

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Zakat

1. Pengertian Manajemen Zakat

Kata manajemen dalam bahasa Arab disebut dengan istilah idarah dan tadbir. Kata idarah dalam al-Qur'an tidak ditemukan, sedangkan kata tadbir bisa ditemukan meskipun menggunakan bentuk fi'il mudhari' (kata kerja) yaitu yudabbir. Dalam al Qur'an menggunakan kata yudabbir sebanyak 6 kali, antara lain dalam QS. Yunus: 3 dan 31. Dalam dua ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah lah yang memanage semua urusan di langit dan di bumi seperti kehidupan, kematian rizki, pendengaran, dan penglihatan.

Manajemen zakat merupakan kegiatan, perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan pendistribusian serta pendayagunaan serta penanggungjawaban harta zakat agar harta zakat tersebut dapat diserahkan kepada orang-orang yang berhak menerimanya dengan aturan-aturan yang telah ditentukan dalam syara' sehingga dapat tercapai misi utama zakat yaitu untuk mengentaskan kemiskinan.¹

¹ Mochlasin, *Manajemen Zakat Dan Wakaf Di Indonesia*, (Jawa Tengah: STAIN Salatiga Pers, 2014). hlm. 5

2. Tujuan Pengelolaan Zakat

Definisi zakat ialah pranata keagamaan yang memiliki tujuan yaitu berguna dalam meningkatkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Sehingga perlu di atur untuk meningkatkan daya gunanya serta hasil guna dalam pengelolaannya haruslah sesuai syariat Islam. Sesuai dengan UU zakat yang baru No. 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat yaitu:²

- a. Meningkatkan efektifitas serta efisiensi pelayanan serta pengelolaan dalam zakat
- b. Manfaat zakat dapat meningkat guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat serta penanggulangan masalah ekonomi seperti kemiskinan, sosial, kesehatan, peningkatan dakwah Islam.

3. Lembaga Pengelolaan Zakat

Sesuai isi dari undang-undang No 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, terdapat dua lembaga yang mempunyai tugas sebagai pengelola hingga pendayagunaan zakat. Dua lembaga tersebut adalah BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) dan LAZ (Lembaga Amil Zakat).

BAZNAS adalah sebuah lembaga yang pembentuknya ialah pemerintah pusat yang mempunyai tugas sebagai pengelola zakat secara nasional. Secara kelembagaan BAZNAS bersifat mandiri, non-structural dan berpusat di Jakarta. Baznas bertanggung jawab kepada

² *Ibid.*, hlm. 8

presiden melalui Menteri Agama. Sedangkan LAZ ialah sebuah lembaga yang terbentuk atas inisiatif masyarakat.

4. Manajemen Pengawasan Lembaga Pengelola Zakat

Supaya pengawasan lembaga pengelola zakat berjalan sesuai dengan ilmu manajemen dan syariat Islam, maka dalam pengawasan lembaga dibedakan menjadi dua yakni:³

- a. Secara fungsional, pengawasan yang telah built in, melekat pada diri setiap amil. Dengan pengawasan sejak dini penyimpangan telah dikikis oleh setiap amil.
- b. Secara formal, lembaga zakat memiliki dewan syariah. Kedudukannya di lembaga secara struktur bersifat formal dan disahkan melalui surat keputusan oleh badan pendiri.

Hak serta wewenang dari dewan syariah ialah melegalisasi serta mengesahkan setiap program dari lembaga zakat. Dewan syariat juga memiliki hak untuk menghentikan program apabila menyimpang dengan syariat.

B. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut wyckof kualitas jaasa adalah tingkat keunggulan yang telah diharapkan dan suatu pengendalian dari keunggulan yang digunakan untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan.⁴

³ *Ibid.*, hlm 23.

Berdasarkan definisi diatas bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Terdapat delapan dimensi kualitas yang dapat digunakan sebagai perencanaan strategi dan analisis. Dimensi – dimensi tersebut adalah :

- a. Kinerja (*performance*)
- b. Ciri – ciri atau keistimewaan tambahan (*features*)
- c. Keandalan (*reliability*)
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*comformance to spesifications*)
- e. Daya tahan (*durability*)
- f. *Serviceability*
- g. Estetika
- h. Kualitas yang dipresepsikan (*perceived quality*)

3. Indikator Kualitas Pelayanan

Pendapat dari Parasuraman didalam mengevaluasi jasa yang tidak berwujud, konsumen biasanya mempergunakan beberapa indikator yaitu sebagai berikut :⁵

- a. Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung yaitu terdiri dari fasilitas, pegawai, sarana komunikasi, dan perlengkapan.

⁴ Fandy Ciptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2011), hlm. 331.

⁵ *Ibid.*, hlm. 26.

b. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan yang akan diberikan dengan akurat, segera, dan memuaskan.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tanggapan merupakan keinginan dari para karyawan dan para staf untuk dapat membantu pelanggannya dan memberikan pelayanan dengan baik.

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan menyangkut dengan kesopanan, kemampuan, dan pengetahuan, serta sifat yang jujur dalam diri para staf, risiko, keraguan, dan bebas dari bahaya.

e. Empati (*Emphaty*)

Empati meliputi komunikasi yang sangat baik, perhatian secara pribadi, kemudahan dalam berkomunikasi, dan memahami kebutuhan dari para pelanggannya.

4. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Faktor–faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut Adya dan Atep adalah sebagai berikut :⁶

a. Kemampuan Karyawan dalam Memberikan Sebuah Pelayanan

Pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan dapat diberikan apabila karyawan memiliki kemampuan kerja yang maksimal.

b. Pola Manajemen Perusahaan

⁶ Atep Adya Barata, *Dasar – Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka, 2003) hlm. 27.

Pola dalam manajemen yang dapat mensejahterakan dan tidak membebani karyawan sehingga bias mendukung semua karyawan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.

c. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Karyawan perlu dikembangkan kemampuan dan potensinya sehingga nantinya dapat memberi pelayanan yang berkualitas.

d. Keselarasan Hubungan Kerja

Pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan dapat didukung dengan adanya hubungan kerja yang selaras diantara karyawan karena menciptakan situasi kekraban dan kehangatan.

e. Motivasi Kerja Karyawan

Karyawan yang memiliki motivasi kerja tinggi akan bekerja dan menampilkan performansi kerja yang maksimal, salah satunya yaitu dalam memberika pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

f. Kebijakan Pemberian Insentif

Pemberian insentif yang adil sesuai dengan prestasi kerja dan kontribusi karyawan kepada perusahaan akan menciptakan kepuasan kerja karyawan dan mendukung ke arah terciptanya kualitas pelayanan kepada pelanggan.

5. Teori Kualitas Pelayanan Terhadap Minat

a. Teori Manajemen Perilaku

Hasil penelitian dari Elton Mayo ini mengarah pada pengakuan akan pentingnya faktor psikologis dan sosial dalam menciptakan organisasi yang produktif. Ini memunculkan Teori Hubungan Manusia yang menyimpulkan bahwa karyawan lebih termotivasi oleh faktor-faktor seperti menjadi bagian dari kelompok dan perhatian pribadi daripada materi yang berupa uang saja atau bahkan kondisi kerjanya. Pendekatan manajemen yang berorientasi pada orang ini mengharuskan para manajer untuk mengakui kompleksitas sifat manusia dan nilai ikatan sosial di tempat kerja.⁷

b. Teori Manajemen Administratif

Fayol memeriksa sebuah organisasi melalui kacamata para manajer dan situasi yang mungkin mereka hadapi. Henry Fayol percaya bahwa manajemen memiliki enam fungsi terpenting yaitu untuk meramalkan, merencanakan, mengatur, memerintahkan, mengoordinasikan dan mengendalikan. Fayol juga mengembangkan 14 prinsip administrasi yang menguraikan bagaimana manajer harus mengatur dan berinteraksi dengan karyawan.⁸

⁷ Runik Puji Rahayu, Nurul Alfian, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Jasa Pt. Almuna *Tour And Travel* Bugih Pamekasan, *AKTIVA Jurnal Akuntansi dan Investasi*, Vol 5, No 1, Mei 2019

⁸ Chandra Dewi, Nuryati, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Minat Beli Konsumen Di Rumah Makan Boga – Bogi Surakarta, *Informatika Edisi September 2014*. Vol.1 No. 2 ISSN 2337 - 5213

c. Teori Manajemen Ilmiah

Taylor memperkenalkan standarisasi dan spesialisasi dengan menyarankan bahwa tugas-tugas di tempat kerja dipecah menjadi urutan langkah-langkah yang lebih kecil. Taylor juga menyimpulkan bahwa manajer harus menugaskan pekerja ke pekerjaan yang paling sesuai dengan kemampuan mereka, melatih mereka secara menyeluruh dan mengawasi mereka untuk memastikan bahwa mereka mampu bekerja secara efisien. Bentuk murni dari Teori Taylor yang hanya fokus pada pencapaian efisiensi di tempat kerja dan menggunakan cara optimal untuk menyelesaikan tugas yang diberikan dengan mengabaikan sisi kemanusiaan individunya ini sudah tidak banyak dipraktikkan saat ini.⁹

