnya utang yang timbul bukan karena kepentingan pribadi, melainkan demi kemaslahatan orang banyak, dan bukan pula untuk perbuatan maksiat. Dalam konteks hukum zakat, gharimin termasuk salah satu golongan yang berhak menerima zakat sebagaimana disebutkan dalam nash syar'i. Hak tersebut berlaku apabila setelah dilakukan verifikasi, yang bersangkutan benar-benar tidak mampu melunasi utangnya. Jenis utang yang dimaksud misalnya berasal dari kegiatan sosial atau keagamaan, seperti membayar honor pengajar dalam pengajian, memperbaiki fasilitas umum seperti masjid, dan kegiatan serupa lainnya yang ditujukan untuk kepentingan masyarakat. Apabila orang tersebut tidak memiliki kemampuan finansial untuk menanggung utang yang dimaksud, maka ia berhak mendapatkan bagian dari dana zakat.

7. Fi sabilillah

Fi sabilillah merupakan golongan penerima zakat yang secara syar'i merujuk pada pihak-pihak yang berjuang di jalan Allah Subhanahu wa Ta'ala untuk menegakkan agama dan membela umat, tanpa memperoleh imbalan dari institusi atau lembaga formal. Mereka

menjalankan peran tersebut secara sukarela demi kemuliaan Islam dan kemaslahatan umat. Jumhur ulama berpendapat bahwa para pejuang yang tidak menerima gaji tetap berhak mendapatkan zakat, meskipun secara harta mereka tergolong mampu, karena aktivitas mereka termasuk bentuk perjuangan yang mulia. Namun demikian, menurut pandangan Imam Abu Hanifah, hanya mereka yang berstatus fakir yang layak menerima bagian zakat dari kelompok ini. Hal ini menunjukkan adanya keragaman pandangan fiqh mengenai kriteria penerima zakat dalam kategori *fi sabilillah*, yang masing-masing berlandaskan pada dalil dan ijtihad yang kuat.

8. Ibnu Sabil

Ibnu sabil adalah individu yang sedang dalam perjalanan yang diperbolehkan secara syar'i dan mengalami kehabisan bekal di tengah perjalanannya. Kelompok ini termasuk golongan penerima zakat (asnaf), selama tujuannya adalah untuk kebaikan dan bukan untuk maksiat. Contoh dari perjalanan ini antara lain adalah aktivitas berhaji, berdakwah, menuntut ilmu, menjenguk orang sakit, maupun berjihad di jalan Allah. Meskipun di tempat asalnya orang tersebut tergolong mampu secara finansial, apabila ia tidak memiliki cukup bekal dalam perjalanannya dan tidak dapat melanjutkan tanpa bantuan, maka ia tetap berhak menerima zakat. Menurut Imam Syafi'i, ibnu sabil berhak mendapatkan zakat dalam kondisi seperti itu karena kebutuhan daruratnya yang bersifat temporer. Para mufassir juga menegaskan

bahwa keadaan darurat ini menjadi alasan sah untuk memberikan bagian zakat kepadanya

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Mustahik

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), *Reliability* (keandalan) merupakan dimensi yang mencerminkan kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan layanan secara konsisten sesuai dengan janji yang telah disampaikan, secara akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya. Dimensi ini memiliki peranan penting karena ketidaksesuaian antara layanan yang dijanjikan dengan yang diterima oleh konsumen dapat menurunkan tingkat kepuasan mereka secara signifikan. Hubungan antara variabel keandalan dan kepuasan mustahik bersifat langsung dan signifikan, karena keandalan mencerminkan sejauh mana lembaga amil zakat, seperti El-Zawa, mampu memenuhi janji layanan secara tepat dan konsisten. Ketika layanan zakat disalurkan sesuai jadwal, informasi yang diberikan akurat, dan bantuan diterima tanpa hambatan, mustahik akan merasa dihargai dan dilayani dengan sungguh-sungguh. Hal ini membentuk persepsi positif dan rasa puas terhadap layanan yang diberikan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat keandalan yang dirasakan mustahik, semakin besar pula peluang tercapainya kepuasan mereka terhadap kinerja lembaga. Keandalan menjadi elemen dasar dalam membangun kepercayaan yang berkelanjutan antara lembaga dan penerima manfaat.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hilman, (2021) Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa kepedulian dan keandalan secara parsial berpengaruh pada kepuasan mustahik sedangkan daya tanggap dan jaminan secara parsial tidak

berpengaruh pada kepuasan mustahik. Hal ini diperkuat dalam Penelitian yang dilakukan oleh Mehilda *et al.*, (2021) Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dalam distribusi zakat produktif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan mustahik di BAZNAS Kabupaten Bengkalis.

H₁: Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

2.3.2 Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Mustahik

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan dimensi yang mencerminkan kemauan dan kemampuan organisasi dalam membantu konsumen serta memberikan pelayanan secara cepat dan tepat. Hubungan antara variabel daya tanggap dan kepuasan mustahik bersifat positif dan erat, karena daya tanggap mencerminkan sejauh mana lembaga amil zakat mampu merespons kebutuhan, pertanyaan, dan keluhan mustahik dengan cepat dan tepat. Ketika petugas menunjukkan kesigapan dalam memberikan informasi, membantu proses administrasi, serta terbuka terhadap masukan dari mustahik, hal ini menciptakan kesan pelayanan yang peduli dan tanggap terhadap situasi penerima manfaat. Responsivitas yang tinggi membuat mustahik merasa dihargai dan diperhatikan, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Dengan demikian, semakin baik daya tanggap yang dirasakan oleh mustahik, maka semakin besar pula kemungkinan tercapainya kepuasan terhadap layanan zakat yang diberikan lembaga.

Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Nuzulia, (2020) Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel keandalan, responsivitas, dan bukti fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan mustahik. Hal serupa juga dipaparkan oleh Alviah *et al.*, (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan lembaga amil

zakat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mustahik di Kecamatan Karangpawitan.

H₂: Daya Tanggap berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

2.3.3 Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Mustahik

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), Jaminan (*assurance*) merupakan dimensi kualitas layanan yang mencerminkan tingkat penguasaan informasi pegawai tentang produk yang ditawarkan, disertai dengan sikap sopan dan profesionalisme karyawan dalam memberikan pelayanan. Hubungan antara variabel jaminan (*assurance*) dan kepuasan mustahik terletak pada sejauh mana lembaga amil zakat mampu membangun rasa aman, kepercayaan, dan keyakinan kepada mustahik melalui profesionalitas, keahlian, dan sikap petugas. Jaminan mencerminkan kemampuan lembaga dalam menyampaikan pelayanan yang kredibel baik dari sisi pengetahuan petugas, kesopanan dalam interaksi, maupun kepastian bahwa hak mustahik akan terpenuhi secara adil. Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi mustahik terhadap jaminan yang diberikan, semakin besar pula potensi peningkatan kepuasan mereka terhadap pelayanan zakat yang dijalankan lembaga.

Penelitian yang dilakukan oleh Musfirah & Anggraeni, (2017) mengungkapkan bahwa dimensi bukti fisik (*tangibles*) dan jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan mustahik. Temuan tersebut selaras dengan hasil penelitian Rini & Hasan, (2022) yang juga menunjukkan bahwa kualitas layanan secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H₃: Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

2.3.4 Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Mustahik

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), *Empathy*/ Empati yaitu dimensi yang mencerminkan kemampuan organisasi, khususnya melalui interaksi langsung dari para karyawan, dalam memberikan perhatian secara personal kepada setiap nasabah. Hubungan antara variabel empati dan kepuasan mustahik terletak pada sejauh mana mustahik merasa dihargai secara emosional oleh petugas zakat melalui perhatian, sikap peduli, dan komunikasi yang manusiawi. Empati mencerminkan kepedulian petugas dalam memahami kebutuhan, kondisi, dan perasaan mustahik, yang dapat memperkuat hubungan sosial dan menumbuhkan kenyamanan psikologis.

Dengan demikian, semakin tinggi tingkat empati yang ditunjukkan oleh petugas, maka semakin besar potensi meningkatnya kepuasan mustahik, karena mereka merasa dilayani secara utuh, baik secara materiil maupun emosional.

Penelitian yang dilakukan oleh Hilman, (2021) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepedulian dan kehandalan secara parsial berpengaruh pada kepuasan mustahik. Penelitian itu selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Herianingrum *et al.*, (2018) *The results of this study demonstrate that Islamic Service Quality has a significant and positive impact on donor satisfaction.*

H₄: Empati berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

2.3.5 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Mustahik

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), *Tangibles* (bukti fisik) adalah wujud nyata dari empati dan komitmen penyedia jasa terhadap kebutuhan dan kenyamanan konsumen yang tercermin melalui aspek visual dan fisik yang dapat diamati. Bukti fisik ini berfungsi sebagai bentuk eksistensi perusahaan di mata publik dan menjadi indikator

kualitas layanan yang ditawarkan. Hubungan antara variabel bukti fisik (tangibles) dan kepuasan mustahik terletak pada kesan awal dan persepsi visual terhadap kualitas layanan. Bukti fisik mencakup penampilan petugas, kebersihan dan kenyamanan fasilitas, serta kelengkapan sarana pendukung layanan. Ketika elemen-elemen ini ditata dengan baik, mustahik cenderung merasa dihormati dan memperoleh pelayanan yang profesional. Hal ini dapat meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan saat berinteraksi dengan lembaga. Oleh karena itu, Bukti fisik dapat memperkuat citra positif dan kredibilitas lembaga zakat. Semakin baik penataan bukti fisik yang dirasakan oleh mustahik, semakin besar pula potensi terbangunnya kepuasan secara menyeluruh.

Penelitian yang dilakukan oleh Nuzulia, (2020) menunjukkan bahwa secara parsial, variabel keandalan, responsivitas, dan bukti fisik memiliki pengaruh terhadap kepuasan mustahik. Sementara itu, hasil penelitian dari Musfirah & Anggraeni, (2017) memperkuat temuan tersebut dengan mengindikasikan bahwa dimensi bukti fisik dan jaminan juga memberikan pengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan mustahik.

H₅: Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

2.3.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mustahik

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Alviah *et al.*, (2024) Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga amil zakat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan mustahik di Kecamatan Karangpawitan. Hal serupa juga disampaikan dalam Penelitian yang dilakukan oleh Nuzulia, (2020) memperkuat penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa temuan penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel kehandalan, Daya Tanggap,

jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan mustahik. Hubungan antara variabel kualitas layanan dan kepuasan mustahik bersifat langsung dan kuat, karena kualitas layanan mencerminkan keseluruhan pengalaman mustahik dalam menerima bantuan zakat. Ketika aspek-aspek layanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dikelola dengan baik, mustahik akan merasa dihargai, dipenuhi kebutuhannya, dan dilayani dengan profesionalisme serta kepedulian.

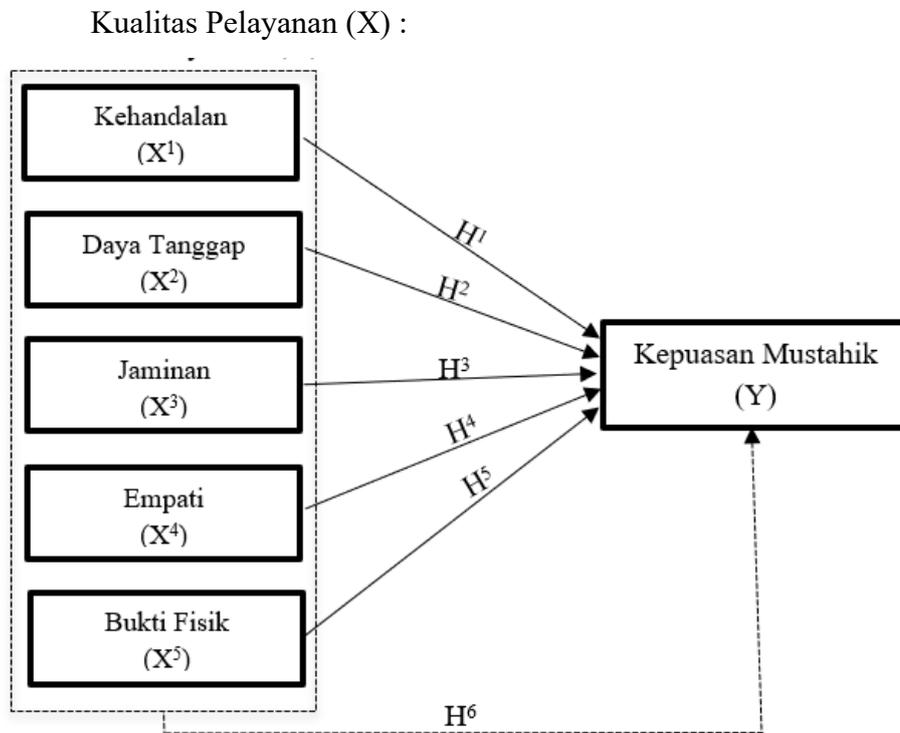
Layanan yang berkualitas tidak hanya menekankan efisiensi administratif, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai etis, komunikasi yang ramah, dan sistem distribusi yang transparan. Di lembaga seperti El-Zawa, penerapan kualitas layanan yang konsisten akan memperkuat kepercayaan dan meningkatkan kepuasan mustahik terhadap lembaga. Dengan kata lain, semakin tinggi persepsi mustahik terhadap kualitas layanan, maka semakin besar pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan terhadap pengelolaan zakat.

H₆: Kualitas pelayanan yang meliputi, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan mustahik El-Zawa.

