

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Motivasi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat

Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa motivasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional kabupaten Tulungagung. Berpengaruh positif signifikan disini dapat diartikan bahwa ketika terjadi peningkatan pada motivasi muzakki dalam membayar zakat, maka minat muzakki dalam membayar zakat akan meningkat. Begitu pula sebaliknya, ketika terjadi penurunan pada motivasi muzakki dalam membayar zakat, maka minat muzakki dalam membayar zakat akan menurun.

Pada variabel motivasi terdapat beberapa indikator yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam membayar zakat yaitu : (1) indikator kebutuhan fisiologis, (2) indikator kebutuhan rasa aman, (3) indikator kebutuhan sosial atau rasa memiliki, (4) indikator kebutuhan harga diri, (5) indikator kebutuhan aktualisasi diri.

Pada variabel motivasi di indikator kebutuhan fisiologis dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 17 responden atau 17%, memilih setuju sebanyak 51 responden atau 51%, memilih sangat setuju berjumlah 32 responden

atau 32%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel motivasi di indikator kebutuhan rasa aman dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 8 responden atau 8%, memilih setuju sebanyak 61 responden atau 61%, memilih sangat setuju berjumlah 31 responden atau 31%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel motivasi di indikator kebutuhan sosial atau rasa memiliki dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 10 responden atau 10%, memilih setuju sebanyak 56 responden atau 56%, memilih sangat setuju berjumlah 34 responden atau 34%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel motivasi di indikator kebutuhan harga diri dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 4 responden atau 4%, memilih setuju sebanyak 67 responden atau 67%, memilih sangat setuju berjumlah 29 responden atau

29%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel motivasi di indikator kebutuhan aktualisasi diri dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 5 responden atau 5%, memilih setuju sebanyak 67 responden atau 67%, memilih sangat setuju berjumlah 28 responden atau 28%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Dari beberapa indikator yang ada dan telah diisi oleh responden dapat disimpulkan bahwa indikator yang paling dominan dari variabel motivasi terdapat pada indikator kebutuhan harga diri. Dari kesimpulan tersebut dapat dilihat bahwa muzakki membayar zakat termotivasi akan kebutuhan harga diri yang ada dalam diri muzakki tersebut, sehingga jika kebutuhan harga diri pada muzakki meningkat maka minat muzakki untuk membayar zakat juga meningkat, begitupun sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori motivasi yang dikembangkan oleh Abraham H. Maslow pada intinya berkisar pada pendapat bahwa manusia 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 fisik semata, 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 untuk mengembangkan potensi yang terdapat dalam dirinya sehingga berubah menjadi kemampuan nyata.¹ Dalam teori tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi dan dorongan dari dalam diri manusia sangat berpengaruh untuk mengembangkan potensi atau minat seseorang. Sehingga semakin tinggi motivasi dari dalam diri seseorang maka juga akan meningkatkan minat seseorang akan suatu hal, misalnya minat muzakki dalam membayar zakat.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Pratiwi dan Ridlwan², Pangestu dan Jayanto³, Subiyanto⁴, Dakhori⁵, dan Kanji, et al.⁶ yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat. Semakin meningkat motivasi muzakki terhadap zakat, maka akan meningkatkan minat muzakki dalam membayar zakat. Begitu pula sebaliknya, semakin menurun motivasi muzakki terhadap zakat, maka akan menurunkan minat muzakki dalam membayar zakat.

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

² 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

³ Itaq Pangestu dan Prabowo Yudo Jayanto, "Analysis in Factors Affecting Muzakki Motivation to Pay Zakat in Semarang City", *Jurnal ISSN 2252-6765*

⁴ Subur Subiyanto, "Pengaruh Celebrity Endorse Zakat Terhadap Motivasi berzakat Di Yogyakarta", *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE) e-ISSN: 2621-606X*

⁵ Dakhori, "Motivasi Dan Kendala Masyarakat Dalam Membayar Zazkat Di BAZNAS Kabupaten Semarang", IAIN Salatiga, 2019.

⁶ Lusiana Kanji, H. Abd. Hamid Habbe dan Mediaty, "Aktor Determinan Motivasi Membayar Zakat".

B. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat

Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional kabupaten Tulungagung. Berpengaruh positif signifikan disini dapat diartikan bahwa ketika terjadi peningkatan pada religiusitas muzakki dalam membayar zakat, maka minat muzakki dalam membayar zakat akan meningkat. Begitu pula sebaliknya, ketika terjadi penurunan pada religiusitas muzakki dalam membayar zakat, maka minat muzakki dalam membayar zakat akan menurun.

Pada variabel religiusitas terdapat beberapa indikator yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam membayar zakat yang digunakan oleh peneliti yaitu sebagai berikut: (1) indikator pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial, (2) indikator pengalaman, (3) indikator kehidupan, serta (4) indikator intelektual.