C. Motivasi

1. Pengertian Motivasi

Motivasi memiliki arti yaitu suatu proses seseorang atau individu yang telah mengenal akan kebutuhannya dan segera mengambil suatu tindakan agar bias memuaskan kebutuhannya tersebut. Arti motivasi juga bisa didefinisikan sebagai kekuatan yang berasal dari luar maupun dari dalam yang dapat mendorong seseorang agar mencapai suatu

⁹ Umar Bakti, Hairudin dan Maria Septijantini Alie, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung”, *Jurnal Ekonomi*, Vol 22, No 1 2020

tujuan yang telah direncanakan. Pengertian dari motivasi itu sendiri yaitu bahwa suatu motivasi dapat menjadi landasan individu untuk melakukan aktifitas.¹⁰

2. Jenis–Jenis Motivasi

Terkait aspek menimbulkannya, motivasi dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu motivasi berupa intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik yaitu motivasi yang timbulnya tidak perlu memerlukan adanya rangsangan dari pihak luar dikarenakan memang sudah ada didalam diri individu itu sendiri, yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Sedangkan yang dimaksud motivasi ekstrinsik yaitu timbul karena ada rangsangan dari pihak luar individu.¹¹

Menurut Mumi S dan Soeprihantono, motivasi terbagi kedalam dua jenis yaitu sebagai berikut:

- a. Motivasi positif adalah suatu proses yang dapat mempengaruhi orang lain dengan memberikan suatu penambahan pada tingkat kepuasan tertentu.
- b. Motivasi negatif adalah proses yang dapat mempengaruhi orang lain yang akan menjalankan dan melaksanakan sesuatu dengan terpaksa.

3. Faktor yang Mempengaruhi Motivasi

Aspek-aspek yang mempengaruhi motivasi atau menentukan intensitas dari motivasi dikenal sebagai dimensi motivasi. Sedangkan

¹⁰ Ferrinadewi, *Merek dan Psikologi Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008) hlm. 13.

¹¹ Hamzah B Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011) hlm. 4.

menurut Hamzah B. Uno mengatakan bahwa motivasi adalah dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang untuk mengadakan perubahan tingkah laku, yang mempunyai indikator sebagai berikut, faktor intrinsik yaitu:

- a. Adanya hasrat dan keinginan berhasil
- b. Adanya dorongan dan kebutuhan
- c. Adanya harapan dan cita-cita masa depan
- d. Adanya penghargaan
- e. Adanya kegiatan yang menarik
- f. Adanya lingkungan yang baik.¹²

4. Indikator Motivasi

Menurut Maslow dalam Hasibuan mengemukakan bahwa lima hirarki kebutuhan manusia adalah sebagai berikut:¹³

a. Kebutuhan Fisiologis (*Physiological Needs*)

Physiological Needs yaitu kebutuhan untuk mempertahankan hidup. Yang termasuk ke dalam kebutuhan ini adalah kebutuhan makan, minum, perumahan, dan sebagainya. Keinginan untuk memenuhi kebutuhan ini merangsang seseorang berperilaku atau bekerja giat.

b. Kebutuhan Rasa Aman (*Safety and Security Needs*)

¹² Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008) hlm. 22.

¹³ Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 120.

Safety and Security Needs adalah kebutuhan akan kebebasan dari ancaman yakni merasa aman dari ancaman kecelakaan dan keselamatan dalam melaksanakan pekerjaan.

- c. Kebutuhan Sosial Atau Rasa Memiliki (*Affiliation or Acceptance Needs*)

Affiliation or Acceptance Needs adalah kebutuhan sosial, teman, afiliasi, interaksi, dicintai dan mencintai, serta diterima dalam pergaulan kelompok pekerja dan masyarakat lingkungannya.

- d. Kebutuhan Harga diri (*Esteem or Status Needs*)

Esteem or Status Needs adalah kebutuhan akan penghargaan diri dan pengakuan serta penghargaan prestise dari karyawan dan masyarakat lingkungannya.

- e. Kebutuhan Aktualisasi diri (*Self Actualization*)

Self Actualization adalah kebutuhan akan aktualisasi diri dengan menggunakan kemampuan, keterampilan, dan potensi optimal untuk mencapai prestasi kerja yang sangat memuaskan.

5. Teori Motivasi Terhadap Minat

- a. Teori Abraham H. Maslow (Teori Kebutuhan)

Teori motivasi yang dikembangkan oleh Abraham H. Maslow pada intinya berkisar pada pendapat bahwamanusia mempunyai lima tingkat atau hierarki kebutuhan, yaitu : (1) kebutuhan fisiologikal (*physiologicalneeds*), seperti : rasa lapar, haus, istirahat dan *sex*; (2) kebutuhan rasa aman (*safety needs*), tidak dalam arti

fisiksemata, akan tetapi juga mental, psikologikal dan intelektual; (3) kebutuhan akan kasih sayang (*love needs*); (4)kebutuhan akan harga diri (*esteem needs*), yang pada umumnya tercermin dalam berbagai simbol-simbol status;dan (5) aktualisasi diri (*self actualization*), dalam arti tersedianya kesempatan bagi seseorang untukmengembangkan potensi yang terdapat dalam dirinya sehingga berubah menjadi kemampuan nyata.¹⁴

b. Teori Penetapan Tujuan (*Goal Setting Theory*)

Edwin Locke mengemukakan bahwa dalam penetapan tujuan memiliki empat macam mekanisme motivasional yakni : (a) tujuan-tujuan mengarahkan perhatian; (b) tujuan-tujuan mengatur upaya; (c) tujuan-tujuan meningkatkan persistensi; dan (d) tujuan-tujuan menunjang strategi-strategi dan rencana-rencana kegiatan.¹⁵

c. Teori Victor H. Vroom (Teori Harapan)

Victor H. Vroom, dalam bukunya yang berjudul “*Work And Motivation*” mengetengahkan suatu teori yang disebutnya sebagai “Teori Harapan”. Menurut teori ini, motivasi merupakan akibat suatu hasil dari yang ingin dicapai oleh seorang dan perkiraan yang bersangkutan bahwa tindakannya akan mengarah kepada hasil yang diinginkannya itu. Artinya, apabila seseorang sangat menginginkan

¹⁴Zuhrina Aidha, “Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”, *Jurnal JUMANTIK*, Vol. 1 No.1 Nopember 2016

¹⁵Amni Fauziah, Asih Rosnaningsih, Samsul Azhar, “Hubungan Antara Motivasi Belajar Dengan Minat Belajar Siswa Kelas Iv Sdn Poris Gaga 05 Kota Tangerangjurnal”, *JPSD*, Vol. 4No. 1Tahun 2017ISSN 2356-3869 (Print), 2614-0136(Online)

sesuatu, dan jalan tampaknya terbuka untuk memperolehnya, yang bersangkutan akan berupaya mendapatkannya.¹⁶

D. Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Religiusitas yang berasal dari bahasa latin yaitu *religio*, dari kata *religare* yang artinya mengikat. Religious merujuk pada suatu hal yang dirasakan sangat mendalam dan bersentuhan dengan suatu keinginan individu didalam masyarakat. Agama (*religion*) juga berasal dari bahasa latin *religio* yang artinya ikatan bersama.

Menurut pendapat Durkheim suatu keyakinan bersifat perseorangan dan sangat mempengaruhi cara berperilaku dan berfikir seseorang. Istilah dalam agama sering disamakan dengan istilah yang lain seperti religi (*religion*: bahasa Inggris) dan (*ad-diin*: bahasa Arab), yang pada dasarnya istilah semua itu bermakna sama dalam teknis dan terminology. Menurut pendapat Mayer, agama yaitu seperangkat kepercayaan dan aturan yang pasti yang digunakan untuk membimbing seseorang dalam melakukan suatu tindakan terhadap Tuhannya, dan orang lain, serta pada diri sendiri. Paham dalam agam yang dianut itu akhirnya dapat mendorong untuk perilaku sehari-hari yang baik dalam beribadah maupun dalam bermasyarakat.

2. Dimensi Religiusitas

¹⁶ William Widjaja, "Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sma Xyz Di Jakarta Barat", *Jurnal IlmuManajemen*, Volume8, issue 2Juni, 2019

Didalam dimensi religiusitas agama terdapat lima dimensi beragama, yaitu sebagai berikut :

- a. Keyakinan
- b. Pengalaman atau Praktik
- c. Penghayatan
- d. Pengetahuan
- e. Konsekuensi

Tingkat religiusitas pada seseorang dan tingkat pemahamannya terhadap norma-norma keagamaan yang khususnya terkait dengan perintah dan kewajiban membayar zakat sangat berpengaruh terhadap kesadaran individu untuk mengeluarkan dan membayar zakat kepada mustahiq zakat melalui Badan Amil Zakat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika semakin baik perilaku seseorang terhadap objek (kewajiban zakat), maka akan semakin tinggi pula kemungkinan individu untuk melakukan beberapa hal yang sesuai dengan objek yang ada tersebut.

3. Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan dibagi menjadi tiga macam, yaitu :

- a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial (faktor sosial).
- b. Berbagai pengalaman yang membantu sikap keagamaan.
- c. Berbagai proses pemikiran verbal.

4. Indikator Religiusitas

Thouless dalam Sayyidatul menyebutkan indikator yang mempengaruhi sikap keagamaan adalah sebagai berikut:¹⁷

a. Pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orangtua, tradisi-tradisi sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

b. Pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

c. Kehidupan

Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat dibedakan menjadi empat : a) kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, b) kebutuhan akan cinta kasih, c) kebutuhan untuk memperoleh harga diri, d) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

d. Intelektual

¹⁷ Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan sosial terhadap minat menabung di Bank Syariah pada Santri Mahasiswi Darush Shalihah", (Yogyakarta: Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018) hlm. 24-25

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa setiap individu memiliki tingkat religiusitas yang berbedabeda dan tingkat religiusitasnya bisa dipengaruhi dari 2 macam faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu pengalaman-pengalaman spiritual, kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena ancaman kematian. Sedangkan faktor eksternal yaitu pengaruh pendidikan dan pengajaran dan berbagai tekanan sosial dan faktor intelegualitas.

5. Teori Religiusitas Terhadap Minat

a. Teori Konstektual

Teori kontekstual memandang perkembangan sebagai proses yang terbentuk transaksi timbal balik antara anak dengan konteks perkembangan sistem fisik, sosial, kultural, dan historis dimana interaksi tersebut terjadi. Ada teori etologis dan ekologis dalam teori kontekstual tersebut. Pendekatan etologis lebih memfokuskan pada asal usul evolusi dari tingkah laku dan menekankan tingkah laku yang terjadi dalam lingkungan alamiah sedangkan pendekatan ekologis lebih berfokus kepada sistem lingkungannya dimana

berlangsung perkembangan individu, baik kognitifnya, sosioemosional, kapasitas dan karakteristik motivasional.¹⁸

b. Teori Kognitif

Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa kemampuan kognitif merupakan sesuatu yang fundamental atau mendasar atau hal pokok dalam membimbing tingkah laku individu. Teori ini lebih menekankan pada pikiran-pikiran sadar.¹⁹

c. Teori behavior

Menurut J.B.Watson, asumsi teori ini lebih menekankan dan berfokus kepada perilaku yang dapat diamati, dipelajari, melalui pengalaman dan lingkungan.²⁰

E. Pengetahuan Zakat

1. Pengertian Pengetahuan Zakat

Pengetahuan zakat yaitu kemampuan individu dalam memahami semua informasi mengenai zakat secara menyeluruh atau global, baik mengenai hukum, nilai-nilai yang dizakati serta dalam hubungan

¹⁸ Fifi Afiyanti Triuspitorini, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah", *Jurnal Masharif AL – Syariah Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol 4, No 2, 2019

¹⁹ Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat", *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, Vol 7 No 3

²⁰ Tegar Pangesti Mahardika, "Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagai variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Kosmetik Wardah di Yogyakarta)", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 16, Nomor 2, 2019

mengenai, perencanaan.²¹ Pengumpulan dan penggunaan dana zakat, mendistribusikan dan memberi pemahaman tentang perintah dari Allah untuk wajib membayar zakat sebagai manifestasi sebagian dari shadaqah sebagai suatu ibadah sosial yang digunakan untuk kemaslahatan umat. Oleh karena itu diperlukan suatu upaya sosialisasi yang berkaitan dengan pemahaman kepada seluruh ummat Islam mengenai pentingnya membayar zakat sehingga dapat menumbuhkan kesadaran bagi umat Islam untuk membayar zakatnya.

2. Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan Zakat

Menurut Budiman dan Riyanto faktor yang mempengaruhi pengetahuan yaitu sebagai berikut:

a. Pendidikan

Proses perubahan sikap dan perilaku seseorang atau kelompok dan merupakan usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin capat menerima dan memahami suatu informasi sehingga pengetahuan yang dimiliki juga semakin tinggi.

b. Informasi atau Media Massa

Suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memanipulasi, mengumumkan, menganalisis dan menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu. Informasi mempengaruhi pengetahuan seseorang jika sering mendapatkan informasi tentang

²¹ Syukron Kamil. *Ekonomi Islam, Kelembagaan, dan Konteks Keindonesiaan dari Politik Makro Ekonomi Hingga Realisasi Mikro*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016) hlm. 232.

suatu pembelajaran maka akan menambah pengetahuan dan wawasannya, sedangkan seseorang yang tidak sering menerima informasi tidak akan menambah pengetahuan dan wawasannya.

c. Sosial, Budaya dan Ekonomi

Tradisi atau budaya seseorang yang dilakukan tanpa penalaran apakah yang dilakukan baik atau buruk akan menambah pengetahuannya walaupun tidak melakukan. Status ekonomi juga akan menentukan tersedianya fasilitas yang dibutuhkan untuk kegiatan tertentu. Seseorang yang mempunyai sosial budaya yang baik maka pengetahuannya akan baik tapi jika sosial budayanya kurang baik maka pengetahuannya akan kurang baik. Status ekonomi seseorang mempengaruhi tingkat pengetahuan karena seseorang yang memiliki status ekonomi dibawah rata-rata maka seseorang tersebut akan sulit untuk meningkatkan pengetahuan.

d. Lingkungan

Mempengaruhi proses masuknya pengetahuan kedalam individu karena adanya interaksi timbal balik ataupun tidak yang akan direspons sebagai pengetahuan oleh individu. Lingkungan yang baik akan pengetahuan yang didapatkan akan baik tapi jika lingkungan kurang baik maka pengetahuan yang didapat juga akan kurang baik. Jika seseorang berada di sekitar orang yang berpendidikan maka pengetahuan yang dimiliki seseorang akan

berbeda dengan orang yang berada di sekitar orang pengangguran dan tidak berpendidikan.

e. Pengalaman

Bagaimana cara menyelesaikan permasalahan dari pengalaman sebelumnya yang telah dialami sehingga pengalaman yang didapat bisa dijadikan sebagai pengetahuan apabila mendapatkan masalah yang sama.

f. Usia

Semakin bertambahnya usia maka akan semakin berkembang pula daya tangkap dan pola pikirnya sehingga pengetahuan yang diperoleh juga akan semakin membaik dan bertambah.

3. Indikator yang mempengaruhi pengetahuan zakat

Ada beberapa indikator yang mempengaruhi pengetahuan zakat, yaitu sebagai berikut :²²

a. Tahu atau Tidaknya Zakat

Nilai perbuatan seseorang ditentukan dengan ilmu, sehingga antara perbuatan orang yang berilmu dengan perbuatan orang yang tidak berilmu akan berbeda nilainya di sisi Allah SWT.

b. Pengetahuan Tentang Perlu atau Tidaknya Zakat

Menurut perspektif islam, ilmu pengetahuan adalah sesuatu yang sangat berharga yang menentukan kualitas seseorang atau suatu bangsa. Suatu bangsa akan menjadi bangsa yang maju, modern,

²² Itaq Pangestu, Prabowo Yudo Jayanto, "Analysis in Factors Affecting Muzakki Motivation to Pay Zakat in Semarang City", *Jurnal ISSN 2252 6765*, 2017. hlm. 94

dan berperadaban, manakala masyarakatnya mencintai ilmu, antara lain, ditandai dengan kebiasaan bertanya dan menulis. Betapa pentingnya suatu pertanyaan untuk membuka ilmu pengetahuan.

c. Pengetahuan Tentang Hukum Zakat

Zakat merupakan salah satu dari rukun islam yang lima dan termasuk dari pondasi islam yang agung. Maka hukumnya adalah wajib bagi muslim yang telah memenuhi persyaratan untuk mengetahui hukumnya.

d. Pengetahuan Tentang Besaran Zakat

Zakat merupakan ibadah wajib yang sudah ada tuntutananya sehingga jika seseorang atau sekelompok orang mengerjakan ibadah khusus seperti shalat dengan menambah-nambah, sesuatu yang baru yang tidak ada contohnya atau mengurangi sesuatu yang telah ditetapkan, maka dianggap melakukan perbuatan bid'ah yang menyesatkan. Begitu pula dengan zakat maka barang siapa menambah atau mengurangi besaran dan ukuran zakat selain dari yang sudah ditetapkan. Allah dan Rasulnya maka hal tersebut adalah kesesatan.

e. Tujuan Diperintahkannya Zakat

Orang yang berkesempatan mencari ilmu dan mengetahui tujuan dari ilmu tersebut, tetapi tidak mau memanfaatkannya, sehingga ia tetap berada dalam kebodohnya, dianggap orang yang paling akan merugi kelak kemudian hari. Hal ini sebagaimana dinyatakan

dalam hadist Rasulullah SAW riwayat Ibnu Assakir dari Annas bin malik terlebih lagi ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan ibadah-ibadah (khusus) yang kita lakukan dalam rangka melaksanakan kewajiban kita kepada Allah SWT. Seperti Shalat, puasa dan ibadah haji. Karena ibadahnya orang yang bodoh(sama sekali tidak memiliki pengetahuan terhadap apa yang dikerjakanya) buakn saja tidak akan ditolak oleh Allah SWT. Tetapi juga dianggap sebagai penyakit agama yang sangat berbahaya.