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual atau disebut juga kerangka konsep adalah kerangka berpikir yang memiliki fungsi untuk menjelaskan alur pemikiran yang terhubung antara konsep yang satu dengan konsep yang lainnya dengan tujuan untuk memberikan suatu ilustrasi atau gambaran berupa asumsi yang terkait dengan variabel-variabel yang akan diteliti nantinya Anita, (2023). Berdasarkan pada tinjauan pustaka tersebut, maka dapat diperoleh suatu kerangka konseptual pada gambar berikut :

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



Keterangan :

- > : Pengaruh Parsial
 - - - - -> : Pengaruh Simultan

Sumber: data diolah (2025)

X₁: Kehandalan

X₂: Ketanggapan

X₃: Jaminan

X₄: Empati

X₅: Bukti Fisik

Y: Kepuasan Mustahik

Berdasarkan kerangka konseptual pada gambar di atas, garis lurus menunjukkan hubungan antara Kehandalan terhadap kepuasan mustahik, ketanggapan terhadap kepuasan mustahik, jaminan terhadap kepuasan mustahik, empati terhadap kepuasan mustahik dan bukti fisik terhadap kepuasan mustahik sementara garis putus-putus

menunjukkan hubungan secara simultan variabel independen yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu kepuasan mustahik.

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan mengenai populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dan sampel penelitian Yam & Taufik, (2021). berikut adalah hipotesis yang dapat dirumuskan:

1. Kehandalan Berpengaruh terhadap Kepuasan mustahik El-Zawa

Dalam mempengaruhi kepuasan mustahik di LAZ El-Zawa, kehandalan menjadi salah faktor yang mampu mempengaruhi kepuasan tersebut dan penelitian ini telah dibuktikan oleh Musfirah & Anggraeni, (2017) mengungkapkan bahwa dimensi bukti fisik (tangibles) dan jaminan (assurance) memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan mustahik. Sedangkan Kehandalan, daya tanggap dan empati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan msutahik. Sedangkan dalam Penelitian yang dilakukan oleh Mehilda *et al.*, (2021) Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dalam distribusi zakat produktif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan mustahik di BAZNAS Kabupaten Bengkalis.

H₀: Kehandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

H₁: Kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

2. Daya Tanggap Berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

Dalam mempengaruhi kepuasan mustahik di LAZ El-Zawa, Daya Tanggap menjadi salah faktor yang mampu mempengaruhi kepuasan tersebut dan penelitian ini

telah dibuktikan oleh Nuzulia, (2020) Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel keandalan, responsivitas, dan bukti fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan mustahik sedangkan daya tanggap dan empati tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan mustahik. Namun penelitian yang dipaparkan oleh Alviah *et al.*, (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan lembaga amil zakat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mustahik di Kecamatan Karangpawitan.

H₀: Daya Tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

H₂: Daya Tanggap berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

3. Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

Dalam mempengaruhi kepuasan mustahik di LAZ El-Zawa, Daya Tanggap menjadi salah faktor yang mampu mempengaruhi kepuasan tersebut dan penelitian ini telah dibuktikan oleh Hilman, (2021) Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa daya tanggap dan jaminan secara parsial tidak berpengaruh pada kepuasan mustahik. Temuan tersebut selaras dengan hasil penelitian Rini & Hasan, (2022) yang juga menunjukkan bahwa kualitas layanan secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H₀: Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

H₃: Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

4. Empati berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

Dalam mempengaruhi kepuasan mustahik di LAZ El-Zawa, empati menjadi salah faktor yang mampu mempengaruhi kepuasan tersebut dan penelitian ini telah dibuktikan oleh Hilman, (2021) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

kepedulian dan kehandalan secara parsial berpengaruh pada kepuasan mustahik. Sedangkan empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mustahik. Penelitian itu berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Herianingrum *et al.*, (2018) *The results of this study demonstrate that Islamic Service Quality has a significant and positive impact on donor satisfaction.*

H₀: Empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

H₄: Empati berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

5. Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

Dalam mempengaruhi kepuasan mustahik di LAZ El-Zawa, Bukti fisik menjadi salah faktor yang mampu mempengaruhi kepuasan tersebut dan penelitian ini telah dibuktikan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Nuzulia, (2020) menunjukkan bahwa secara parsial, variabel keandalan, responsivitas, dan bukti fisik memiliki pengaruh terhadap kepuasan mustahik. Sementara itu, hasil penelitian dari Hasil penelitian terdahulu oleh Silvana & Soegiri, (2021) , menemukan bahwa variabel Bukti Fisik (Tangibles) tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan mustahik

H₀: Bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

H₅: Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

6. Kualitas pelayanan yang meliputi, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan mustahik El-Zawa

Dalam mempengaruhi kepuasan mustahik di LAZ El-Zawa, Bukti fisik menjadi salah faktor yang mampu mempengaruhi kepuasan tersebut dan penelitian ini telah

dibuktikan oleh Alviah *et al.*, (2024) Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga amil zakat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan mustahik di Kecamatan Karangpawitan. Hal serupa juga disampaikan dalam Penelitian yang dilakukan oleh Nuzulia, (2020) memperkuat penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa temuan penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel kehandalan, Daya Tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan mustahik

H₀: Kualitas pelayanan yang meliputi, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan mustahik El-Zawa.

H₆: Kualitas pelayanan yang meliputi, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan mustahik El-Zawa.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ilmiah merupakan suatu proses yang dilakukan secara sistematis dan terencana untuk memahami serta menjelaskan fenomena alam maupun sosial melalui pendekatan metodologis yang sesuai dengan disiplin ilmu tertentu. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk mengungkap prinsip-prinsip dasar atau konsep-konsep baru yang tersembunyi di balik fenomena yang diamati, sehingga dapat memperluas cakrawala pengetahuan secara teoritis maupun praktis Sanusi, (2014).

Menurut Sugiyono, (2017) Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang berpijak pada paradigma positivistik, di mana data yang dikumpulkan bersifat konkret dan dapat diukur secara objektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang ada, yaitu Kualitas Layanan yang terdiri dari 5 variabel yaitu kehandalan, Daya Tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik sebagai variabel independen lalu variabel kepuasan mustahik sebagai variabel dependen. Pendekatan yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Menurut Prajitno, (2013) penelitian kuantitatif deskriptif adalah mendeskripsikan secara sistematis fakta dan sifat-sifat dari populasi atau area of interest tertentu, secara faktual dan akurat. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan karakteristik populasi penelitian dengan mustahik El-Zawa terkait dengan kepuasan mereka dalam menerima zakat yang disalurkan melalui Lembaga Amil Zakat El-Zawa.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah Lembaga Amil Zakat El-Zawa yang berlokasi di Jl. Gajayana No 50 Kota Malang Jawa Timur. Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh Miftahul & Ekawaty, (2017) Lembaga Amil Zakat (LAZ) El-Zawa menyalurkan dana zakat melalui empat skema utama, yaitu: konsumtif tradisional, konsumtif kreatif, produktif tradisional, dan produktif kreatif. Penyaluran dengan pendekatan produktif kreatif diwujudkan melalui program-program pemberdayaan ekonomi, seperti *qardhul hasan* dan *mudharabah* untuk mendorong kemandirian ekonomi mustahik melalui akses modal tanpa bunga dan sistem bagi hasil yang sesuai prinsip syariah.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan elemen, baik berupa individu, objek, peristiwa, maupun gejala tertentu yang memiliki karakteristik atau atribut khusus yang telah ditentukan oleh peneliti sebagai fokus kajian. Populasi dijadikan dasar dalam pelaksanaan penelitian untuk memperoleh informasi, menganalisis hubungan antarvariabel, serta menarik kesimpulan yang bersifat general terhadap fenomena yang sedang dikaji Sujarweni, (2014). Populasi dalam penelitian ini adalah Mustahik El-Zawa. Miftahul & Ekawaty, (2017) memaparkan bahwasannya orang-orang yang berhak menerima zakat disebut sebagai *mustahik*. Dalam ketentuan syariat Islam, terdapat delapan kelompok yang termasuk dalam golongan *asnaf* penerima zakat, yaitu: fakir, miskin, amil zakat, muallaf (orang yang baru memeluk Islam), hamba sahaya (riqab), gharimin (orang yang berutang), fi sabilillah (pejuang di jalan Allah), dan ibnu

sabil (musafir yang kehabisan bekal dalam perjalanan). Pembagian ini berdasarkan pada Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 60 dan menjadi dasar normatif dalam distribusi zakat secara adil dan tepat sasaran.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, (2017) Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik dan jumlah tertentu. Sampel digunakan dalam penelitian ketika populasi terlalu besar sehingga peneliti tidak bisa mempelajari semua yang ada di dalamnya. Hal ini bisa disebabkan oleh keterbatasan waktu, tenaga, dan dana. Ketika populasi terlalu besar untuk dipelajari seluruhnya oleh peneliti, maka digunakan sampel. Dalam penelitian ini sampel terdiri dari Mustahik Elzawa di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Dalam penelitian ini, populasinya sangat besar dan tidak terbatas. Selain itu, karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, peneliti menetapkan ukuran sampel dengan mengacu pada pendapat Ferdinand, (2018) yang menyatakan bahwa jumlah sampel ideal ditentukan berdasarkan jumlah indikator dari seluruh variabel laten yang digunakan dalam penelitian. Ukuran sampel dihitung dengan mengalikan jumlah indikator tersebut sebanyak 5 hingga 10 kali, tergantung pada tingkat keandalan dan kompleksitas model yang dianalisis. Sehingga indikator berjumlah 17 dikali 5 ($17 \times 5 = 85$). Jadi jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini minimal 85 responden yang merupakan para mustahik dari lembaga amil zakat El-Zawa.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu suatu metode di mana tidak setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel Sugiyono, (2017).

Hal ini dikarenakan ukuran populasi yang besar dan tidak diketahui jumlah pastinya, sehingga peneliti tidak memungkinkan untuk mengkaji seluruh populasi. Terbatasnya sumber daya seperti dana, tenaga, dan waktu menjadi faktor yang mendorong penggunaan sampel yang dipilih secara selektif dari populasi tersebut. Dalam teknik ini, digunakan metode pengambilan sampel secara *purposive sampling*, pengambilan sampel ini dilakukan dengan memperhatikan karakteristik spesifik yang dimiliki oleh populasi atau objek penelitian, sehingga sampel yang dipilih relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Domisili di Kota Malang
2. Mustahik El-Zawa
3. Pernah menerima zakat yang disalurkan oleh El-Zawa

3.5 Data dan Jenis Data

1. Data Primer

Menurut Nurwanda & Badriah, (2020) Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumber pertama melalui teknik pengumpulan data yang telah ditetapkan, dengan tujuan untuk memperoleh jawaban atas permasalahan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh melalui distribusi kuesioner kepada responden yang telah ditentukan, sehingga data yang dihimpun bersifat orisinal, spesifik, dan relevan terhadap variabel-variabel yang sedang diteliti.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2017) Data sekunder merupakan informasi yang dikumpulkan tidak secara langsung dari responden, melainkan diperoleh melalui pihak

ketiga atau sumber dokumentasi yang telah tersedia sebelumnya. Data ini berperan sebagai pelengkap dan pendukung data primer, serta berkontribusi dalam memperkuat validitas dan reliabilitas temuan penelitian. Dalam konteks studi ini, data sekunder diperoleh dari beragam sumber tertulis, termasuk literatur akademik, buku, artikel ilmiah, serta sumber digital yang relevan dengan isu atau variabel yang sedang diteliti.

3.6 Teknik Pengambilan Data

Menurut Sugiyono, (2017) Pengumpulan data merupakan metode untuk memperoleh suatu informasi yang diperlukan. Untuk memperoleh data yang valid serta relevan dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data kuantitatif melalui penyebaran kuesioner. Instrumen kuesioner ini disusun secara terstruktur dan disebarakan kepada responden yang telah ditentukan, dengan tujuan untuk menghimpun informasi yang dapat diolah secara statistik serta mendukung proses pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono, (2017) definisi operasional adalah variabel umusan konkret mengenai atribut, karakteristik, atau nilai-nilai dari suatu objek atau aktivitas yang ditetapkan oleh peneliti sebagai fokus kajian. Definisi ini disusun dengan tujuan agar variabel dapat diukur secara objektif dan konsisten sesuai dengan kebutuhan penelitian. Perumusan definisi operasional yang jelas dan terukur sangat penting untuk mencegah kesalahan dalam proses pengumpulan data serta untuk memastikan bahwa hasil analisis mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Pada penelitian ini terdapat dua variabel yakni

variabel independen dan variable dependen. dari kedua variabel diatas dijabarkan sebagai berikut:

1. Variabel independen

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keandalan (X1), Daya Tanggap (X2), Jaminan (X3), Empati (X4) dan Bukti Fisik (X5).

A. Keandalan (X1)

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), *Reliability* (keandalan) dimensi yang mencerminkan kemampuan suatu organisasi dalam memberikan layanan secara konsisten seperti janji yang telah disampaikan, secara akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya. Dimensi ini memiliki peranan penting karena ketidaksesuaian antara layanan yang dijanjikan dengan yang diterima oleh konsumen dapat menurunkan tingkat kepuasan mereka secara signifikan. Oleh karena itu, unsur-unsur utama dalam keandalan mencakup ketepatan dalam penyampaian layanan serta kejelasan dan ketepatan dalam pembebanan biaya kepada pelanggan. Menurut Parasuraman *et al.*, (1988) Indikator dari dimensi keandalan mencakup beberapa aspek utama, yaitu: (1) tingkat kecermatan petugas dalam memberikan layanan kepada pelanggan, (2) keberadaan standar pelayanan yang terdefinisi dengan jelas sebagai pedoman kerja, serta (3) kompetensi dan keterampilan petugas dalam mengoperasikan alat bantu pendukung selama proses pelayanan berlangsung.

B. Daya Tanggap (X2).

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.

Sedangkan Parasuraman *et al.*, (1988) dalam Gea & Mendrofa, (2022), daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada para pelanggan dengan informasi yang jelas. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

C. Jaminan (X3)

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), *Assurance*/jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku pelanggan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri nasabah dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi keterampilan, pengetahuan karyawan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan keamanan karyawan dalam melayani nasabah. Sedangkan Kotler, (2001) dalam Januar & Waluyowati, (2022). jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopanan-santunan karyawan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberi pelayanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan.