4. Teori Pengetahuan Zakat Terhadap Minat

a. Teori Kognitif

Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa kemampuan kognitif merupakan sesuatu yang fundamental atau mendasar atau hal pokok dalam membimbing tingkah laku individu. Teori ini lebih menekankan pada pikiran-pikiran sadar.²³

b. Teori Behavior

Menurut J.B.Watson, asumsi teori ini lebih menkankan dan berfokus kepada perilaku yang dapat diamati, dipelajari, melalui pengalaman dan lingkungan.²⁴

²³ Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat", *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, Vol 7 No 3

²⁴ Tegar Pangesti Mahardika, "Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagaivariabel Mediasi(Studi pada Pengguna Kosmetik Wardah di Yogyakarta)", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 16, Nomor 2, 2019

c. Teori Psikodinamik

Menurut Erick Erikson, teori ini lebih cenderung menjelaskan tentang perkembangan kepribadian seseorang yang diketahui dari aspek-aspek internal seperti emosi, motivasi, dan sebagainya. Sedangkan menurut Sigmud Freud, teori ini lebih berfokus pada masalah alam bawah sadar sebagai salah satu aspek kepribadian yang menunjang tumbuh kembangnya kepribadian seseorang. Freud menyebutkan bahwa kepribadian manusia memiliki tiga struktur penting, yakni id, egosentris, dan superego.²⁵

F. Minat

1. Pengertian Minat

Minat dapat diartikan sebagai sesuatu kecenderungan hati dan gairah, dan keinginan terhadap sesuatu. Apabila diartikan secara keseluruhan minat dapat diartikan sebagai keinginan yang cukup tinggi didalam seseorang supaya dapat melakukan sesuatu. Minat adalah suatu komponen yang sangat penting didalam membentuk sikap dan perilaku seseorang.

Muzakki yaitu orang maupun badan yang dimiliki oleh orang Muslim yang mempunyai berkewajiban dalam menunaikan zakat.

²⁵ Fajar Mujaddid, Pandu Tezar Adi Nugroho, Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah, *Jurnal Ekonomi Islam Fakultas Agama Islam Uhamka*, Vol. 10 No. 1, 2019

Menurut UU No. 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan dana zakat, Muzakki ialah orang atau suatu badan yang dimiliki para orang-orang Muslim yang mempunyai kewajiban menunaikan zakat.

Minat dapat dijadikan sebagai motivasi yang mampu mendorong seseorang dalam melakukan suatu hal yang diinginkan oleh mereka. Setiap minat dapat memuaskan dalam suatu kebutuhan. Dalam melakukan beberapa fungsinya suatu kehendak itu sangat berhubungan dengan sangat erat antara perasaan dan pikiran. Pikiran yang mempunyai kecenderungan dalam bergerak pada suatu sektor rasional analisis, sedangkan perasaan yang lebih bersifat halus atau tajam lebih menginginkan kebutuhan. Dan akal berfungsi untuk mengingat perasaan dan pikiran dalam suatu koordinasi yang berjalan harmonis, supaya kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.

2. Sifat, Karakteristik, dan Faktor yang Mempengaruhi Minat

Minat mempunyai beberapa sifat dan karakteristik, yaitu seperti yang disajikan dibawah ini :

- a. Minat bersifat pribadi (individu), ada perbedaan antara minat seseorang dengan orang lain.
- b. Minat menimbulkan efek diskriminatif.
- c. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi, dan dipengaruhi oleh motivasi.
- d. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman dan mode.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat meliputi:

- a. Kebutuhan fisik, sosial, dan egoistik.
- b. Pengalaman

3. Indikator Minat

Indikator yang mendasari minat menurut Crow and Crow adalah sebagai berikut:²⁶

- a. Dorongan dari dalam diri seseorang

Faktor dari dalam dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Misal dorongan akan rasa keinginan dan keinginan untuk makan. Muzakki yang sudah memahami tentang kewajiban untuk berzakat dan mempunyai komitmen dalam melaksanakannya yang digunakan sebagai wujud dalam kepatuhan dan ketaatan terhadap agama itu maka akan senantiasa berusaha membayar dana zakat atas sebagian harta yang dimilikinya.

- b. Motif sosial

Motif sosial yaitu motif yang mampu mendorong individu untuk membangkitkan keinginan seseorang untuk melakukan semua aktifitas tertentu yang ada hubungannya dengan sosial. Dorongan itu dapat berasal dari lingkungan tempat tinggal, dan keluarga yang kebanyakan patuh dan taat untuk membayar zakat.

²⁶ Lestar D. Crow dan Alice Crow, *Psikologi Pendidikan*, diterjemahkan oleh Abd. Rachman Abror dari "Educational Psychology" (Yogyakarta: Nur Cahaya, 1989), hlm 303-304.

c. Faktor Emosional

Faktor emosional yaitu minat yang hubungannya erat dengan emosi seseorang. Setiap mengeluarkan harta untuk berada di jalan yang benar atau perintah Allah SWT, akan mendapatkan balasan dan ganjaran yang setimpal dan lebih baik. Para muzakki yang mau mengeluarkan zakatnya bisa mengharapkan dan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Dengan demikian bisa dikatakan bahwa indikator minat mampu menjadi suatu dorongan yang kuat bagi seseorang untuk melakukan sesuatu dalam mewujudkan keinginannya. Minat yang sangat kuat terhadap suatu hal akan menjadikan hal yang besar didalam membangkitkan semangat untuk melakukan suatu tindakan yang diminati dan diinginkan.

G. Penelitian Terdahulu

1. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Muzakki

Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Ridlwan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas daalam perspektif islam, *islamic good corporate governance* dan motivasi dalam perspektif islam terhadap kepercayaan pada amil zakat di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial religiusitas islami, *islamic good corporate governance* dan motivasi islam berpengaruh

secara signifikan terhadap kepercayaan muzakki pada amil zakat di Surabaya.²⁷ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terletak pada variable lain dan lokus penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Pangestu dan Jayanto yang bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh faktor internal dan eksternal muzakki terhadap motivasi membayar zakat melalui tingkat keimanan, pengetahuan tentang zakat, periklanan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, penjualan personal, akuntabilitas dan transparansi pelaporan keuangan. Penelitian ini menggunakan analisis data SEMPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tingkat keimanan, pengetahuan tentang zakat, akuntabilitas dan transparansi pelaporan keuangan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap motivasi muzakki membayar zakat di Lembaga Amil Zakat Kota Semarang. Variabel periklanan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan penjualan personal tidak berpengaruh terhadap motivasi muzakki membayar zakat di Lembaga Amil Zakat Kota Semarang.²⁸ Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek dan banyaknya variable yang akan diteliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Subiyanto yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorse* zakat terhadap motivasi berzakat. Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana. Hasil

²⁷ Dini Wahyu Pratiwi dan Ahmad Ajib Ridlwan, "Pengaruh Religiusitas, IGCG, Dan Motivasi Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Amil Zakat Surabaya", *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 2 Nomor 3, 2019.

²⁸ Itaq Pangestu dan Prabowo Yudo Jayanto, "Analysis in Factors Affecting Muzakki Motivation to Pay Zakat in Semarang City", *Jurnal ISSN 2252-6765*

penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variable *Celebrity Endorse* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Berzakat.²⁹ Perbedaannya pada letak variable motivasi yang letaknya x dan y dan banyaknya variable yang akan diteliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Dakhori yang bertujuan untuk mengetahui motivasi dan kendala-kendala yang di alami masyarakat Kabupaten Semarang dalam membayar zakat. Penelitian ini menggunakan metode analisis Miles dan Hubberman yaitu dengan mereduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas, sosialisasi, peran ulama, pengetahuan tentang BAZNAS, peran pemerintah, adanya hasrat dan keinginan, adanya dorongan dan kebutuhan, dan adanya harapan dan cita-cita di masa depan terhadap keputusan seseorang dalam membayar zakat.³⁰ Perbedaannya dalah terletak pada objek dan banyaknya variable yang akan diteliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Kanji, et al. yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh iman, pengetahuan zakat, harta kekayaan atau pendapatan, peran pemerintah, peran ulama dan kredibilitas lembaga amil zakat berpengaruh terhadap motivasi membayar zakat. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor ibadah, pengetahuan zakat, harta

²⁹ Subur Subiyanto, "Pengaruh Celebrity Endorse Zakat Terhadap Motivasi berzakat Di Yogyakarta", *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE) e-ISSN: 2621-606X*

³⁰ Dakhori, "Motivasi Dan Kendala Masyarakat Dalam Membayar Zazkat Di BAZNAS Kabupaten Semarang", IAIN Salatiga, 2019.

kekayaan atau pendapatan, peran ulama dan kredibilitas lembaga amil zakat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi membayar zakat.³¹ Perbedaannya terletak pada objek dan banyaknya variable yang akan diteliti.

2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Muzakki

Penelitian yang dilakukan oleh Pristi dan Setiawan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor pendapatan dan religiusitas terhadap minat muzakki dalam membayar zakat profesi melalui Lembaga Amil Zakat yang berada di Ponorogo. Penelitian ini menggunakan analisis dengan menggunakan aplikasi *Structural Equation Model* (SEM) dengan program *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pendapatan dan religiusitas berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat profesional melalui Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Ponorogo.³² Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pada variabel independennya yaitu faktor pendapatan, dan lokasi dan objek penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat profesi melalui lembaga zakat. Penelitian ini

³¹ Lusiana Kanji, H. Abd. Hamid Habbe dan Mediaty, "Aktor Determinan Motivasi Membayar Zakat".

³² Eka Destriyanto Pristi dan Fery Setiawan, "Analisis Faktor Pendapatan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo)", *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, Vol. 17 No. 1, 2019.

menggunakan analisis regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor religiusitas dan reputasi berpengaruh signifikan secara statistik terhadap minat muzakki dalam membayar zakat. profesi melalui lembaga zakat di kabupaten Ponorogo.³³ Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pada variabel independennya yaitu reputasi, dan pada lokasi dan objek penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Shiddiqy yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, religiusitas, jarak antar situs, pendidikan, dan akses informasi terhadap minat masyarakat dalam membayar wakfo Badan Penghimpunan Uang Tunai, Badan Pimpinan Agama Islam Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta (Badan Wakaf) Uang / Tunai MUI DIY). Penelitian ini menggunakan analisis regresi probit berganda. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat masyarakat dalam membayar wakaf.³⁴ Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada locus penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Putra yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh akuntabilitas, kepercayaan, religiusitas dan pendapatan terhadap minat membayar zakat di BAZNAS Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan analisis regresi

³³ Fery Setiawan, "Pengaruh Religiusitas Dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus Di Kabupaten Ponorogo)", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 8 No. 1, 2018.

³⁴ Muhammad Ash-Shiddiqy, "Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan Dan Akses Informasi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Berwakaf Uang Di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY", *Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat*, Volume 2, Nomor 2, 2018.

berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akuntabilitas, kepercayaan dan religiusitas berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat di BAZNAS Kota Bengkulu.³⁵ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terletak pada variable dan lokus penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah dan Nursanita yang bertujuan untuk menguji apakah pengaruh religiusitas, pendapatan, kualitas pelayanan, dan transparansi lembaga amil zakat terhadap minat bayar zakat di badan amil zakat, infaq, dan shadaqah provinsi DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa Religiusitas, Pendapatan, dan Kualitas Pelayanan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Bayar Zakat di Badan Amil Zakat, Infaq, dan Shadaqah Provinsi DKI Jakarta, sedangkan Transparansi Lembaga Amil Zakat secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Bayar Zakat di Badan Amil Zakat, Infaq, dan Shadaqah Provinsi DKI Jakarta.³⁶ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terletak pada variable dan lokus penelitiannya.

³⁵ Dini Juli Astuti dan Yudi Pratama Putra, "Pengaruh Akuntabilitas, Kepercayaan, Religiusitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat".

³⁶ Irma Nurhasanah dan Nursanita, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Kualitas Pelayanan, Transparansi Lembaga Amil Zakat Terhadap Minat Bayar Zakat Di Badan Amil Zakat, Infaq, Dan Shadaqah Provinsi DKI Jakarta", Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2020.

3. Pengaruh Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Muzakki

Penelitian yang dilakukan oleh Haki yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel, yaitu variabel pengetahuan zakat terhadap minat muzakki, variabel citra lembaga terhadap minat muzakki, serta secara bersama-sama dua variabel pengetahuan zakat dan citra lembaga terhadap minat muzakki dalam membayar zakat fitrah BAZNAS Provinsi Banten melalui Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Universitas Bina Bangsa. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh antara pengetahuan zakat terhadap minat muzakki dalam membayar zakat fitrah.³⁷ Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah dalam penelitian tersebut tidak terdapat variable intervening yang ditemukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho dan Nurkhin yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara religiusitas, pendapatan, dan pengetahuan zakat terhadap minat muzaki membayar zakat profesi melalui lembaga amil zakat, dengan faktor usia sebagai variabel moderator. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat muzaki membayar zakat profesi melalui Badan Amil Zakat Nasional (Baznas). Pendapatan

³⁷ Ubay Haki, "Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Fitrah", *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* Vol. 4 No. 1, Mei 2020

berpengaruh terhadap minat muzaki membayar zakat profesi melalui Badan Amil Zakat Nasional (Baznas).³⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Rosalinda, et al. yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh pengetahuan zakat, pendapatan dan kepercayaan muzakki terhadap pemilik pemilik UMKM untuk membayar zakat pada perdagangan di Yayasan Zakat. Data dikumpulkan melalui pembagian kuesioner ke UMKM di Wilayah Kecamatan Muarabangkahulu. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan beberapa analisis regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan zakat, niat dan keyakinan terhadap muzakki memiliki efek positif terhadap niat membayar zakat pada perdagangan.³⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Muzanni yang berujuan untuk mendeskripsikan pengaruh masing-masing variabel dependen terhadap independen dan juga pengaruh keseluruhan dari variabel Pengetahuan, Religiusitas, dan Pendapatan, terhadap Kewajiban Membayar Zakat. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan *Explanatory Reseaech*. Hasil penelitian

³⁸ Aditya Surya Nugroho dan Ahmad Nurkhin, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Sebagai Variabel Moderasi", *EEAJ* 8 (3), 2019.

³⁹ Mella Rosalinda, Abdullah, dan Fadli, "Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan Dan Kepercayaan Muzakki Terhadap Minat Pelaku Ukm Untuk Membayar Zakat Niaga Di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu", *Jurnal Akuntansi*, Vol. 11, No. 1, February 2021.

ini menunjukkan bahwa pengetahuan, religiusitas, pendapatan berpengaruh positif terhadap membayar zakat.⁴⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Darmawan dan Arafah yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan dan fasilitas layanan zakat terhadap keputusan membayar zakat mal pada BAZNAS Kab. Langkat. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini adalah keputusan membayar zakat mal dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan dan fasilitas layanan zakat.⁴¹

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki

Penelitian yang dilakukan oleh Salmawati dan Meutia Fitri yang bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi niat muzakki membayar zakat di lembaga zakat. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan, religiusitas, akuntabilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat muzakki membayar zakat di baitul mal, Banda Aceh.⁴² Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pada variabel independennya yaitu tingkat pendapatan, akuntabilitas, dan kualitas pelayanan, serta lokasi dan objek penelitiannya.

⁴⁰ Muzanni, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Pendapatan Pelaku Usaha Terhadap Lewajiban Membayar Zakat Di Kota Jember", IAIN Jember, 2020.

⁴¹ Dicky Darmawan dan Santi Arafah, "Pengaruh Tingkat Pengetahuan Dan Fasilitas Layanan Zakat Terhadap Keputusan Membayar Zakat Mal Pada BAZNAS Kabupaten Langkat", *Jurnal FEB*, Vol. 1 No. 1.

⁴² Salmawati dan Meutia Fitri, "Pengaruh Tingkat Pendapatan, Religiusitas, Akuntabilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* Vol. 3, No.1, 2018.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugraha yang bertujuan kepada Muzakki di lembaga Rumah Zakat, DPUDT dan PKU di wilayah Bandarlampung. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan convenience sampling dengan Quota Sampling koreksi. Kuesioner disebar di 120 kuesioner dan 91 kuesioner kembali. Hasil menunjukkan variabel akuntabilitas dan kualitas layanan signifikan, sedangkan variabel transparansi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan komitmen Muzakki. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terletak pada variable intervening nya, jika penelitian ini menggunakan variable intervening kepercayaan muzakki, sedangkan penulis variable interveningnya adalah kualitas pelayanan.⁴³

Penelitian yang dilakukan oleh Siti dan Bambang yang bertujuan untuk menguji pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Muzakki dalam Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat Nurul Fikri Zakat Center Area Sampit. Metode dan Teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah Metode *Non Probability Sampling* dan menggunakan teknik pengambilan sampel accidental sampling. Uji t untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Muzakki dalam Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat Nurul Fikri

⁴³ Eha Nugraha, "Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Lembaga Pengelola Zakat Terhadap Komitmen Muzakki: Kepercayaan Muzakki Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Akuntansi*, Vol.13 No. 2 Juli 2019.

Zakat Center Area Sampit.⁴⁴ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel lain dan lokus penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Devi bertujuan untuk mengetahui potensi zakat di Indonesia pada tahun 2015 mencapai Rp. 286 triliun (2,4% dari PDB 2015). Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pendapatan, pengetahuan, dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan muzakki di Kota Malang dalam membayar zakat melalui LAZ.⁴⁵ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel lain dan lokus penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul dan Farid yang bertujuan untuk mengukur pengaruh Reputasi, Kepuasan Dalam Distribusi Zakat, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah muzakki yang membayar zakatnya pada Baitul Mal Kota Banda Aceh yang berjumlah 120 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen Reputasi, Kepuasan Dalam Distribusi Zakat, dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan

⁴⁴ Siti Aisyah dan Bambang Sutejo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat Nurul Fikri Zakat Center Area Sampit", *E- Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol. 1 No. 1 (2020).