D. Empati (X4)

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), *Empathy*/ empati merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada nasabah secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan nasabah. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan,

komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari nasabah dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

E. Bukti Fisik (X5)

Menurut Parasuraman *et al.*, (1988), bukti fisik (*tangibles*) merepresentasikan wujud nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumennya. Sementara itu, berdasarkan pandangan Lupiyoadi dan Hamdani (2006) dalam Hanifa *et al.* (2019), *tangibles* merujuk pada kemampuan perusahaan dalam menampilkan eksistensinya kepada pihak eksternal melalui aspek-aspek fisik. Secara umum, bukti fisik mencakup tampilan fasilitas fisik, kelengkapan peralatan, penampilan personel, serta materi komunikasi yang digunakan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bukti fisik berfungsi sebagai representasi nyata dari citra dan komitmen perusahaan dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumennya.

2. Variabel dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh perubahan variabel independen, serta berperan sebagai akibat dari hubungan kausal yang diteliti Kuantitatif, (2016). Dalam konteks penelitian ini, variabel dependen yang dianalisis adalah Kepuasan Mustahik (Y), yang merepresentasikan tingkat kepuasan penerima manfaat terhadap layanan yang diberikan oleh lembaga zakat.

A. Kepuasan Mustahik (Y)

Diadaptasi dari Hilman, (2021) kepuasan mustahik merujuk pada sejumlah indikator yang mencerminkan tingkat kepuasan penerima manfaat (mustahik)

terhadap layanan yang diberikan oleh BAZNAS Provinsi Sumatera Barat, sesuai dengan jenis dan kualitas pelayanan yang ditawarkan. Berdasarkan temuan dalam penelitian terdahulu, salah satunya oleh Nuzulia (2020), disimpulkan bahwa upaya peningkatan kepuasan mustahik dapat diwujudkan melalui pemberian layanan yang berkualitas dan responsif terhadap kebutuhan mustahik secara menyeluruh.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Item
1.	Kehandalan (X1) menurut Tjiptono & Chandra, (2011)	1. tingkat kecermatan petugas dalam memberikan layanan kepada pelanggan	Petugas selalu memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada pelanggan akurat dan jelas.
		2. keberadaan standar pelayanan yang terdefinisi dengan jelas sebagai pedoman kerja	Petugas selalu mengikuti prosedur dan standar pelayanan yang telah ditetapkan.
		3. kompetensi dan keterampilan petugas dalam mengoperasikan alat bantu pendukung selama proses pelayanan berlangsung.	Petugas dapat dengan cepat mengatasi masalah teknis yang terjadi selama proses pelayanan.
2.	Daya Tanggap (X2) menurut Parasuraman <i>et al.</i> , (1988)	1. kesiapan dalam merespon setiap permintaan pelayanan dari pelanggan	Petugas selalu merespons setiap permintaan pelanggan dengan ramah dan sopan.
		2. kemampuan untuk melaksanakan layanan secara cepat dan tepat sasaran	Petugas mampu memberikan informasi atau layanan yang dibutuhkan pelanggan dengan cepat.
		3. ketepatan waktu dalam proses pelayanan, yang menunjukkan efisiensi dan profesionalisme dalam memenuhi kebutuhan pelanggan	Petugas selalu menghargai waktu pelanggan dan berusaha untuk tidak membuat pelanggan menunggu.

No	Variabel	Indikator	Item
3.	Jaminan (X3) Menurut Parasuraman <i>et al.</i> , (1988)	1. kemampuan petugas dalam memberikan jaminan ketepatan waktu selama proses pelayanan,	Petugas selalu memastikan bahwa setiap layanan diberikan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan kepada pelanggan.
		2. pemberian jaminan atas legalitas atau keabsahan layanan yang diterima konsumen.	Petugas selalu memastikan dokumen dan prosedur yang digunakan dalam pelayanan memiliki legalitas yang sah.
4	Empati (X4) Menurut Kotler & Keller, (2009)	1. mengutamakan kepentingan pelanggan dalam setiap tindakan pelayanan	Petugas selalu mengutamakan kepentingan dan kebutuhan pelanggan dalam setiap tindakan pelayanan.
		2. memberikan pelayanan secara adil dan tanpa diskriminasi	Petugas selalu memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang latar belakang atau status pelanggan.
		3. menunjukkan sikap menghargai dan menghormati setiap individu yang dilayani, tanpa memandang latar belakang atau perbedaan lainnya.	Petugas selalu mendengarkan dan merespon setiap pelanggan dengan penuh perhatian.
5	Bukti Fisik (X5) Menurut Kotler & Keller, (2009)	1. kondisi fisik, yang merujuk pada keberadaan dan kelayakan bangunan serta fasilitas utama yang menunjang aktivitas layanan	Bangunan dan fasilitas utama selalu dalam kondisi bersih dan terawat.
		2. kelengkapan sarana pendukung, yang mencakup peralatan atau fasilitas tambahan yang disediakan guna mempermudah proses transaksi bagi pelanggan	Fasilitas penunjang seperti komputer, printer, dan alat pembayaran selalu tersedia dan berfungsi dengan baik.
		3. media komunikasi layanan, yang mencerminkan penampilan, sikap, dan pembawaan petugas saat memberikan pelayanan	Petugas selalu berpakaian rapi dan sesuai dengan standar perusahaan.

No	Variabel	Indikator	Item
		secara langsung kepada konsumen.	
6	Kepuasan (Y) Menurut Tjiptono, (2014)	1. Kesesuaian harapan, yakni sejauh mana kinerja produk sesuai dengan ekspektasi awal pelanggan	Mustahik merasa puas dengan kinerja penyaluran zakat yang telah diterima
		2. Minat untuk kembali, yaitu keinginan pelanggan untuk melakukan <i>repurchase</i> atau kembali menggunakan produk di masa mendatang	Mustahik merasa nyaman dan senang dengan pengalaman yang mereka dapatkan.
		3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kecenderungan pelanggan untuk menyarankan produk kepada pihak lain, seperti teman atau keluarga	Mustahik sering berbagi pengalaman positif mereka tentang lembaga zakat El-Zawa dengan orang lain.

Sumber: data diolah (2025)

3.8 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono, (2017) Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu fenomena, khususnya sikap, pendapat, maupun persepsi responden terhadap variabel yang diteliti. Penggunaan instrumen ini bertujuan untuk menjamin proses pengumpulan data berlangsung secara akurat, menyeluruh, dan terstruktur. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa kuesioner berbasis skala Likert, di mana responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap sejumlah pernyataan dengan memilih tingkat persetujuan mereka.

Tabel 3. 2 Skala Model *Likert*

Jawaban	Kode	Bobot Skor
Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono, (2017)

3.9 Analisis Data

Metode analisis data deskriptif kuantitatif merupakan metode yang bertujuan untuk mengilustrasikan, memaparkan, atau merangkum data secara sistematis. Teknik ini melibatkan penggunaan statistik untuk memberikan gambaran yang jelas tentang data, membantu meringkas dan mengidentifikasi pola dari sampel data yang spesifik Jailani & Saksitha, (2024). Analisis deskriptif bertujuan untuk menguraikan tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner, baik dalam bentuk distribusi frekuensi maupun kecenderungan jawaban yang diberikan. Pendekatan ini memberikan gambaran awal mengenai pola persepsi dan penilaian responden terhadap variabel-variabel yang diteliti. Selanjutnya, untuk menguji pengaruh antarvariabel secara lebih mendalam, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan perangkat lunak SPSS, guna memperoleh hasil analisis yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara statistik.

3.10 Tahap Analisis Data

Metode analisis data deskriptif kuantitatif merupakan metode yang bertujuan untuk mengilustrasikan, memaparkan, atau merangkum data secara sistematis. Teknik ini melibatkan penggunaan statistik untuk memberikan gambaran yang jelas tentang data, membantu meringkas dan mengidentifikasi pola dari sampel data yang spesifik Jailani & Saksitha, (2024). Analisis deskriptif bertujuan untuk menguraikan tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner, baik dalam bentuk distribusi frekuensi maupun kecenderungan jawaban yang diberikan. Pendekatan ini memberikan gambaran awal mengenai pola persepsi dan penilaian responden terhadap variabel-variabel yang diteliti. Selanjutnya, untuk menguji pengaruh antarvariabel secara lebih mendalam, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan perangkat lunak SPSS, guna memperoleh hasil analisis yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara statistik.

3.10.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi berganda, uji asumsi klasik harus terpenuhi terlebih dahulu. Menurut Sholihah *et al.*, (2023) bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang dibangun memiliki tingkat estimasi yang akurat, bebas dari bias, dan konsisten secara statistik. Asumsi-asumsi ini harus terpenuhi agar model regresi linier yang diestimasi menggunakan metode *Ordinary Least Squares (OLS)* dapat diandalkan dan sah digunakan sebagai dasar dalam membuat prediksi maupun penarikan kesimpulan. Dalam konteks ini, pengujian asumsi klasik meliputi: uji normalitas untuk mengevaluasi distribusi residual; uji multikolinearitas untuk mendeteksi hubungan antarvariabel independen; uji

heteroskedastisitas untuk melihat kesamaan varians residual; serta uji autokorelasi untuk menilai apakah residual antar pengamatan saling berkorelasi Purba *et al.*, (2021)

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) dalam Sholihah *et al.*, (2023) bertujuan untuk mengevaluasi apakah distribusi residual (error term) dalam model regresi mengikuti pola distribusi normal, sebagaimana disyaratkan dalam asumsi klasik analisis regresi linier. Salah satu metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dalam uji ini, data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji ini menjadi penting karena pelanggaran terhadap asumsi normalitas dapat memengaruhi validitas pengujian statistik selanjutnya.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018) dalam Sholihah *et al.*, (2023), bertujuan untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam suatu model regresi. Gejala multikolinieritas terjadi apabila dua atau lebih variabel independen memiliki hubungan yang sangat erat atau bahkan sempurna, sehingga dapat mengganggu estimasi parameter regresi yang akurat. Model regresi yang ideal adalah model yang bebas dari multikolinieritas, yaitu ketika tidak terdapat korelasi yang signifikan antar variabel independen, sehingga setiap variabel dapat berkontribusi secara unik dalam menjelaskan variabel dependen. Menurut Widana & Muliani, (2020) Jika nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$)

maka variabel-variabel bebas yang akan diuji tidak memiliki gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedesitas

Menurut Ghozali (2017) dalam Sholihah *et al.*, (2023) menyatakan merupakan salah satu metode dalam analisis regresi yang digunakan untuk mendeteksi apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Heteroskedastisitas terjadi apabila varians dari error term dalam model regresi tidak bersifat konstan, sehingga dapat menimbulkan bias dalam estimasi parameter. Sebaliknya, kondisi yang diharapkan dalam model regresi adalah homoskedastisitas, yaitu ketika varians residual bersifat konstan antar pengamatan. Dengan demikian, uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik mengenai distribusi residual, sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan secara lebih valid dan reliabel. Menurut Widana & Muliani,(2020) jika nilai signifikansi Variabel bebas dengan variabel residual absolut lebih dari 0,05 ($Sig > 0,05$) maka dinyatakan tidak terdapat gejala heterokedastisitas. jika nilai signifikansi Variabel bebas dengan variabel residual absolut kurang dari 0,05 ($Sig < 0,05$) maka dinyatakan terdapat gejala heterokedastisitas.

3.10.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Janie, (2012) metode analisis statistik yang digunakan untuk menguji sejauh mana dua atau lebih variabel independen (explanatory variables) memberikan pengaruh terhadap satu variabel dependen (terikat). Teknik ini juga

digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai dari variabel-variabel independen tersebut. Dalam konteks regresi, variabel independen berperan sebagai penjelas (*explanatory*), sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dijelaskan (*explained*). Proses analisis regresi linier berganda dilakukan melalui tahapan pengolahan data dan pengujian model, yang pada dasarnya diformulasikan dalam bentuk model persamaan.

3.10.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang disusun secara ringkas dan sistematis mengenai dugaan adanya hubungan atau pengaruh antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) dalam suatu penelitian Abdullah, (2015). Dalam hal ini, hipotesis yang diajukan tentang analisa pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mustahik ada enam yaitu:

H₁: Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan mustahik

H₂: Daya Tanggap berpengaruh terhadap kepuasan mustahik

H₃: Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan mustahik

H₄: Empati berpengaruh terhadap kepuasan mustahik

H₅: Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan mustahik

H₆: Kualitas pelayanan yang meliputi, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan mustahik.

3.10.4 Uji T (Test T)

Uji T (Test T) Uji statistik ini merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menguji validitas hipotesis nol (H_0), yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara dua nilai rata-rata (mean) dari sampel yang diambil secara acak dari populasi yang sama Sudijono, (2010). Pengambilan keputusan dalam uji t biasanya dilakukan dengan mengacu pada nilai signifikansi dalam tabel *Coefficients* hasil regresi, dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria pengambilan keputusannya menurut Ghozali, (2016) jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka hipotesis nol diterima dan hipotesis alternatif ditolak sebaliknya jika nilai signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis nol dan hipotesis alternatif diterima.

3.10.5 Uji F

Uji F berfungsi untuk menilai apakah variasi yang diobservasi pada data dapat dijelaskan oleh faktor-faktor yang diteliti atau hanya merupakan hasil dari variasi acak. Proses pengujian Uji F dimulai dengan menghitung rasio varians antara kelompok (variens antar kelompok) dan varians dalam kelompok (variens dalam kelompok). Jika rasio ini lebih besar dari nilai kritis yang ditentukan berdasarkan distribusi F, hipotesis nol ditolak, yang menunjukkan bahwa setidaknya satu kelompok berbeda secara signifikan dari yang lain. Sebagai contoh, dalam penelitian yang menggunakan ANOVA dua arah, Uji F dapat memberikan wawasan tentang bagaimana dua faktor (seperti jenis perlakuan dan tingkat penyiraman) mempengaruhi variabel respon secara bersamaan Ghozali, (2016).

Kriteria yang digunakan dalam Uji F umumnya meliputi tingkat signifikansi, biasanya ditetapkan pada 0,05. Jika nilai p dari Uji F kurang dari 0,05, maka hipotesis nol ditolak, menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai p lebih besar dari 0,05, tidak ada cukup bukti untuk menolak hipotesis nol Ghazali, (2016). Hal ini penting dalam menentukan validitas hasil penelitian dan menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti.

Uji F juga membantu dalam mengontrol kesalahan tipe I yang dapat terjadi ketika melakukan beberapa pengujian hipotesis secara bersamaan. Dengan menggunakan ANOVA, peneliti dapat menguji beberapa kelompok sekaligus tanpa meningkatkan risiko kesalahan yang signifikan, sehingga memberikan hasil yang lebih valid dan dapat diandalkan. Ini menjadikan Uji F alat yang sangat berharga dalam analisis data penelitian, terutama ketika mempertimbangkan lebih dari dua kelompok.

3.10.6 Uji Koefisien Determinasi

Menurut Prihandoyo, (2019) Uji Koefisien Determinasi adalah untuk menguji apakah model analisis ini sudah cukup layak dan berapa besarnya hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Nilai R^2 ini mempunyai range 0 (nol) sampai 1 ($0 < R^2 < 1$).

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Misalkan nilai $R^2 = 0,5 \times 100\% = 50\%$

Artinya Variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen sebanyak 50% dan sisanya sebanyak 50% dipengaruhi oleh faktor lain. Semakin besar nilai R^2

maka semakin baik hasil regresi tersebut dan semakin kecil mendekati 0 (nol)
maka variabel secara keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel terikat.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Umum El-Zawa UIN Malang

Pembentukan Pusat Kajian Zakat dan Wakaf diawali dengan penyelenggaraan Seminar dan Ekspo Zakat Asia Tenggara yang digelar pada tanggal 22 November 2006 oleh Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, bekerja sama dengan Institute Manajemen Zakat (IMZ) Jakarta dan Universiti Teknologi MARA (UiTM) Malaysia. Dalam forum tersebut, Menteri Agama Republik Indonesia, Muhammad M. Basyuni, bersama dengan Rektor UIN Malang, Prof. Dr. H. Imam Suprayogo, secara resmi menandatangani akta pendirian unit kelembagaan ini. Selanjutnya, pada 27 Januari 2007, Rektor UIN Maliki Malang menerbitkan Surat Keputusan Nomor: Un.3/Kp.07.6/104/2007 terkait penunjukan pengelola, dengan menetapkan M. Fauzan Zenrif sebagai Ketua dan Sudirman Hasan sebagai Sekretaris. Sejak saat itu, kepengurusan Pusat Kajian Zakat dan Wakaf terus berlanjut dan aktif menjalankan fungsinya hingga saat ini.

Agar lebih mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat, lembaga ini diberi nama eL-Zawa, yang merupakan singkatan dari *al-Zakat wa al-Waqf*, yang berarti zakat dan wakaf. Nama “Zawa” diharapkan dapat membangun kesadaran umat Islam untuk membersihkan harta melalui praktik zakat dan wakaf, sekaligus berkontribusi dalam mengentaskan kemiskinan. Potensi besar

dana zakat di lingkungan kampus diharapkan dapat dimanfaatkan secara optimal melalui berbagai program strategis yang telah dirancang.

4.1.2 Visi El-Zawa UIN Malang

Menjadikan lembaga yang maju, transparan, dan professional dalam pengembangan kajian dan pengelolaan zakat dan wakaf.

4.1.3 Misi El-Zawa UIN Malang

1. Menjadikan keilmuan Zakat dan Wakaq di Indonesia baik dalam pendidikan, penelitian, maupun pengembangan kepada masyarakat.
2. Mewujudkan pusat percontohan pengelolaan zakat dan wakaf berbasis kampus di Indonesia

4.2 Profil Responden

4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Asnaf

Tabel 4. 1 Jenis Asnaf

Jenis Asnaf	Jumlah
Miskin	53
Ibnu sabil	32
Total	85

Sumber: data diolah (2025)

Penelitian ini menggunakan sejumlah responden berdasarkan jenis Asnaf dengan uraian responden Miskin sebanyak 53 orang dan responden Ibnu sabil sebanyak 32 orang. Karakteristik mayoritas responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mereka berada pada usia produktif dengan latar

belakang pendidikan menengah ke bawah. Kondisi ekonomi mereka cenderung rendah, sehingga ketergantungan terhadap bantuan dari lembaga amil zakat menjadi sangat tinggi. Selain itu, interaksi mereka dengan lembaga pemberi zakat masih terbatas, baik dari segi frekuensi maupun intensitas.

4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden

Berdasarkan data yang diperoleh, Hasil deskripsi jawaban responden menunjukkan variasi persepsi terhadap lima dimensi kualitas layanan yang diteliti. Pada dimensi keandalan, diperoleh rata rata jawaban mustahik 3,91. Hal ini menunjukkan mayoritas mustahik menjawab skor 4. Hal ini mengindikasikan bahwa responden penelitian merasa lembaga ini memiliki tingkat kehandalan yang baik. Sedangkan untuk daya tanggap, diperoleh rata rata jawaban mustahik 4,05. Hal ini menunjukkan mayoritas mustahik menjawab skor 4 sampai 5. Hal ini mengindikasikan bahwa responden penelitian merasa lembaga ini memiliki tingkat Daya Tanggap yang baik. Pada dimensi jaminan diperoleh rata rata jawaban mustahik 4,18. Hal ini menunjukkan mayoritas mustahik menjawab skor 4 sampai 5. Hal ini mengindikasikan bahwa responden penelitian merasa lembaga ini memiliki tingkat jaminan yang baik. . Pada dimensi empati diperoleh rata rata jawaban mustahik 3,96. Hal ini menunjukkan mayoritas mustahik menjawab skor 4. Hal ini mengindikasikan bahwa responden penelitian merasa lembaga ini memiliki tingkat jaminan yang baik. . Pada dimensi bukti fisik diperoleh rata rata jawaban mustahik 4,07. Hal ini menunjukkan mayoritas mustahik menjawab skor 4 sampai 5. Hal ini mengindikasikan bahwa responden penelitian merasa lembaga ini memiliki tingkat bukti fisik yang baik. . Pada dimensi kepuasan mustahik diperoleh rata rata jawaban mustahik 4,09. Hal ini menunjukkan

mayoritas mustahik menjawab skor 4 sampai 5. Hal ini mengindikasikan bahwa responden penelitian merasa lembaga ini memiliki tingkat kepuasan yang baik. Perhitungan tersebut diperoleh dengan cara mencari rata rata pada tiap pernyataan variabel dan mencari average daari hasil rata rata dari tiap pernyataan dalam kuisisioner ini.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Kualitas Data

a. Hasil Uji Validitas

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas X1

No	Pearson Correlation	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	0.769	0.213	<.001	VALID
2	0.761	0.213	<.001	VALID
3	0.785	0.213	<.001	VALID

Sumber: data diolah (2025)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Signifikansi dari tiga pernyataan yang digunakan pada variabel Keandalan (X1) <0,05 sehingga dinyatakan Valid.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas X2

No	Pearson Correlation	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	0.752	0.213	<.001	VALID
2	0.772	0.213	<.001	VALID
3	0.756	0.213	<.001	VALID

Sumber: data diolah (2025)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Signifikansi dari tiga pernyataan yang digunakan pada variabel Daya Tanggap (X2) <0,05 sehingga dinyatakan Valid.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas X3

No	Pearson Correlation	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	0.839	0.213	<.001	VALID
2	0.871	0.213	<.001	VALID

Sumber: data diolah (2025)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Signifikansi dari dua pernyataan yang digunakan pada variabel Jaminan (X3) <0,05 sehingga dinyatakan Valid.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas X4

No	Pearson Correlation	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	0.763	0.213	<.001	VALID
2	0.716	0.213	<.001	VALID
3	0.783	0.213	<.001	VALID

Sumber: data diolah (2025)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Signifikansi dari tiga pernyataan yang digunakan pada variabel Empati (X4) <0,05 sehingga dinyatakan Valid.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas X5

No	Pearson Correlation	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	0.775	0.213	<.001	VALID
2	0.745	0.213	<.001	VALID
3	0.777	0.213	<.001	VALID

Sumber: data diolah (2025)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Signifikansi dari tiga pernyataan yang digunakan pada variabel Bukti Fisik (X5) <0,05 sehingga dinyatakan Valid.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Y

No	Pearson Correlation	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	0.750	0.213	<.001	VALID
2	0.744	0.213	<.001	VALID
3	0.773	0.213	<.001	VALID

Sumber: data diolah (2025)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Signifikansi dari tiga pernyataan yang digunakan pada variabel Kepuasan (Y) $<0,05$ sehingga dinyatakan Valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of item	Keterangan
X1	0.660	85	Reliabel
X2	0.634	85	Reliabel
X3	0.631	85	Reliabel
X4	0.616	85	Reliabel
X5	0.647	85	Reliabel
Y	0.622	85	Reliabel

Sumber: data diolah (2025)

Berdasarkan hasil Uji Reliabilitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari setiap variabel >0.6 maka setiap variabel dapat dikatakan Reliabel.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas KS
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		85	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,42025891	
Most Extreme Differences	Absolute	,071	
	Positive	,070	
	Negative	-,071	
Test Statistic		,071	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,347	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,334
		Upper Bound	,359

Sumber: data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel 0.200 lebih besar dari 0,05 maka data dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.931	.944		3.104	.003
	Kehandalan	-.129	.048	-.295	-2.671	.009
	Daya Tanggap	.006	.057	.013	.112	.911
	Jaminan	.042	.090	.058	.465	.643
	Empati	-.084	.048	-.198	-1.777	.079
	Bukti Fisik	.021	.059	.041	.349	.728

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi tiap variabel lebih besar dari 0,05 maka variabel independen dalam penelitian ini dinyatakan tidak mengandung adanya heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Gambar 4. 3 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a		
		Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.003		
	Kehandalan	.009	.899	1.112
	Daya Tanggap	.911	.790	1.266
	Jaminan	.643	.718	1.393
	Empati	.079	.888	1.126
	Bukti Fisik	.728	.804	1.243
a. Dependent Variable: Abs_RES				

Sumber: data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, seluruh variabel independen memiliki nilai Variance Inflation Factor (VIF) di bawah 10, yang mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi. Dengan demikian, masing-masing variabel bebas tidak menunjukkan hubungan korelasi yang tinggi satu sama lain, sehingga data layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

d. Uji Regresi Linear Berganda

Gambar 4. 4 Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta
		B	Std. Error	
1	(Constant)	2.000	1.595	
	Kehandalan	.240	.082	.237
	Daya Tanggap	.268	.097	.282
	Jaminan	.147	.153	.102
	Empati	.105	.080	.125
	Bukti Fisik	.176	.128	.177

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: data diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 2.000 dan untuk kehandalan sebesar 0.240 sementara untuk Daya Tanggap sebesar 0.268. Jaminan memiliki nilai 0.147, empati memiliki nilai beta sebesar 0.105 serta nilai bukti fisik memiliki nilai 0.176 dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$\text{Kepuasan Mustahik} = 2,000 + 0,204 \text{ Kehandalan} + 0,268 \text{ Daya Tanggap} + 0,147 \text{ Jaminan} + 0,105 \text{ Empati} + 0,176 \text{ Bukti Fisik} + 1,595$$

4.3.3 Uji Hipotesis

a. Uji T

Gambar 4. 5 Uji T

		Coefficients ^a		
Model		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)		1.254	.214
	Kehandalan	.237	2.487	.015
	Daya Tanggap	.282	2.772	.007
	Jaminan	.102	.959	.340
	Empati	.125	1.303	.196
	Bukti Fisik	.177	1.754	.083
a. Dependent Variable: Kepuasan				

Sumber: data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji T secara parsial, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,015 dan 0,007 (di bawah batas signifikansi 0,05), yang menunjukkan bahwa variabel Keandalan dan Responsivitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mustahik. Sebaliknya, variabel Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik menunjukkan nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan mustahik secara parsial.

b. Uji F

Gambar 4. 6 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	93.337	5	18.667	8.704	<.001 ^b
	Residual	169.439	79	2.145		
	Total	262.776	84			
a. Dependent Variable: Kepuasan						
b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Empati, Jaminan						

Sumber: data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai signifikansi sebesar $< 0,001$, yang berada di bawah ambang batas $0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yakni tingkat kepuasan mustahik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara keseluruhan berperan penting dalam membentuk kepuasan penerima manfaat di lembaga tersebut.

c. Uji determinasi (R²)

Gambar 4. 7 Hasil Uji Determinasi R²

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,596 ^a	,355	,314	1,46451

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Empati, Jaminan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: data diolah (2025)

Pada tabel Model Summary di atas diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,314 sehingga dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel margin yang dapat diterangkan oleh model persamaan ini sebesar 31,4% dan sisanya sebesar 68,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Mustahik

Berdasarkan hasil uji T secara parsial, diperoleh temuan bahwa variabel keandalan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan mustahik LAZ El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, karena nilai signifikansi yaitu sebesar $0,015 < 0,05$. berarti secara parsial variabel Kehandalan mempengaruhi kepuasan mustahik. Sebagian besar responden menyatakan bahwa bantuan yang diberikan oleh El Zawa sampai tepat waktu dan sesuai dengan informasi yang disampaikan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa aspek keandalan lembaga dalam menyampaikan layanan dianggap baik oleh mustahik. Hal ini menunjukkan

semakin tinggi Keandalan maka semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan oleh mustahik. Keandalan ditunjukkan dengan kecermatan petugas dalam pelayanan, standar pelayanan yang jelas dan kemampuan petugas dalam menggunakan alat bantu untuk meningkatkan mutu proses pelayanan agar memperoleh kepuasan mustahik yang maksimal. Sesuai dengan Q.S. Al-Mukminun ayat 8 yang artinya:

“Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya”.