⁴⁵ Devi Nur Hamidah yang berjudul "Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Zakat Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat (Studi Masyarakat Kota Malang)", *Jurnal Ilmiah*.

signifikan ($\text{sig} < 0,05$) terhadap Kepercayaan *Muzakki* pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.⁴⁶ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya tertletak pada variabel lain dan lokus penelitiannya.

5. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Muzakki Melalui Kualitas Pelayanan

Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Ridlwan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas daalam perspektif islam, *islamic good corporate governance* dan motivasi dalam perspektif islam terhadap kepercayaan pada amil zakat di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial religiusitas islami, *islamic good corporate governance* dan motivasi islam berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan muzakki pada amil zakat di Surabaya.⁴⁷ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah tertletak pada variable lain dan lokus penelitian nya.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul dan Farid yang bertujuan untuk mengukur pengaruh Reputasi, Kepuasan Dalam Distribusi Zakat, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah muzakki yang membayar zakatnya pada Baitul Mal Kota Banda Aceh yang berjumlah 120 responden. Hasil penelitian

⁴⁶ Nurul Husna dan Farid, "Pengaruh Reputasi, Kepuasan Dalam Distribusi Zakat, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Baitul Mal Kota Banda Aceh", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 5 No. 3, 2020.

⁴⁷ Dini Wahyu Pratiwi dan Ahmad Ajib Ridlwan, "Pengaruh Religiusitas, IGCG, Dan Motivasi Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Amil Zakat Surabaya", *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 2 Nomor 3, Tahun 2019.

menunjukkan bahwa variabel independen Reputasi, Kepuasan Dalam Distribusi Zakat, dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan ($\text{sig} < 0,05$) terhadap Kepercayaan muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.⁴⁸ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya tertletak pada variabel lain dan lokus penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Salmawati dan Fitri yang bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki membayar zakat di lembaga zakat. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan, religiusitas, akuntabilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat muzakki membayar zakat di baitul mal, Banda Aceh.⁴⁹ Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pada variabel independennya yaitu tingkat pendapatan, akuntabilitas, dan kualitas pelayanan, serta lokasi dan objek penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad dan Sri bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas, sikap konsumen dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan *Struktural Teknik analisis Equation Modeling* (SEM) menggunakan alat analisis AMOS 22.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

⁴⁸ Nurul Husna dan Farid, "Pengaruh Reputasi, Kepuasan Dalam Distribusi Zakat, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Baitul Mal Kota Banda Aceh", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* Vol. 5 No. 3, 2020.

⁴⁹ Salmawati dan Meutia Fitri, "Pengaruh Tingkat Pendapatan, Religiusitas, Akuntabilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* Vol. 3, No.1, 2018.

motivasi konsumen berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat beli, persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sikap konsumen berpengaruh negatif terhadap minat beli, citra merek berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan minat beli berpengaruh positif dan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah terletak pada lokus penelitian.⁵⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Hesti, et al bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan secara satu per satu dan secara bersamaan terhadap keputusan menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Uji t menghasilkan motivasi nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Sinarmas Syariah Padang, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Sinarmas Syariah Padang. Uji F menghasilkan motivasi nasabah dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Sinarmas Syariah Padang.

⁵⁰ Muhammad Hanif, Sri Rahayu Tri Astuti, "Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Calon Konsumen Mobil Datsun Di Kota Semarang)", *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 7, Nomor 4, Tahun 2018

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah terletak pada lokus penelitian dan variabel lainnya.⁵¹

6. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Melalui Kualitas Pelayanan

Penelitian yang dilakukan oleh Pristi dan Setiawan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor pendapatan dan religiusitas terhadap minat muzakki dalam membayar zakat profesi melalui Lembaga Amil Zakat yang berada di Ponorogo. Penelitian ini menggunakan analisis dengan menggunakan aplikasi *Structural Equation Model* (SEM) dengan program *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pendapatan dan religiusitas berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat profesional melalui Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Ponorogo.⁵² Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pada variabel independennya yaitu faktor pendapatan, dan lokasi dan objek penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat profesi melalui lembaga zakat. Penelitian ini

⁵¹ Hesti Mayasari, Nurlina, Elly Wardiningsih, "Pengaruh Motivasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Sinarmas Syariah Padang", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 8, Nomor 2, Mei 2017.

⁵² Eka Destriyanto Pristi dan Fery Setiawan, "Analisis Faktor Pendapatan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo)", *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, Vol. 17 No. 1, 2019.

menggunakan analisis regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor religiusitas dan reputasi berpengaruh signifikan secara statistik terhadap minat muzakki dalam membayar zakat. profesi melalui lembaga zakat di kabupaten Ponorogo.⁵³ Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pada variabel independennya yaitu reputasi, dan pada lokasi dan objek penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugraha yang bertujuan kepada Muzakki di lembaga Rumah Zakat, DPUOT dan PKU di wilayah Bandarlampung. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan convenience sampling dengan Quota Sampling koreksi. Kuesioner disebar di 120 kuesioner dan 91 kuesioner kembali. Hasil menunjukkan variabel akuntabilitas dan kualitas layanan signifikan, sedangkan variabel transparansi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan komitmen Muzakki. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terletak pada variable intervening nya, jika penelitian ini menggunakan variable intervening kepercayaan muzakki, sedangkan penulis variable interveningnya adalah kualitas pelayanan.⁵⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Sri bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian produk halal dengan kepercayaan sebagai variabel

⁵³ Fery Setiawan, "Pengaruh Religiusitas Dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus Di Kabupaten Ponorogo)", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 8 No. 1, 2018.

⁵⁴ Eha Nugraha, "Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Lembaga Pengelola Zakat Terhadap Komitmen Muzakki: Kepercayaan Muzakki Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Akuntansi*, Vol.13 No. 2 Juli 2019.

intervening (studi kasus pada produk HNI-HPAI). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner online dan wawancara dengan beberapa responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas, pengetahuan produk dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terletak pada variable interveningnya, jika penelitian ini menggunakan variable intervening kepercayaan, sedangkan penulis variable interveningnya adalah kualitas pelayanan⁵⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Iin dan Agus mengetahui pengaruh citra institusi, kualitas pelayanan, dan religiusitas terhadap keputusan muzaki membayar zakat di LazisMu dengan menggunakan bunga sebagai variabel moderasi. Penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif. Sampel ditentukan dengan menggunakan teknik simple random sampling. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa citra kelembagaan dan religiusitas tidak dipengaruhi oleh keputusan muzaki membayar zakat, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan muzaki membayar zakat pada LazisMu. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pada variabel

⁵⁵ Sri Wahyuningsih, "Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Produk HNI-HPAI)", *Jurnal Manajemen Update*, Vol 9, No 1 (2020)

independennya yaitu reputasi, dan pada lokasi dan objek penelitiannya.⁵⁶

7. Pengaruh Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Muzakki Melalui Kualitas Pelayanan

Penelitian yang dilakukan oleh Haki yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel, yaitu variabel pengetahuan zakat terhadap minat muzakki, variabel citra lembaga terhadap minat muzakki, serta secara bersama-sama dua variabel pengetahuan zakat dan citra lembaga terhadap minat muzakki dalam membayar zakat fitrah BAZNAS Provinsi Banten melalui Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Universitas Bina Bangsa. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh antara pengetahuan zakat terhadap minat muzakki dalam membayar zakat fitrah.⁵⁷ Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah dalam penelitian tersebut tidak terdapat variabel intervening yang ditemukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho dan Nurkhin yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara religiusitas, pendapatan, dan pengetahuan zakat terhadap minat muzaki membayar zakat profesi melalui lembaga amil zakat, dengan faktor usia sebagai variabel moderator. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

⁵⁶ In Sofiyani dan Agus Kristiyono, "Analisis Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Layanan dan Religiusitas terhadap Keputusan Muzaki Membaya Zakat dengan Minat sebagai Variabel Moderating", *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, Vol 4 No 1 (2021)

⁵⁷ Ubay Haki, "Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Fitrah", *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* Vol. 4 No. 1, Mei 2020

religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat muzaki membayar zakat profesi melalui Badan Amil Zakat Nasional (Baznas). Pendapatan berpengaruh terhadap minat muzaki membayar zakat profesi melalui Badan Amil Zakat Nasional (Baznas).⁵⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Nugraha yang bertujuan kepada Muzakki di lembaga Rumah Zakat, DPUDT dan PKU di wilayah Bandarlampung. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *convenience sampling* dengan *Quota Sampling* koreksi. Kuesioner disebarkan di 120 kuesioner dan 91 kuesioner kembali. Hasil menunjukkan variabel akuntabilitas dan kualitas layanan signifikan, sedangkan variabel transparansi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan komitmen Muzakki. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terletak pada variable intervening nya, jika penelitian ini menggunakan variable intervening kepercayaan muzakki, sedangkan penulis variable interveningnya adalah kualitas pelayanan.⁵⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Beti dan Yusqi yang bertujuan untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan, kealitan produk terhadap keputusan nasabah dengan religious behavior sebagai variabel moderator studi kasus pada produk tabungan Bank Muamalat KCP Wonosobo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan

⁵⁸ Aditya Surya Nugroho dan Ahmad Nurkhin, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Sebagai Variabel Moderasi", *EEAJ* 8 (3), 2019.