Ayat ini mencerminkan pentingnya menjaga kepercayaan dan komitmen terhadap tanggung jawab yang diemban, termasuk dalam pelayanan kepada mustahik. Keandalan dalam konteks lembaga zakat berarti kemampuan lembaga dan petugasnya untuk menunaikan amanah penyaluran zakat secara tepat waktu, sesuai janji, dan tanpa penyimpangan dari ketentuan yang telah disampaikan kepada mustahik. Pada praktiknya, El-Zawa telah merealisasikan prinsip ini melalui jadwal distribusi bantuan yang konsisten, transparansi informasi program, dan sistem layanan yang relatif stabil. Upaya tersebut tidak hanya meningkatkan kepuasan mustahik, tetapi juga merefleksikan internalisasi nilai Qur’ani dalam pengelolaan amanah umat. Dengan demikian, keandalan yang ditunjukkan El-Zawa bukan sekadar aspek teknis pelayanan, melainkan juga cerminan dari integritas spiritual sebagaimana yang diajarkan oleh Al-Qur’an.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuzulia (2020), pada variabel Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan mustahik. Hal ini dapat dijelaskan karena mustahik diberikan pelayanan terbaik sehingga meningkatkan kepuasan yang dirasakan. Namun berbeda dengan temuan

dari penelitian Hilman, (2021) yang menyatakan bahwa Keandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan mustahik. Hal ini bisa terjadi karena perbedaan konteks penelitian seperti perbedaan lokasi penelitian dan item yang digunakan dalam penelitian.

4.4.2 Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Mustahik

Berdasarkan uji T secara parsial, diketahui bahwa variabel Responsivitas (Daya Tanggap) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mustahik LAZ El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, karena nilai signifikansi yaitu sebesar $0,007 < 0,05$. berarti secara parsial variabel daya tanggap mempengaruhi kepuasan mustahik. Responden merasa petugas cepat dalam menanggapi pertanyaan dan keluhan, terutama melalui layanan langsung maupun komunikasi via WhatsApp. Mereka mengapresiasi kemudahan dalam mengakses informasi mengenai jadwal pencairan bantuan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi daya tanggap maka semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan oleh mustahik. Daya tanggap ditunjukkan dengan merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan serta pelayanan yang cepat dan tepat dengan waktu yang efisien. Sesuai dengan Q.S. Al-Insyirah ayat 7 yang artinya:

“Apabila engkau telah selesai (dengan suatu kebajikan), teruslah bekerja keras (untuk kebajikan yang lain)”.

Ayat ini mencerminkan semangat keberlanjutan amal dan keaktifan dalam melayani, tanpa menunda-nunda setelah menyelesaikan satu bentuk kebaikan. Dalam konteks El-Zawa, Daya Tanggap terealisasi melalui penyediaan kanal komunikasi yang mudah diakses, seperti layanan pesan singkat dan media sosial,

serta kecepatan petugas dalam merespons pertanyaan maupun keluhan mustahik. Layanan yang cepat dan solutif tersebut menjadi faktor penting yang meningkatkan kepuasan mustahik, karena menunjukkan bahwa lembaga tidak hanya hadir saat penyaluran berlangsung, tetapi juga siap merespons kebutuhan susulan dengan semangat kebaikan yang berkelanjutan sebagaimana yang diajarkan dalam ayat tersebut.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hilman (2021) menunjukkan Daya Tanggap berpengaruh pada kepuasan. Variabel daya tanggap menjadi faktor sangat penting bagi kepuasan mustahik dan perlu menjadi prioritas pertama dalam perbaikan pelayanan, respon yang cepat, tepat dan akurat dari pegawai mampu memberikan rasa nyaman dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh mustahik. Namun temuan penelitian oleh Musfirah & Anggraeni, (2017) memiliki temuan yang berbeda yaitu daya tanggap tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mustahik. Hal ini karena perbedaan lokasi dan indikator yang digunakan.

4.4.3 Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Mustahik

Berdasarkan uji T secara parsial, diketahui bahwa variabel Jaminan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan mustahik LAZ El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu sebesar $0,340 > 0,05$ maka berdasarkan nilai signifikansi secara parsial variabel jaminan tidak mempengaruhi kepuasan mustahik. Sebagian responden merasa belum terlalu yakin terhadap kemampuan dan pengetahuan petugas, terutama dalam hal menjelaskan program zakat secara rinci. Ini mungkin

disebabkan karena kurangnya interaksi langsung antara mustahik dan staf lembaga. Temuan ini menunjukkan semakin tinggi jaminan maka kepuasan menurun dan sebaliknya sehingga bisa dikatakan tidak berpengaruh positif. Jaminan sendiri ditunjukkan dengan legalitas dan pelayanan yang tepat kepada mustahik. Meskipun tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara statistik terhadap kepuasan mustahik, tetap memiliki dasar nilai Qur'ani yang kuat sebagaimana Q.S. An-Nisa ayat 58 yang berbunyi:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”.

Ayat ini menggarisbawahi pentingnya profesionalitas, keadilan, dan kredibilitas dalam pelayanan, yang tetap perlu diinternalisasi oleh lembaga. Di El-Zawa, hal ini direalisasikan melalui seleksi petugas yang kompeten, standar etika pelayanan, serta proses verifikasi dan validasi data mustahik secara akuntabel. Meskipun belum menjadi perhatian utama bagi sebagian mustahik, nilai jaminan tetap menjadi fondasi yang membentuk kredibilitas dan keberlangsungan kepercayaan terhadap lembaga.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuzulia, (2020) menunjukkan bahwa jaminan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mustahik. Namun penelitian yang dilakukan oleh Musfirah & Anggraeni, (2017) menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mustahik. Hal ini bisa terjadi karena perbedaan konteks penelitian seperti perbedaan lokasi penelitian dan item yang digunakan dalam penelitian.

4.4.4 Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Mustahik

Hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel Empati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mustahik LAZ El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan nilai signifikansi yaitu sebesar $0,196 < 0,05$, berarti secara parsial variabel Empati tidak mempengaruhi kepuasan mustahik. Temuan ini menunjukkan semakin tinggi Empati maka kepuasan menurun dan sebaliknya sehingga bisa dikatakan tidak berpengaruh positif. Jawaban responden cenderung netral. Mereka tidak merasa diperlakukan buruk, namun juga tidak merasakan adanya perhatian personal yang istimewa dari petugas. Hubungan yang terjalin bersifat formal dan sekadar administratif. Empati ditunjukkan dengan mendahulukan kepentingan mustahik, pelayanan yang tidak diskriminatif dan menghargai setiap pelanggan. Sesuai dengan Q.S. An-Nahl ayat 90 yang artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat”.

Dalam menjalankan pelayanan sosial, terutama dalam penyaluran zakat, nilai empati menjadi salah satu pilar penting yang dianjurkan dalam Islam. Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mustahik, nilai ini tetap relevan sebagai fondasi spiritual. Mustahik cenderung lebih mengutamakan bantuan yang nyata dan tepat waktu dibanding perhatian emosional. Namun, El-Zawa tetap merealisasikan empati melalui komunikasi yang santun, sikap ramah, dan upaya memahami

kondisi mustahik. Hal ini menunjukkan bahwa empati tetap menjadi bagian dari pelayanan yang bernilai Qur'ani dan berkepribadian Islami.

Hasil penelitian terdahulu oleh Nuzulia, (2020) bahwa variabel Empati tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan mustahik di El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Empati dalam konteks ini merujuk pada kemampuan karyawan untuk memberikan perhatian secara personal kepada setiap mustahik, termasuk kepekaan dalam memahami kebutuhan mereka secara individu. Dimensi ini mencakup elemen aksesibilitas, yaitu kemudahan yang diberikan kepada mustahik dalam memanfaatkan layanan yang tersedia.

Berbeda dengan temuan penelitian sebelumnya, studi yang dilakukan oleh Amalia *et al.*, (2020) Menunjukkan bahwa variabel empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada unit usaha BUMDes Sumber Arto di Desa Kenteng. Hal ini bisa terjadi karena perbedaan konteks penelitian seperti perbedaan lokasi penelitian dan item yang digunakan dalam penelitian.

4.4.5 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Mustahik

Hasil penelitian ini diperoleh temuan bahwa variabel Bukti Fisik tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mustahik LAZ El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu sebesar $0,083 > 0,05$, nilai signifikansi lebih besar. Berarti secara parsial variabel Bukti Fisik tidak mempengaruhi kepuasan mustahik. Temuan ini menunjukkan semakin tinggi Bukti Fisik maka kepuasan menurun dan sebaliknya sehingga bisa dikatakan tidak berpengaruh positif. Responden kurang memperhatikan aspek

fisik seperti tampilan kantor atau atribut petugas. Sebagian besar menilai layanan dari hasil akhirnya yaitu bantuan diterima atau tidak, bukan dari penampilan fasilitas atau visual institusi. Bukti Fisik tercermin melalui penampilan serta kualitas sarana dan prasarana fisik yang dimiliki oleh perusahaan, termasuk kondisi lingkungan sekitarnya. Aspek ini menjadi representasi nyata dari kualitas pelayanan yang disediakan oleh penyedia jasa. Elemen-elemen yang termasuk dalam bukti fisik mencakup fasilitas fisik, perlengkapan pendukung, tampilan personel, serta media komunikasi yang digunakan. Keberadaan unsur-unsur tersebut berperan penting dalam membentuk persepsi awal konsumen terhadap profesionalitas dan kredibilitas layanan yang diberikan. Sesuai dengan Q.S. Al-A'raf ayat 26 yang artinya:

“Wahai anak cucu Adam, sungguh Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan bulu (sebagai bahan pakaian untuk menghias diri). (Akan tetapi,) pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu merupakan sebagian tanda-tanda (kekuasaan) Allah agar mereka selalu ingat”.

Dalam konteks pelayanan zakat, ayat ini sejalan dengan variabel Bukti Fisik yang berkaitan dengan fasilitas dan tampilan petugas. Meski hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mustahik, nilai dalam ayat ini tetap relevan. El-Zawa memelihara aspek lahiriah dengan rapi dan sopan serta sarana dan prasarana yang memadai, namun lebih menekankan integritas dan kebermanfaatan nyata sebagai wujud pelayanan yang berlandaskan takwa.

Hasil penelitian terdahulu oleh Silvana & Soegiri, (2021) , menemukan bahwa variabel Bukti Fisik (Tangibles) tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan mustahik. Padahal, dalam konteks

pelayanan, aspek bukti fisik mencakup elemen-elemen yang dapat dilihat, diraba, bahkan dirasakan secara langsung oleh pengguna layanan. Elemen ini menjadi penting sebagai representasi nyata dari eksistensi dan komitmen organisasi untuk mencerminkan kualitas pelayanan yang ditawarkan. Namun, dalam konteks penelitian ini, keberadaan aspek fisik tersebut belum memberikan dampak signifikan terhadap persepsi kepuasan mustahik secara keseluruhan.

. *Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuzulia, (2020) yang menunjukkan bukti fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mustahik. Hal ini bisa terjadi karena perbedaan konteks penelitian seperti perbedaan lokasi penelitian dan item yang digunakan dalam penelitian.

4.4.6 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mustahik

Berdasarkan uji F secara simultan, ditemukan bahwa seluruh variabel dimensi Kualitas Pelayanan, yang meliputi Keandalan, Responsivitas, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mustahik di LAZ El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan nilai signifikansi sebesar <0.001 . Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel ini saling melengkapi dalam memengaruhi Kepuasan Mustahik pada Unit Lembaga Amil Zakat El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Variabel bebas secara simultan meningkatkan kesesuaian harapan, Minat berkunjung kembali Kesediaan merekomendasikan kepada teman atau keluarga.

“Sesungguhnya amal itu tergantung pada niatnya, sedangkan setiap orang akan mendapatkan sesuai dengan yang diniatkannya. Maka, barangsiapa yang hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya maka hijrahnya kepada Allah dan

Rasul-Nya, dan barangsiapa yang hijrahnya kepada dunia yang ingin diraih atau wanita yang ingin dinikahi maka hijrahnya kepada apa yang dia berhijrah kepadanya.” (HR. Al-Bukhari dan Muslim).

Secara garis besar, hadits ini membahas bahwa amal kebaikan tergantung pada niat pelakunya, Dalam konteks pelayanan zakat, kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan mustahik tidak hanya bergantung pada prosedur dan sistem, tetapi juga pada keikhlasan niat petugas dalam melayani. Di El-Zawa, pelayanan yang dilakukan dengan niat ibadah dan pengabdian tercermin kualitas layanan yang baik. Hal ini menjadikan layanan terasa lebih bermakna dan meningkatkan kepercayaan serta kepuasan mustahik secara nyata.

Penelitian yang dilakukan oleh Alviah *et al.*, (2024) Memiliki temuan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan mustahik. Maka dari itu, penting bagi suatu lembaga amil zakat untuk meningkatkan suatu pelayanan yang baik karena pengelolaan zakat yang baik serta amanah sangat berpengaruh terhadap kepuasan mustahik. Temuan sebelumnya sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Musfirah & Anggraeni, (2017) bahwa secara simultan variabel independen yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan mustahik.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis statistik mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) El-Zawa tahun 2025, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil uji T secara parsial, diperoleh temuan bahwa variabel keandalan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan mustahik di LAZ El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keandalan layanan, seperti tingkat kecermatan petugas, standar yang jelas dan keterampilan menggunakan alat bantu, maka akan semakin meningkat pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mustahik sebagai penerima manfaat dari layanan zakat tersebut.
2. Berdasarkan uji T secara parsial, diketahui bahwa variabel Responsivitas (Daya Tanggap) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mustahik di LAZ El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Temuan ini menegaskan bahwa kemampuan pengelola dalam memberikan tanggapan secara cepat, efisien dan tepat terhadap kebutuhan, pertanyaan, serta keluhan mustahik berperan penting dalam membentuk tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang diterima.