⁵⁹ Eha Nugraha, "Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Lembaga Pengelola Zakat Terhadap Komitmen Muzakki: Kepercayaan Muzakki Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Akuntansi*, Vol.13 No. 2 Juli 2019.

Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil penelitian berdasarkan uji t bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah pada Produk Tabungan Bank Muamalat KCP Wonosobo. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pada variabel independennya yaitu reputasi, dan pada lokasi dan objek penelitiannya.⁶⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Devi bertujuan untuk mengetahui potensi zakat di Indonesia pada tahun 2015 mencapai Rp. 286 triliun (2,4% dari PDB 2015). Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pendapatan, pengetahuan, dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan muzakki di Kota Malang dalam membayar zakat melalui LAZ.⁶¹ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya tertletak pada variabel lain dan lokus penelitiannya.

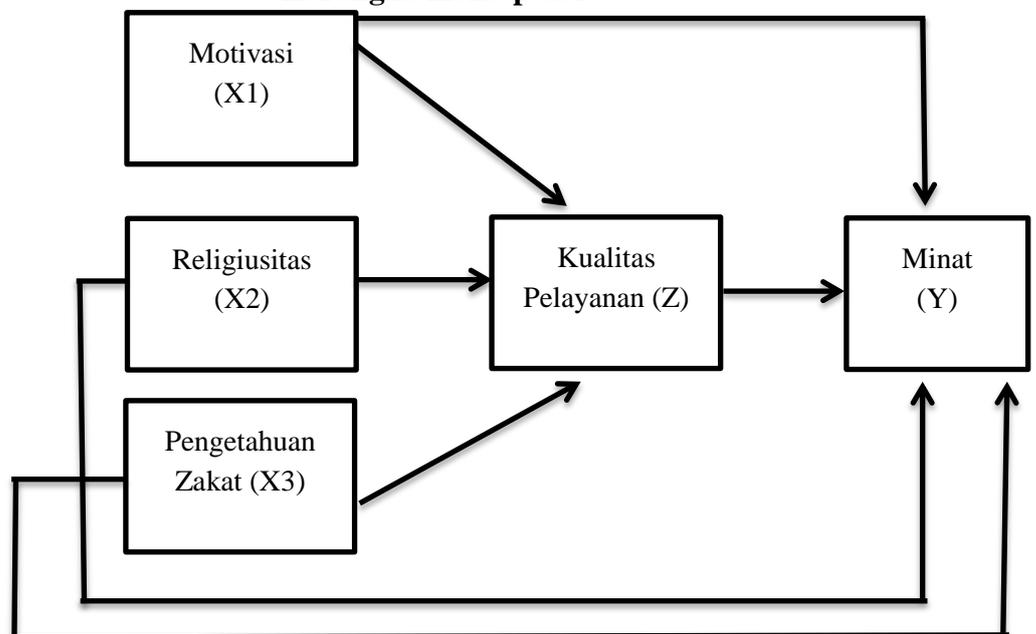
H. Kerangka Konseptual

⁶⁰ Beti Saniyatu Farida Dan Yusqi Mahfud, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Produk Tabungan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Wonosobo)”, *Journal Of Economic, Business And Engineering*, Vol 2 No 2 (2021)

⁶¹ Devi Nur Hamidah yang berjudul “Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Zakat Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat (Studi Masyarakat Kota Malang)”, *Jurnal Ilmiah*.

Ilustrasi terhadap kerangka konseptual penelitian ditingkaskan pada gambar di bawah ini. Gambar tersebut menjelaskan bahwa variabel motivasi, religiusitas, dan pengetahuan zakat merupakan variabel independen (X), sedangkan variabel minat adalah variabel dependen dan kualitas pelayanan merupakan variabel intervening

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Keterangan :

1. Motivasi berpengaruh terhadap minat muzakki dengan melihat hasil penelitian menggunakan pengujian regresi. Didasarkan pada penelitian dari Prtiwi dan Ridlwan⁶², Pangestu dan Jayanto⁶³, Subiyanto⁶⁴,

⁶² Dini Wahyu Pratiwi dan Ahmad Ajib Ridlwan, "Pengaruh Religiusitas, ICGG, Dan Motivasi Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Amil Zakat Surabaya", *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 2 Nomor 3, 2019.

⁶³ Itaq Pangestu dan Prabowo Yudo Jayanto, "Analysis in Factors Affecting Muzakki Motivation to Pay Zakat in Semarang City", *Jurnal ISSN 2252-676*.

Dakhori⁶⁵, Kanji, et al⁶⁶ serta teorinya diperkuat oleh Teori Abraham H. Maslow (Teori Kebutuhan)⁶⁷, Teori Penetapan Tujuan (*Goal Setting Theory*)⁶⁸, Teori Victor H. Vroom (Teori Harapan)⁶⁹

2. Religiusitas berpengaruh terhadap minat muzakki dengan melihat hasil penelitian menggunakan pengujian regresi. Didasarkan pada penelitian dari Pristi dan Setiawan⁷⁰, Setiawan⁷¹, Shiddiqy⁷², Astuti dan Putra⁷³, Nurhasanah dan Nursanita⁷⁴ serta teorinya diperkuat oleh Teori Konstektual⁷⁵, Teori kognitif⁷⁶, Teori behavior⁷⁷

⁶⁴ Subur Subiyanto, "Pengaruh Celebrity Endorse Zakat Terhadap Motivasi berzakat Di Yogyakarta", *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE) e-ISSN: 2621-606X*

⁶⁵ Dakhori, "Motivasi Dan Kendala Masyarakat Dalam Membayar Zazkat Di BAZNAS Kabupaten Semarang", IAIN Salatiga, 2019.

⁶⁶ Lusiana Kanji, H. Abd. Hamid Habbe dan Mediaty, "Aktor Determinan Motivasi Membayar Zakat".

⁶⁷ Zuhrina Aidha, "Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara", *Jurnal JUMANTI*, Vol. 1 No.1 Nopember 2016

⁶⁸ Amni Fauziah, Asih Rosnaningsih, Samsul Azhar, "Hubungan Antara Motivasi Belajar Dengan Minat Belajar Siswa Kelas Iv Sdn Poris Gaga 05 Kota Tangerangjurnal", *JPSD*, Vol. 4No. 1Tahun 2017ISSN 2356-3869 (Print), 2614-0136(Online).

⁶⁹ William Widjaja, "Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sma Xyz Di Jakarta Barat", *Jurnal IlmuManajemen*, Volume 8, issue 2Juni, 2019,

⁷⁰ Eka Destriyanto Pristi dan Fery Setiawan, "Analisis Faktor Pendapatan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo)", *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, Vol. 17 No. 1, 2019.

⁷¹ Fery Setiawan, "Pengaruh Religiusitas Dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus Di Kabupaten Ponorogo)", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 8 No. 1, 2018.

⁷² Muhammad Ash-Shiddiqy, "Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan Dan Akses Informasi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Berwakaf Uang Di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY", *Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat*, Volume 2, Nomor 2, 2018.

⁷³ Dini Juli Astuti dan Yudi Pratama Putra, "Pengaruh Akuntabilitas, Kepercayaan, Religiusitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat".

⁷⁴ Irma Nurhasanah dan Nursanita, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Kualitas Pelayanan, Transparansi Lembaga Amil Zakat Terhadap Minat Bayar Zakat Di Badan Amil Zakat, Infaq, Dan Shadaqah Provinsi DKI Jakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia", 2020.

⁷⁵ Fifi Afiyanti Triuspitorini, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah", *Jurnal Masharif AL – Syariah Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol 4, No 2 (2019)

3. Pengetahuan zakat berpengaruh terhadap minat muzakki dengan melihat hasil penelitian menggunakan pengujian regresi. Didasarkan pada penelitian dari Haki⁷⁸, Nugroho dan Nurkhin⁷⁹, Rosalinda, et al⁸⁰, Muzanni⁸¹, Darmawan dan Arafah⁸² serta teorinya diperkuat oleh Teori kognitif⁸³, Teori behavior⁸⁴, Teori psikodinamik⁸⁵
4. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat muzakki dengan melihat hasil penelitian menggunakan pengujian regresi. Didasarkan

⁷⁶ Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah", *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, Vol 7 No 3

⁷⁷ Tegar Pangesti Mahardika, "Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Kosmetik Wardah di Yogyakarta)", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 16, Nomor 2, 2019

⁷⁸ Ubay Haki, "Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Fitrah", *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, Vol. 4 No. 1, Mei 2020

⁷⁹ Aditya Surya Nugroho dan Ahmad Nurkhin, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Sebagai Variabel Moderasi", *EEAJ 8 (3)*, 2019.