3. Berdasarkan uji T secara parsial, diketahui bahwa variabel Jaminan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan mustahik di El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal ini menunjukkan bahwa aspek jaminan yang mencakup rasa aman, kepercayaan terhadap kompetensi penyedia layanan, dan kepastian dalam pemberian layanan belum menjadi faktor dominan yang memengaruhi kepuasan penerima manfaat dalam konteks layanan yang diteliti.
4. Berdasarkan uji T secara parsial, diketahui bahwa variabel Empati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mustahik di El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Temuan ini mengindikasikan bahwa mengutamakan pelanggan, pemberian layanan yang adil, serta kemampuan penyedia layanan dalam memahami kebutuhan dan kondisi mustahik belum menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan mereka dalam konteks pelayanan yang diberikan.
5. Berdasarkan uji T secara parsial, diperoleh temuan bahwa variabel Bukti Fisik tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mustahik di El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek fisik seperti fasilitas, peralatan, tampilan petugas, dan media komunikasi belum menjadi faktor yang menentukan dalam membentuk persepsi kepuasan mustahik terhadap pelayanan yang diberikan.

6. Berdasarkan uji F secara simultan, ditemukan bahwa seluruh variabel dimensi Kualitas Pelayanan, yang meliputi Keandalan, Responsivitas, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mustahik di LAZ El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi dari kelima dimensi layanan tersebut secara kolektif berperan dalam membentuk persepsi dan tingkat kepuasan para mustahik terhadap kualitas layanan yang diterima.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan, di antaranya hanya memfokuskan pada analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mustahik, tanpa mempertimbangkan faktor-faktor lain yang juga berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan, seperti transparansi, lokasi, dan aspek-aspek pendukung lainnya. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas lingkup penelitian dengan menambahkan jumlah responden serta mengeksplorasi variabel-variabel tambahan yang belum dikaji, seperti inovasi dalam pengelolaan zakat, efektivitas distribusi dana zakat, dan strategi penghimpunan dana. Keterbatasan lainnya menyangkut desain penelitian, jumlah sampel, serta kesederhanaan model analisis yang digunakan, sehingga dapat menjadi perhatian untuk pengembangan studi di masa mendatang.

5.3 Saran

1. Bagi Lembaga Amil Zakat EL-Zawa dapat melakukan peningkatan pelayanan terutama bagi para mustahik, ketika mustahik merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Lembaga Amil Zakat EL-Zawa maka mustahik akan bersuara dan berkomentar baik terhadap lembaga, sehingga citra lembaga juga akan meningkat dan muzakki pun tidak akan ragu untuk memberikan zakatnya ke Lembaga Amil Zakat EL-Zawa.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk terus memperluas cakupan penelitian baik itu variabel atau temuan lainnya sehingga referensi semakin luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf (2015). *Metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja pressindo.
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
- Agung, A. F. (2018). *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparatif Pada Konsumen Indomaret dan Swalayan Surya Jalur 2 Korpri)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Aisyah, W. R. N. (2021). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Rejoso dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Alviah, S., Mustikasari, M., & Haryadi, Y. (2024). Pengaruh kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat Terhadap Kepuasan Mustahik Di Lazismu (Studi Kasus Mustahik Kecamatan Karangpawitan Kabupaten garut). *Ash-Shidqu: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 16–24.
- Amalia, N. M., Sucihatningsih, D. W. P., & Santoso, J. T. B. (2020). Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati Terhadap Kepuasan BUMDES. *Business and Accounting Education Journal*, 1(2), 170–180.
- Anwar, A. (2018). Analisis Kepuasan Mustahiq terhadap Kualitas Pelayanan dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA)(Studi Kasus pada Baitul Mal). *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 20(1), 34–39.
- Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. (2020). The role of service quality within Indonesian customers satisfaction and loyalty and its impact on Islamic banks. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 192–212.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang)*. Brawijaya University.
- Canggih, C., Fikriyah, K., & Yasin, A. (2017). Potensi dan realisasi dana zakat indonesia. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 14–26.
- Christina, Dilla (2013). *Hubungan Kualitas Pelayanan Antenatal dengan Komplikasi Persalinan Wilayah Perdesaan di Indonesia (Analisis Data Sekunder Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia tahun 2007)*. Tesis. Universtas Indonesia.
- Ferdinand, A.T. (2018). *Structural Equipment Modelling 5th edition Semarang: Badan Penerbit Unoversitas Diponegoro*.
- Gea, N. E., & Mendrofa, C. P. (2022). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap

kepuasan pelanggan pada pelanggan JNE. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 152–159.

Ghozali, Imam (2016). *Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif: untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya*.

Hanandhito, M. S. (2016). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan (survei terhadap konsumen angkringan di kelurahan rawamangun)*. Universitas negeri jakarta.

Hanifa, R., Trianto, A., & Hendrich, M. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Layanan Go-Ride Pada Bisnis JasaTransportasi Go-Jek di Kota Palembang. *MOTIVASI*, 4(2), 714–723.

Hardani, & dkk. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup.

Hendrianto, H. (2016). Kepuasan Muzakki Terhadap Kualitas Pelayanan Zakat Pada BAZ (Badan Amil Zakat) Kabupaten Kerinci. *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics*, 1(2), 163–186.

Herianingrum, S., Reftrian, R., & Hendratmi, A. (2018). The Influence of Quality of Islamic Service and Institution Image to Donor Trust at National Amil Zakat Institute (LAZNAS). *KnE Social Sciences/The 2nd International Conference on Islamic Economics, Business, and Philanthropy (2nd ICIEBP)*, 714–729.

Hidayat, F., & Asnawi, N. (2019). Effect of service quality against visitor loyalty through visitor satisfaction. *MEC-J (Management and Economics Journal)*, 3(2), 149–165.

Hilman, Alfarid (2021). *Pengaruh kepedulian, kehandalan, daya tanggap dan jaminan terhadap kepuasan mustahik badan amil zakat nasional (baznas) sumatera barat tahun 2021*. Fakultas ekonomi dan bisnis uin syarif hidayatullah.

Isnaini, I. (2015). *Implikasi putusan Mahkamah Konstitusi dalam perkara Nomor 86/PUU-X/2012 tentang Pengelolaan Zakat: Studi kasus di el-Zawa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Tehnik analisis data kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.

Janie, D. N. A. (2012). *Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan SPSS*. *Jurnal*, April, 52.

Januar, I. A., & Waluyowati, N. P. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Konsumen Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10.

Kependudukan, B., & Nasional, K. B. (2023). BAB 4 Kerangka Berpikir Dan Kerangka

Konsep. *Metodologi Penelitian Kesehatan*, 73.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga. *Laksana. Terjemahan Fajar*, 79.

Kuantitatif, Pendekatan penelitian(2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.*

Maruli, E., Gorang, A. F., Tang, S. A., & Peny, T. L. L. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Lego-Lego Kalabahi Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(10), 407–421.

Mehilda, S., Meliyana, M., & Hendarsyah, D. (2021). Urgensi Kualitas Pelayanan Distribusi Zakat Produktif Terhadap Kepuasan Mustahiq. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 114–126.

Miftahul, K., & Ekawaty, M. (2017). Zakat Produktif dan Perannya terhadap Perkembangan UMKM (Studi pada LAZ el-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 2(1), 93–110.

Mukhlis, A., & Beik, I. S. (2013). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepatuhan membayar zakat: Studi kasus Kabupaten Bogor. *Al-Muzara'ah*, 1(1), 83–106.

Musfirah, N. A., & Anggraeni, T. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Mustahik Atas Pendayagunaan Dana Zakat Pada Program Kesehatan Di Rumah Sehat Baznas Jakarta*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Nurwanda, A., & Badriah, E. (2020). Analisis Program Inovasi Desa Dalam Mendorong Pengembangan Ekonomi Lokal Oleh Tim Pelaksana Inovasi Desa (PID) Di Desa Bangunharja Kabupaten Ciamis. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 7(1), 68–75.

Nuzulia, Rizqa (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Zakat Terhadap Kepuasan Mustahik Di Baitul Mal Aceh*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, 64(1), 12.

Penita, I. C. A. (2023). *Manajemen strategi badan amil zakat nasional kota palopo terhadap pengembangan kualitas pelayanan kepada mustahik*. Institut agama islam negeri (iain) palopo.

Prajitno, S. B. (2013). Metodologi penelitian kuantitatif. *Jurnal. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati. (tersedia di <http://komunikasi.uinsgd.ac.id>)*, 1-29.

Prihandoyo, Cornelius (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan*

pelanggan jne cabang balikpapan. Jurnal GeoEkonomi, 10(1), 116–129.

Rini, A. R., & Hasan, I. (2022). Peran service quality dan relationship marketing terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 6(1), 1059–1066.*

Said, S., Badina, T., & Syahidah, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki melalui kepuasan muzakki sebagai variabel intervening pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Serang. *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking, 4(1), 1–13.*

Sanusi, Anwar (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis* (D. A. Halim (ed.); 5th ed.). Penerbit Salemba Empat.

Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman, 2(2), 102–110.*

Silvana, I., & Soegiri, H. (2021). Analisis Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan Dan Empati Terhadap Kepuasan Pasien Yang Melakukan Pemerik Saan Laboratorium di Laboratorium Rsud Jaraga Sasameh Buntok. *KINDAI, 17(2), 178–191.*

Sudijono, Anas (2010). Introduction to education statistics. *Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. Pg, 274.*

Sugiyono, S. (2017). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta

Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Baru Perss, 74.*

Sulaiman, Muzakir (2013). *Persepsi ulama dayah salafi Aceh terhadap pendistribusian zakat produktif oleh Baitul Mal Aceh*. Atas kerja sama Lembaga Penerbit Naskah Aceh (NASA) & Ar-Raniry Press.

Syarifuddin, A., Erliana, C. I., & Abbas, D. (2018). Analysis of Service Quality on Mustahiq Satisfaction Using Importance Performance Analysis (IPA). *Proceedings of the 1st Workshop on Multidisciplinary and Its Applications Part, 1.*

Tjiptono, Fandy (2014). *Pemasaran Jasa prinsip, penerapan, penelitian*. yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). Service, quality & satisfaction edisi 3. *Yogyakarta: Andi, 1.*

Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). *Uji persyaratan analisis*. Lumajang: Klik Media.

Wulandari, S., & Rahayu, Y. S. (2024). *The influence of service quality and experiential marketing on customer loyalty: Customer satisfaction as mediation*. Faculty Of

economic UIN Malang

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis penelitian kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.

Zaifuddin, M. (2021). *Muzakki dan Mustahiq*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/kd5xq>

LAMPIRAN

LAMPIRAN SAMPEL MISKIN/DHUAFA

No	Nama	Sekolah	Kelas	Alamat Sekolah
1	Abyan Ananda Wisnu	MI NURUL ISLAM		Dusun Sulak Doro Lojejer Jl Dipenogoro No 133 Kab Jember
2	Adinda Tannia Mahardika Atmadja	SDN PENANGGUNGAN	III	Jl. Cimanggis No.2, Penanggungan, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65113
3	Ahmad Rasyidin Hadian	SD PENANGGUNGAN	IV	Jl. Cimanggis No.2, Penanggungan, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65113
4	Alifia Nur Hidayah	MI WAHID HASYIM III	I	Jl. Mulyoagung No. 51 A Kec. Dau Kota Malang
5	Ahmad Fiyan	SMPN 17 MALANG	V	Jl. Pelabuhan Tanjung Priok No.170, Bakalankrajan, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65148
6	Ahmad Nizam Putra	SDN MERJOSARI 5	IX	Jl. Joyosari Blok 2 No.7b, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144

No	Nama	Sekolah	Kelas	Alamat Sekolah
7	Alifah Zalfa Azizah	SDN TANJUNGREJO 1	VI	Jl. Mergan Sekolahan No.1 Kec. Sukun Kab. Malang
8	Ajeng Alesha Yasmin Nata	SDN KARANG BESUKI 4	III	Jl. Candi 3 F No.256, Karangbesuki, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65146
9	Aulia Ali Azzahra	SMKN 13 MALANG	V	Jl. Kawi No.7, Kauman, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65119
10	Almira Aquinny Salsabillah	SMPN 4 MALANG	XII	Jl. Veteran No.37, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145
11	Anjas Ma'arip	SMK GRAFIKA 4 MALANG	IX	Jl. Tanimbar No. 22, Kasin Kec. Klojen Kota Malang
12	Aprilia Sari Nur Azizah	SMP 13 MALANG	XII	Jl. Joyo Tamansari 1, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144
13	Aqilla Anindita Az- Zahro	SDN SUMBERSARI 2	IX	Jl. Bend. Sutami 1 No.24, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145
14	Avara Khalidah Faiqah	SDN SUMBERSARI 2	IV	Jl. Bend. Sutami 1 No.24, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145
15	Bilqis Fahreza Azis	SDN SUMBERSARI 2	V	Jl. Bend. Sutami 1 No.24, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145
16	Cinta Zia Azalia Putri Yudarta	SDN SUMBERSARI 2	V	Jl. Bend. Sutami 1 No.24, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145

No	Nama	Sekolah	Kelas	Alamat Sekolah
17	M. Dava Samiaji	SD TLEKUNG 1	VI	Jl. Raya Tlekung No.51, Tlekung, Kec. Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur 65327
18	Denendra Kenzhi Pramudhita Kumara	SMPN 25 MALANG	III	Jl. Perumahan Jl. Bukit Tidar Kel. Merjosari Kec. Lowokwaru Kota. Malang
19	Dewangga Revano Harviananda	SDN JUNREJO 1	VIII	Jl. Hasanudin Jeding-Junrejo Batu Kec. Junrejo Kota Batu
20	Diva Ananda Putri P.	SMK MUHAMMADIYY AH 1	VI	Jl. Galunggung 37a
21	Dzaki Afifun Na'im	SDN PERCOBAAN 2	XII	Jl. Galunggung No. 2 Kec. Sukun. Kota Malang
22	Dyaz Saputra Andina Ramadhani	SMK MUHAMMADIYA H 1	IV	Jl . Galunggung 37a
23	Elysia Azka Safa Haura	SDN MERJOSARI 1	XII	Jl. Joyo Utomo No.2, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144
24	Fandi Ramadan	SDN 2 KEPUHARJO	III	Jl. Pulau Mas No.16, Kepuh Selatan, Kepuharjo, Kec. Karang Ploso, Malang, Jawa Timur 65152
25	Fakhri Habibi Al-Khalifi	SDN MERJOSARI 5 MALANG	V	Jl. Joyosari Blok 2 No.7b, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144
26	Fitri Anggraeni	SMKN 1 MALANG	V	Jl. Sonokembang Jl. Janti Bar., Bandungrejosari, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65148