⁸⁰ Mella Rosalinda, Abdullah, dan Fadli, "Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan Dan Kepercayaan Muzakki Terhadap Minat Pelaku Umkm Untuk Membayar Zakat Niaga Di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu", *Jurnal Akuntansi*, Vol. 11, No. 1, February 2021.

⁸¹ Muzanni, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Pendapatan Pelaku Usaha Terhadap Lewajiban Membayar Zakat Di Kota Jember", IAIN Jember, 2020.

⁸² Dicky Darmawan dan Santi Arafah, "Pengaruh Tingkat Pengetahuan Dan Fasilitas Layanan Zakat Terhadap Keputusan Membayar Zakat Mal Pada BAZNAS Kabupaten Langkat", *Jurnal FEB*, Vol. 1 No. 1.

⁸³ Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah", *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, Vol 7 No 3.

⁸⁴ Tegar Pangesti Mahardika, "Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Kosmetik Wardah di Yogyakarta)", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 16, Nomor 2, 2019

⁸⁵ Fajar Mujaddid, Pandu Tezar Adi Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam Fakultas Agama Islam Uhamka*, Vol. 10 No. 1 (2019)

pada penelitian dari Salmawati dan Fitri⁸⁶, Nugraha⁸⁷, Siti dan Bambang⁸⁸, Devi⁸⁹, Nurul dan Farid⁹⁰ serta teorinya diperkuat oleh Teori Manajemen Perilaku⁹¹, Teori Manajemen Administratif⁹², Teori Manajemen Ilmiah⁹³

5. Motivasi berpengaruh terhadap minat muzakki melalui kualitas pelayanan dengan melihat hasil penelitian menggunakan pengujian regresi. Didasarkan pada penelitian dari Pratiwi dan Ridlwan⁹⁴, Nurul dan Farid⁹⁵, Salmawati dan Fitri⁹⁶, Muhamad dan Sri⁹⁷, Hesti, et al⁹⁸

⁸⁶ Salmawati dan Meutia Fitri, “Pengaruh Tingkat Pendapatan, Religiusitas, Akuntabilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, Vol. 3, No.1, 2018.

⁸⁷ Eha Nugraha, “Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Lembaga Pengelola Zakat Terhadap Komitmen Muzakki: Kepercayaan Muzakki Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Akuntansi*, Vol.13 No. 2 Juli 2019.

⁸⁸ Siti Aisyah dan Bambang Sutejo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat Nurul Fikri Zakat Center Area Sampit”, *E- Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol. 1 No. 1 (2020).

⁸⁹ Devi Nur Hamidah yang berjudul “Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Zakat Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat (Studi Masyarakat Kota Malang)”, *Jurnal Ilmiah*.

⁹⁰ Nurul Husna dan Farid, “Pengaruh Reputasi, Kepuasan Dalam Distribusi Zakat, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Baitul Mal Kota Banda Aceh”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 5 No. 3, 2020.

⁹¹ Runik Puji Rahayu, Nurul Alfian, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Jasa Pt. Almuna *Tour And Travel* Bugih Pamekasan”, *AKTIVA Jurnal Akuntansi dan Investasi*, Vol 5, No 1, Mei 2019

⁹² Chandra Dewi, Nuryati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Minat Beli Konsumen Di Rumah Makan Boga – Bogi Surakarta”, *Informatika Edisi September 2014. Vol.1 No. 2* ISSN 2337 - 5213

⁹³ Umar Bakti, Hairudin dan Maria Septijantini Alie, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung”, *Jurnal Ekonomi*, Vol 22, No 1 2020

⁹⁴ Dini Wahyu Pratiwi dan Ahmad Ajib Ridlwan, “Pengaruh Religiusitas, ICGG, Dan Motivasi Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Amil Zakat Surabaya”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 2 Nomor 3, Tahun 2019.

⁹⁵ Nurul Husna dan Farid, “Pengaruh Reputasi, Kepuasan Dalam Distribusi Zakat, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Baitul Mal Kota Banda Aceh”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 5 No. 3, 2020.

⁹⁶ Salmawati dan Meutia Fitri, “Pengaruh Tingkat Pendapatan, Religiusitas, Akuntabilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, Vol. 3, No.1, 2018.

serta teorinya diperkuat oleh Teori Abraham H. Maslow (Teori Kebutuhan)⁹⁹, Teori Penetapan Tujuan (Goal Setting Theory)¹⁰⁰, Teori Victor H. Vroom (Teori Harapan)¹⁰¹

6. Religiusitas berpengaruh terhadap minat muzakki melalui kualitas pelayanan dengan melihat hasil penelitian menggunakan pengujian regresi. Didasarkan pada penelitian dari Pristi dan Setiawan¹⁰², Setiawan¹⁰³, Nugraha¹⁰⁴, Sri¹⁰⁵ Iin dan Agus¹⁰⁶ serta teorinya diperkuat oleh Teori Konstektual¹⁰⁷, Teori kognitif¹⁰⁸, Teori behavior¹⁰⁹

⁹⁷ Muhammad Hanif, Sri Rahayu Tri Astuti, “Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Calon Konsumen Mobil Datsun Di Kota Semarang)”, *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 7, Nomor 4, Tahun 2018

⁹⁸ Hesti Mayasari, Nurlina, Elly Wardiningsih, “Pengaruh Motivasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Sinarmas Syariah Padang”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 8, Nomor 2, Mei 2017

⁹⁹ Zuhrina Aidha, “Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”, *Jurnal JUMANTIK*, Vol. 1 No.1 Nopember 2016

¹⁰⁰ Amni Fauziah, Asih Rosnaningsih, Samsul Azhar, “Hubungan Antara Motivasi Belajar Dengan Minat Belajar Siswa Kelas Iv Sdn Poris Gaga 05 Kota Tangerangjurnal”, *JPSD*, Vol. 4No. 1Tahun 2017ISSN 2356-3869 (Print), 2614-0136(Online)

¹⁰¹ William Widjaja, “Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sma Xyz Di Jakarta Barat”, *Jurnal IlmuManajemen*, Volume8, issue 2Juni, 2019.

¹⁰² Eka Destriyanto Pristi dan Fery Setiawan, “Analisis Faktor Pendapatan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo)”, *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, Vol. 17 No. 1, 2019.

¹⁰³ Fery Setiawan, “Pengaruh Religiusitas Dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus Di Kabupaten Ponorogo)”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 8 No. 1, 2018.

¹⁰⁴ Eha Nugraha, “Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Lembaga Pengelola Zakat Terhadap Komitmen Muzakki: Kepercayaan Muzakki Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Akuntansi*, Vol.13 No. 2 Juli 2019.

¹⁰⁵ Sri Wahyuningsih, “Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Produk HNI-HPAI)”, *Jurnal Manajemen Update*, Vol 9, No 1, 2020.

¹⁰⁶ Iin Sofiyani dan Agus Kristiyono, “Analisis Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Layanan dan Religiusitas terhadap Keputusan Muzaki Membaya Zakat dengan Minat sebagai Variabel Moderating”, *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, Vol 4 No 1, 2021.

¹⁰⁷ Fifi Afyanti Tripuspitorini, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah”, *Jurnal Masharif AL – Syariah Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol 4, No 2 (2019)

7. Pengetahuan zakat berpengaruh terhadap minat muzakki melalui kualitas pelayanan dengan melihat hasil penelitian menggunakan pengujian regresi. Didasarkan pada penelitian Haki¹¹⁰, Nugroho dan Nurkhin¹¹¹, Nugraha¹¹², Beti dan Yusqi¹¹³, Devi¹¹⁴ serta teorinya diperkuat oleh Teori kognitif¹¹⁵, Teori behavior¹¹⁶, Teori psikodinamik¹¹⁷.

¹⁰⁸ Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah", *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, Vol 7 No 3

¹⁰⁹ Tegar Pangesti Mahardika, "Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagaivariabel Mediasi(Studi pada Pengguna Kosmetik Wardah di Yogyakarta)", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 16, Nomor 2, 2019.

¹¹⁰ Ubay Haki, "Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Fitrah", *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* Vol. 4 No. 1, Mei 2020.

¹¹¹ Aditya Surya Nugroho dan Ahmad Nurkhin, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Sebagai Variabel Moderasi", *EEAJ* 8 (3), 2019.

¹¹² Eha Nugraha, "Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Lembaga Pengelola Zakat Terhadap Komitmen Muzakki: Kepercayaan Muzakki Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Akuntansi*, Vol.13 No. 2 Juli 2019.

¹¹³ Beti Saniyatu Farida Dan Yusqi Mahfud, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Produk Tabungan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Wonosobo)", *Journal Of Economic, Business And Engineering*, Vol 2 No 2 (2021)

¹¹⁴ Devi Nur Hamidah yang berjudul "Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Zakat Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat (Studi Masyarakat Kota Malang)", *Jurnal Ilmiah*.

¹¹⁵ Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah", *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, Vol 7 No 3

¹¹⁶ Tegar Pangesti Mahardika, "Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagaivariabel Mediasi(Studi pada Pengguna Kosmetik Wardah di Yogyakarta)", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 16, Nomor 2, 2019

¹¹⁷ Fajar Mujaddid, Pandu Tezar Adi Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam Fakultas Agama Islam Uhamka*, Vol. 10 No. 1 (2019)