No	Nama	Sekolah	Kelas	Alamat Sekolah
27	Khaisa Anazwa Rahmadani	SMPN 4 MALANG	XII	Jl. Veteran No. 37 Sumber Sari Kec. Lowokwaru Kota Malang
28	Maulidia Febyani Syakila	MI WAHID HASYIM	IX	Jl. Raya Jetis
29	Moch. Azka Aditya	SMKN 2 MALANG	V	Jl. Veteran No.17, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145
30	M. Fadil Yahya	SDN NEGERI KATAWANGGED E	X	Jl. Kerto Leksono No.93, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145
31	M. Firmansyah Putra	SDN DADAP 01	IV	Jl. Martorejo No.55, Dadaprejo, Kec. Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur 65233
32	Meysa Aurel Faradhilla	SMPN 14 MALANG	IV	Jl. Tlk. Bayur No.2, Pandanwangi, Kec. Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur 65126
33	M. Agus Rozakhy	SMKN 2 SINGOSARI	IX	Jl. Perusahaan No.20, Tanjungtirto, Singosari, Jajar, Tanjungtirto, Kec. Singosari, Malang, Jawa Timur 65153
34	Mohammad Farid Prasdiansyah	SDN KARANG BESUKI 2	XII	Jl. Raya Candi V A No.389, Karangbesuki, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65149
35	Mohammad Irvan	SMP 17 KOTA MALANG	IV	Jl. Pelabuhan Tanjung Priok No.170, Bakalankrajan, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65148

No	Nama	Sekolah	Kelas	Alamat Sekolah
36	M. Alfatih	SDN 3 RANDUAGUNG	IX	Jl. Raya Randuagung No.1, Gondang, Randuagung, Kec. Singosari, Malang, Jawa Timur 65153
37	Nazwa Siti Savana	SDN TANJUNGREJO 4	IV	Jl. Sukun Gempol No.18, Tanjungrejo, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65147
38	Nino Kirana	SDN SITIREJO 3	VI	Temu, Sitirejo, Kec. Wagir, Malang, Jawa Timur 65158
39	Nur Amanda Putri	SMKN 2 MALANG	III	Jl. VETERAN NO.17 KETAWANGGEDE KEC. LOWOKWARU, KOTA MALANG, JAWA TIMUR 65145
40	Rizanty Dwi Agista	SMKN 11 MALANG	XII	Jl. Pelabuhan Bakahuni No.1, Bakalankrajan, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65148
41	Roni Budi A	MI MAARIF SUKUN	XII	Jl. Kawi No 15 A Bareng
42	Robiatul Adawiyah	SDN 2 KEPUHARJO	V	Jl. Pulau Mas No.16, Kepuh Selatan, Kepuharjo, Kec. Karang Ploso, Malang, Jawa Timur 65152
43	Sekar Tanjung Lathifah Harfa	SMPN 13 MALANG	V	Jl Sunan Ampel Ii Malang Kec. Lowokwaru
44	Valencia Anata Wibisono	SMKN 2 MALANG	VIII	Jl. Veteran No.17, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145

No	Nama	Sekolah	Kelas	Alamat Sekolah
45	Vidya Naura Shofana	SDN SUMBERSARI 2	XII	Jl. Bend. Sutami 1 No.24, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145
46	Windi Kholifatul Nur Hidayah	SMKN 1 BATU	V	Jl. Bromo No.11, Sisir, Kec. Batu, Kota Batu, Jawa Timur 65314
47	Yurinda Nur Aini Rahmatika	SDN ARDIREJO 01	XII	Jl. Ahmad Yani No.44 B, Ardirejo, Kec. Kepanjen, Malang, Jawa Timur 65163
48	Zarra Amanita Nur	SDN DINOYO 1	IV	Jl. Mt. Haryono No.213, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144
49	Zaskia Adella Putri Z.	SDN KARANGBESUKI 1	VI	Jl. Raya Candi 3 No.1, Karangbesuki, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65149

LAMPIRAN SAMPEL IBNU SABIL

No	Nama	NIM	Fakultas	Jurusan
1	AISYAH SALSABILLAH	210101110095	FITK	Pendidikan Agama Islam
2	AZZA NURAIQA Q AYUNIN	210106110096	FITK	Manajemen Pendidikan Islam
3	ISMATUL HIDAYAH	210104110023	FITK	Pendidikan Bahasa Arab

No	Nama	NIM	Fakultas	Jurusan
4	LAILATUL NURUL MAULIDAH	210103110072	FITK	Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
5	M FIKRI FADLI	210104110018	FITK	Pendidikan Bahasa Arab
6	ELFINA SABILIYAH P	210104110047	FITK	Pendidikan Bahasa Arab
7	SANTRI KHARISMA RAMADANI	210101110079	FITK	Pendidikan Agama Islam
8	DILA FITRI AZAHRA	210103110076	FITK	Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
9	AHMAD JAMALUDDIN	210104110093	FITK	Pendidikan Bahasa Arab
10	PUJA SHINTA NURIYAH	210103110041	FITK	Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
11	AZKA AMARA METRIYANDANI	220107110011	FITK	Tadris Bahasa Inggris
12	ZAKIA MARYAM RAIHANA ISMAIL	220104110016	FITK	Pendidikan Bahasa Arab
13	JA'FAR SHODIK	230104110121	FITK	Pendidikan Bahasa Arab
14	HAFSAH 'ABIDATUL MU'AZAROH	230101110205	FITK	Pendidikan Agama Islam
15	ANGGUN NAJLA FITRI	230101110013	FITK	Pendidikan Agama Islam
16	LINTANG ULUL AZMI SYAIRA	230101110111	FITK	Pendidikan Agama Islam
17	FAIZZATIN NURONIA	230107110012	FITK	Tadris Bahasa Inggris
18	FARADILA NUR AZIZAH	230101110078	FITK	Pendidikan Agama Islam
19	MUHAMMAD ARSYADULLAH	210201110200	SYARIAH	Hukum Keluarga Islam

No	Nama	NIM	Fakultas	Jurusan
20	AVITA RATRI CAHYANINGRUM	210202110124	SYARIAH	Hukum Keluarga Islam
21	RUMANTUL JANNAH	210201110108	SYARIAH	Hukum Keluarga Islam
22	YULI KURNIAWATI S	210201110147	SYARIAH	Hukum Keluarga Islam
23	AZIRILDA SALFA AURELYATUZZAHRA	230201110028	SYARIAH	Hukum Keluarga Islam
24	AROFATUS SUKMA WAHYUDINILLAH	230204110024	SYARIAH	Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir
25	NUR ANISA	230203110113	SYARIAH	Hukum Tata Negara
26	DIMAS RANGGA ADITYA	220401110150	PSIKOLOG I	Psikologi
27	CHUSNUL NURUL HIDAYAH	220401110142	PSIKOLOG I	Psikologi
28	SYAHIERA NURSYAH	230401110020	PSIKOLOG I	Psikologi
29	FIRDY AZHAR BASTHOMI	210607110073	SAINTEK	Perpustakaan Dan Sains Informasi
30	ZULAIHA	220601110073	SAINTEK	Matematika
31	SALMAN	220601110103	SAINTEK	Matematika
32	MUHAMAD HAFISH ASHSHIDIQI ROMADON	220601110097	SAINTEK	Matematika
33	ROJI ROHMATILLAH	230605110196	SAINTEK	Teknik Informatika
34	NAILIL MUNA KAMILA	210302110168	HUMANIO RA	Sastra Inggris
35	MAULIDYA MARTA ZALSABILA	230301110142	HUMANIO RA	Bahasa Dan Sastra Arab

No	Nama	NIM	Fakultas	Jurusan
36	M FIKRIE KHAIDAR ALI SYAHPUTRA	210501110271	EKONOMI	Manajemen
37	AKHMAD SYIFAUL JANAN	210503110069	EKONOMI	Perbankan Syariah
38	TRI NURRIZKAN ASHSIDIQIN	230502110205	EKONOMI	Akuntansi
39	TARSADI	220701110014	FKIK	Pendidikan Dokter
40	SABRINA FASA FARADIS	220703110068	FKIK	Farmasi
41	TSANIYATUZ ZAHROH FIRDAUSI	220703110098	FKIK	Farmasi
42	RIA NAJJA NILA NAFIAH	230703110158	FKIK	Farmasi
43	HANA INDAH CHANTIKA PRATIWI	230703110124	FKIK	Farmasi

LAMPIRAN OLAH DATA

UJI VALIDITAS X1

		Correlations			
		Kehandalan	Kehandalan	Kehandalan	Total
Kehandalan	Pearson Correlation	1	,372**	,404**	,769**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	85	85	85	85
Kehandalan	Pearson Correlation	,372**	1	,403**	,761**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	85	85	85	85
Kehandalan	Pearson Correlation	,404**	,403**	1	,785**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	85	85	85	85
Total	Pearson Correlation	,769**	,761**	,785**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	85	85	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI VALIDITAS X2

		Correlations			
		Daya Tanggap	Daya Tanggap	Daya Tanggap	Total
Daya Tanggap	Pearson Correlation	1	,369**	,372**	,752**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	85	85	85	85
Daya Tanggap	Pearson Correlation	,369**	1	,359**	,772**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	85	85	85	85
Daya Tanggap	Pearson Correlation	,372**	,359**	1	,756**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	85	85	85	85
Total	Pearson Correlation	,752**	,772**	,756**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	85	85	85	85

UJI VALIDITAS X3

Correlations

		jaminan	jaminan	Total
jaminan	Pearson Correlation	1	,463**	,839**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001
	N	85	85	85
jaminan	Pearson Correlation	,463**	1	,871**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001
	N	85	85	85
Total	Pearson Correlation	,839**	,871**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	
	N	85	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI VALIDITAS X4

Correlations

		Empati	Empati	Empati	Total
Empati	Pearson Correlation	1	,322**	,344**	,763**
	Sig. (2-tailed)		,003	,001	<,001
	N	85	85	85	85
Empati	Pearson Correlation	,322**	1	,401**	,716**
	Sig. (2-tailed)	,003		<,001	<,001
	N	85	85	85	85
Empati	Pearson Correlation	,344**	,401**	1	,783**
	Sig. (2-tailed)	,001	<,001		<,001
	N	85	85	85	85
Total	Pearson Correlation	,763**	,716**	,783**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	85	85	85	85

UJI VALIDITAS X5

Correlations

		Bukti Fisik	Bukti Fisik	Bukti Fisik	Total
Bukti Fisik	Pearson Correlation	1	,364**	,393**	,775**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	85	85	85	85
Bukti Fisik	Pearson Correlation	,364**	1	,382**	,745**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	85	85	85	85
Bukti Fisik	Pearson Correlation	,393**	,382**	1	,777**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	85	85	85	85
Total	Pearson Correlation	,775**	,745**	,777**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	85	85	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI VALIDITAS Y

		Kepuasan	Kepuasan	Kepuasan	Total
Kepuasan	Pearson Correlation	1	,379**	,349**	,750**
	Sig. (2-tailed)		<,001	,001	<,001
	N	85	85	85	85
Kepuasan	Pearson Correlation	,379**	1	,346**	,744**
	Sig. (2-tailed)	<,001		,001	<,001
	N	85	85	85	85
Kepuasan	Pearson Correlation	,349**	,346**	1	,773**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001		<,001
	N	85	85	85	85
Total	Pearson Correlation	,750**	,744**	,773**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	85	85	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI REABILITAS X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,660	3

UJI REABILITAS X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,634	3

UJI REABILITAS X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,631	2

UJI REABILITAS X4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,616	3

UJI REABILITAS X5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,647	3

UJI REABILITAS Y

Reliability Statistics

UJI NORMALITAS

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		85	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,42025891	
Most Extreme Differences	Absolute	,071	
	Positive	,070	
	Negative	-,071	
Test Statistic		,071	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,347	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,334
		Upper Bound	,359

UJI HETEROKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,931	,944		3,104	,003
	Kehandalan	-,129	,048	-,295	-2,671	,009
	Daya Tanggap	,006	,057	,013	,112	,911
	Jaminan	,042	,090	,058	,465	,643
	Empati	-,084	,048	-,198	-1,777	,079
	Bukti Fisik	,021	,059	,041	,349	,728

a. Dependent Variable: Abs_RES

UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,931	,944		3,104	,003		
	Kehandalan	-,129	,048	-,295	-2,671	,009	,899	1,112
	Daya Tanggap	,006	,057	,013	,112	,911	,790	1,266
	Jaminan	,042	,090	,058	,465	,643	,718	1,393
	Empati	-,084	,048	-,198	-1,777	,079	,888	1,126
	Bukti Fisik	,021	,059	,041	,349	,728	,899	1,112

Double-click to activate

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,000	1,595		1,254	,214
	Kehandalan	,204	,082	,237	2,487	,015
	Daya Tanggap	,268	,097	,282	2,772	,007
	Jaminan	,147	,153	,102	,959	,340
	Empati	,105	,080	,125	1,303	,196
	Bukti Fisik	,176	,100	,177	1,754	,083

a. Dependent Variable: Kepuasan

UJI T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,000	1,595		1,254	,214
	Kehandalan	,204	,082	,237	2,487	,015
	Daya Tanggap	,268	,097	,282	2,772	,007
	Jaminan	,147	,153	,102	,959	,340
	Empati	,105	,080	,125	1,303	,196
	Bukti Fisik	,176	,100	,177	1,754	,083

a. Dependent Variable: Kepuasan

UJI F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	93,337	5	18,667	8,704	<,001 ^b
	Residual	169,439	79	2,145		
	Total	262,776	84			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Empati, Jaminan

UJI DETERMINASI R²

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,596 ^a	,355	,314	1,46451	1,906

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Empati, Jaminan

b. Dependent Variable: Kepuasan

HASIL JAWABAN RESPONDEN

No Res p.	Jeni s Asn af	X1 Kehandalan			Jum lah	X2 Daya Tanggap			Jum lah	X3 Jaminan		Jum lah
1	1	4	4	3	11	4	4	3	11	4	5	9
2	1	5	4	4	13	3	4	4	11	3	4	7
3	1	4	3	5	12	5	4	5	14	5	4	9
4	1	4	4	3	11	4	2	3	9	4	5	9
5	1	5	5	4	14	4	3	3	10	5	4	9
6	1	5	4	4	13	5	4	4	13	4	4	8
7	1	3	4	5	12	3	4	5	12	3	4	7
8	1	4	3	4	11	3	2	4	9	4	3	7
9	1	4	5	3	12	4	5	3	12	4	5	9
10	1	5	3	4	12	4	4	4	12	4	4	8
11	1	4	4	3	11	5	4	3	12	5	4	9
12	1	5	4	4	13	4	2	3	9	4	4	8
13	1	3	4	5	12	4	5	4	13	4	5	9
14	1	4	3	5	12	5	4	4	13	4	4	8
15	1	4	5	4	13	5	4	5	14	4	5	9
16	1	5	4	5	14	4	5	5	14	5	5	10
17	1	5	4	5	14	4	5	5	14	4	4	8
18	1	5	5	5	15	5	4	3	12	5	4	9
19	1	5	4	4	13	3	4	3	10	4	3	7

20	1	4	3	5	12	4	5	4	13	5	4	9
21	1	3	3	4	10	4	3	4	11	5	4	9
22	1	5	3	4	12	5	4	4	13	5	4	9
23	1	4	4	3	11	4	4	5	13	4	4	8
24	1	5	4	4	13	4	4	5	13	5	4	9
25	1	5	4	3	12	4	5	3	12	5	5	10
26	1	4	3	4	11	5	4	5	14	4	3	7
27	1	5	4	4	13	4	4	5	13	4	4	8
28	1	5	4	4	13	5	4	3	12	4	4	8
29	1	5	3	4	12	5	4	4	13	5	3	8
30	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	8
31	1	4	3	5	12	4	5	4	13	5	5	10
32	1	4	4	5	13	4	4	5	13	4	4	8
33	1	5	4	4	13	5	4	4	13	5	4	9
34	1	5	3	2	10	4	3	5	12	5	4	9
35	1	3	4	4	11	4	4	3	11	4	5	9
36	1	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	8
37	1	4	3	5	12	3	4	5	12	4	3	7
38	1	5	4	4	13	4	3	5	12	4	5	9
39	1	3	3	4	10	3	4	3	10	4	4	8
40	2	3	4	4	11	5	4	4	13	4	5	9
41	1	4	5	4	13	5	4	5	14	4	4	8
42	2	5	4	5	14	4	5	4	13	5	4	9
43	1	4	3	3	10	4	4	4	12	5	5	10
44	1	5	4	5	14	4	5	5	14	4	4	8
45	2	4	3	5	12	4	4	5	13	4	5	9
46	1	3	2	4	9	5	5	4	14	4	4	8
47	1	4	5	4	13	4	5	4	13	5	5	10
48	2	5	4	3	12	4	5	4	13	4	3	7
49	1	4	5	5	14	4	4	5	13	4	5	9

50	2	5	4	4	13	5	4	4	13	5	4	9
51	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	10
52	2	5	4	5	14	4	5	4	13	4	5	9
53	1	5	4	4	13	5	5	4	14	5	4	9
54	2	4	3	3	10	4	3	4	11	4	3	7
55	1	4	5	5	14	4	5	4	13	5	5	10
56	1	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	10
57	2	4	3	5	12	3	4	4	11	4	4	8
58	1	4	2	4	10	5	4	5	14	5	5	10
59	2	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	6
60	1	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	10
61	1	3	5	4	12	5	5	5	15	4	4	8
62	2	4	3	4	11	3	3	2	8	4	3	7
63	1	4	5	5	14	5	4	5	14	5	5	10
64	2	4	5	4	13	4	2	4	10	5	5	10
65	2	5	4	5	14	5	4	5	14	5	5	10
66	2	5	4	3	12	4	4	3	11	3	3	6
67	2	4	2	2	8	4	3	3	10	4	3	7
68	2	4	2	3	9	2	3	4	9	4	5	9
69	2	3	5	4	12	4	3	4	11	3	3	6
70	2	3	3	3	9	4	5	5	14	4	3	7
71	2	2	3	2	7	2	2	2	6	2	2	4
72	2	4	3	3	10	3	2	3	8	5	5	10
73	2	5	4	4	13	3	5	3	11	4	3	7
74	2	2	3	2	7	4	4	4	12	5	5	10
75	2	4	3	4	11	3	4	4	11	3	3	6
76	2	2	2	3	7	5	5	4	14	5	5	10
77	2	4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	9
78	2	2	2	2	6	4	3	4	11	4	4	8
79	2	4	3	4	11	4	5	5	14	5	4	9

80	2	3	3	3	9	5	4	4	13	4	4	8
81	2	2	3	2	7	4	5	5	14	3	4	7
82	2	3	3	2	8	5	5	4	14	4	5	9
83	2	5	4	4	13	4	5	4	13	3	4	7
84	2	5	5	5	15	2	3	2	7	4	3	7
85	2	4	3	4	11	3	4	4	11	3	4	7

No Resp.	Jenis Asnaf	X4 Empati			Jumlah	X5 Bukti Fisik			Jumlah	Y Kepuasan			Jumlah
1	1	5	2	3	10	5	4	4	13	5	4	5	14
2	1	4	3	5	12	4	4	5	13	4	5	5	14
3	1	2	4	5	11	5	3	4	12	5	4	4	13
4	1	4	5	3	12	4	5	4	13	4	5	3	12
5	1	2	4	4	10	4	3	4	11	5	4	4	13
6	1	2	4	4	10	3	4	4	11	4	4	4	12
7	1	3	4	5	12	3	4	4	11	4	5	5	14
8	1	4	4	4	12	3	4	4	11	5	4	4	13
9	1	4	5	3	12	4	4	3	11	4	5	3	12
10	1	5	4	5	14	5	4	5	14	4	4	4	12
11	1	2	4	3	9	5	4	4	13	5	4	3	12
12	1	3	3	2	8	4	5	4	13	4	4	5	13
13	1	3	4	5	12	4	4	5	13	4	3	5	12
14	1	4	4	2	10	4	5	4	13	5	4	4	13
15	1	4	5	4	13	5	4	5	14	4	5	4	13
16	1	5	4	4	13	4	4	4	12	5	4	5	14
17	1	4	2	4	10	5	4	5	14	4	4	5	13
18	1	5	4	5	14	4	5	4	13	5	5	4	14
19	1	2	3	4	9	5	4	4	13	5	4	4	13
20	1	4	4	5	13	4	3	4	11	5	4	4	13

21	1	5	4	5	14	3	4	5	12	4	5	3	12
22	1	4	3	5	12	4	4	4	12	5	4	4	13
23	1	4	4	2	10	3	5	5	13	4	3	5	12
24	1	5	4	4	13	4	4	3	11	5	4	4	13
25	1	4	4	3	11	4	3	4	11	4	4	3	11
26	1	2	4	4	10	5	4	3	12	5	4	3	12
27	1	3	4	5	12	4	5	3	12	5	4	3	12
28	1	5	4	5	14	3	4	4	11	5	4	4	13
29	1	5	4	5	14	4	3	4	11	4	5	4	13
30	1	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	12
31	1	5	4	4	13	5	4	4	13	4	5	3	12
32	1	4	4	5	13	4	4	5	13	4	4	5	13
33	1	4	3	3	10	4	5	4	13	5	4	3	12
34	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	4	4	13
35	1	4	4	5	13	5	5	4	14	4	3	5	12
36	1	5	5	5	15	3	4	3	10	4	5	4	13
37	1	5	4	3	12	4	4	5	13	5	5	5	15
38	1	4	5	5	14	5	4	4	13	3	4	5	12
39	1	5	5	4	14	4	4	5	13	4	5	4	13
40	2	5	4	3	12	4	3	4	11	4	5	4	13
41	1	4	5	4	13	5	5	4	14	4	4	5	13
42	2	5	4	5	14	4	4	5	13	5	4	4	13
43	1	4	5	4	13	4	4	5	13	4	5	4	13
44	1	5	4	4	13	5	4	5	14	4	4	4	12
45	2	5	4	5	14	4	4	3	11	5	4	4	13
46	1	5	4	5	14	4	4	5	13	4	4	5	13
47	1	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	5	15
48	2	4	4	5	13	3	4	4	11	5	4	5	14
49	1	5	4	5	14	4	4	4	12	5	5	4	14
50	2	4	4	5	13	4	4	5	13	3	4	4	11

51	1	4	5	4	13	5	4	5	14	5	4	5	14
52	2	5	4	4	13	3	4	4	11	5	4	4	13
53	1	5	4	5	14	5	4	4	13	4	5	5	14
54	2	4	4	3	11	3	4	3	10	5	4	3	12
55	1	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	4	14
56	1	4	5	4	13	5	5	4	14	5	4	5	14
57	2	5	4	4	13	3	3	4	10	4	4	3	11
58	1	5	4	5	14	4	4	3	11	5	5	5	15
59	2	5	3	4	12	3	4	4	11	3	4	3	10
60	1	4	2	2	8	5	5	5	15	4	5	5	14
61	1	5	5	5	15	4	5	5	14	4	4	5	13
62	2	2	2	3	7	3	4	5	12	4	4	3	11
63	1	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15
64	2	2	3	2	7	4	4	5	13	4	3	4	11
65	2	4	4	5	13	5	5	4	14	3	4	4	11
66	2	3	3	4	10	3	4	3	10	4	3	3	10
67	2	5	5	4	14	4	5	5	14	4	3	3	10
68	2	4	5	5	14	4	5	5	14	3	4	5	12
69	2	3	4	4	11	3	3	4	10	3	4	3	10
70	2	4	5	4	13	3	4	3	10	5	4	4	13
71	2	3	4	3	10	3	3	4	10	3	3	2	8
72	2	4	3	2	9	2	3	2	7	2	3	2	7
73	2	4	3	2	9	3	3	4	10	4	5	4	13
74	2	5	4	5	14	5	4	5	14	3	4	3	10
75	2	2	3	4	9	4	2	3	9	4	3	3	10
76	2	2	2	2	6	5	4	5	14	5	5	5	15
77	2	4	3	4	11	4	5	5	14	4	3	4	11
78	2	3	4	4	11	5	5	5	15	2	2	3	7
79	2	3	5	4	12	5	5	4	14	4	3	3	10
80	2	5	4	3	12	4	5	5	14	5	5	4	14

81	2	2	3	3	8	3	2	2	7	3	3	2	8
82	2	4	3	4	11	4	3	3	10	5	4	5	14
83	2	4	3	4	11	3	3	4	10	4	3	3	10
84	2	5	5	5	15	5	5	4	14	4	3	3	10
85	2	2	3	2	7	2	3	2	7	3	2	3	8



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 210503110086
 Nama : Ahmad Roni Taufiqi
 Fakultas : Ekonomi
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Dosen Pembimbing : Dr. Irmayanti Hasan, ST., M.M
 Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN LEMBAGA AMIL ZAKAT TERHADAP KEPUASAN MUSTAHIK (STUDI PADA MUSTAHIK EL-ZAWA UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	13 Februari 2025	Latar Belakang Terkait Kualitas layanan di el-Zawa Gap Research di Bab 1	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	20 Februari 2025	Sitasi Dosen FE Terkait Judul Jurnal Nasional 5 dan internasional 5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	27 Februari 2025	Perbaikan daftar pustaka Pemisahan Poin Indikator Perspektif islam tiap indikator Perbaikan kolom definisi operasional variabel	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	6 Maret 2025	ACC	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	24 April 2025	Pembahasan bab 4 dan menulis Abstrak	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	2 Mei 2025	Revisi kesimpulan	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	6 Mei 2025	Penomoran dan daftar isi	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	14 Mei 2025	ACC	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Dosen Pembimbing



HASIL TURNITIN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN LEMBAGA AMIL ZAKAT TERHADAP KEPUASAN MUSTAHIK (STUDI PADA MUSTAHIK EL- ZAWA UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)

ORIGINALITY REPORT

24%	23%	13%	8%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
2	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	2%
3	jurnal.peneliti.net Internet Source	1%
4	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
5	123dok.com Internet Source	1%
6	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1%
7	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1%
8	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%

SURAT BEBAS PLAGIASI

7/1/25, 1:16 PM

Print Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitriyah, MM
NIP : 197609242008012012
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Ahmad Roni Taufiqi
NIM : 210503110086
Konsentrasi : Entrepeneur
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN LEMBAGA AMIL ZAKAT TERHADAP KEPUASAN MUSTAHIK (STUDI PADA MUSTAHIK EL-ZAWA UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
24%	23%	13%	8%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 1 Juli 2025

UP2M



Fitriyah, MM

BIODATA PENELITI



Nama Lengkap : Ahmad Roni Taufiqi
Tempat, tanggal lahir : Situbondo, 16 Desember 2002
Alamat Asal : KP. Semambung Utara RT 002 RW 001
Alamat Kos : Jl Tlogosari No. 644 Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur
Telepon/Hp : 082139717548
E-mail : ronitaufigi2002@gmail.com
Instagram : ronitaufigi

Pendidikan Formal

2007-2008 : Paud Lestari Semambung
2008-2014 : SD Negeri 2 Semambung
2014-2017 : SMP Al- Mashduqiah
2017-2020 : MA Al-Mashduqiah
2021-2025 : Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

- Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN
Maliki Malang
- Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris UIN
Maliki Malang