Pada variabel religiusitas di indikator pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 9 responden atau 9%, memilih setuju sebanyak 60 responden atau 60%, memilih sangat setuju berjumlah 31 responden atau 31%, tidak ada yang memilih sangat

tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel religiusitas di indikator pengalaman dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 8 responden atau 8%, memilih setuju sebanyak 59 responden atau 59%, memilih sangat setuju berjumlah 33 responden atau 33%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel religiusitas di indikator kehidupan dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 11 responden atau 11%, memilih setuju sebanyak 59 responden atau 59%, memilih sangat setuju berjumlah 30 responden atau 30%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel religiusitas di indikator intelektual dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 10 responden atau 10%, memilih setuju sebanyak 58 responden atau 58%, memilih sangat setuju berjumlah 32 responden atau 32%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Dari beberapa indikator yang ada dan telah diisi oleh responden dapat disimpulkan bahwa indikator yang paling dominan dari variabel religiusitas terdapat pada indikator pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial. Dari kesimpulan tersebut dapat dilihat bahwa muzakki membayar zakat dipengaruhi oleh pendidikan serta adanya tekanan sosial yang ditimbulkan baik dari internal maupun eksternal, sehingga jika pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial pada muzakki meningkat maka minat muzakki untuk membayar zakat juga meningkat, begitupun sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori kognitif yang didasarkan pada asumsi bahwa kemampuan kognitif merupakan sesuatu yang fundamental atau mendasar atau hal pokok dalam membimbing tingkah laku individu atau bisa disebut juga tingkat keimanan atau religiusitas seseorang.⁷ Religiusitas pada diri seseorang tersebutlah yang akan membimbing pada suatu keinginan yang mendasar, sehingga akan sangat berpengaruh juga jika seseorang mempunyai tingkat keimanan atau religiusitas yang tinggi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Pristi dan Setiawan⁸, Setiawan⁹, Shiddiqy¹⁰, Astuti dan Putra¹¹, Nurhasanah dan

⁷ 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 .*

⁸ 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.

⁹ 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.

Nursanita¹² yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat. Semakin meningkat religiusitas muzakki terhadap zakat, maka akan meningkatkan minat muzakki dalam membayar zakat. Begitu pula sebaliknya, semakin menurun religiusitas muzakki terhadap zakat, maka akan menurunkan minat muzakki dalam membayar zakat.

C. Pengaruh Pengetahuan Zakat terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat

Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengaruh zakat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional kabupaten Tulungagung. Berpengaruh positif signifikan disini dapat diartikan bahwa ketika terjadi peningkatan pada pengetahuan zakat muzakki, maka minat muzakki dalam membayar zakat akan meningkat. Begitu pula sebaliknya, ketika terjadi penurunan pada pengetahuan zakat muzakki, maka minat muzakki dalam membayar zakat akan menurun.

¹⁰ 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.

¹¹ Dini Juli Astuti dan Yudi Pratama Putra, "Pengaruh Akuntabilitas, Kepercayaan, Religiusitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat".

¹² 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.

Pada variabel pengetahuan zakat terdapat beberapa indikator yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam membayar zakat yang digunakan oleh peneliti yaitu sebagai berikut: (1) indikator tahu atau tidaknya zakat, (2) indikator pengetahuan tentang perlu atau tidaknya zakat, (3) indikator pengetahuan tentang hukum zakat, (4) indikator pengetahuan tentang besaran zakat, (5) indikator tujuan diperintahkannya zakat.

Pada variabel pengetahuan zakat di indikator tahu atau tidaknya zakat dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 14 responden atau 14%, memilih setuju sebanyak 55 responden atau 55%, memilih sangat setuju berjumlah 31 responden atau 31%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel pengetahuan zakat di indikator pengetahuan tentang perlu atau tidaknya zakat dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 12 responden atau 12%, memilih setuju sebanyak 61 responden atau 61%, memilih sangat setuju berjumlah 27 responden atau 27%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel pengetahuan zakat di indikator pengetahuan tentang hukum zakat dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 10 responden atau 10%, memilih setuju sebanyak 56 responden atau 56%, memilih sangat setuju berjumlah 34 responden atau 34%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel pengetahuan zakat di indikator pengetahuan tentang besaran zakat dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 5 responden atau 5%, memilih setuju sebanyak 69 responden atau 69%, memilih sangat setuju berjumlah 26 responden atau 26%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel pengetahuan zakat di indikator pengetahuan tentang tujuan diperintahnya zakat dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 4 responden atau 4%, memilih setuju sebanyak 65 responden atau 65%, memilih sangat setuju berjumlah 31 responden atau 31%, tidak ada yang memilih sangat

tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Dari beberapa indikator yang ada dan telah diisi oleh responden dapat disimpulkan bahwa indikator yang paling dominan dari variabel pengetahuan zakat terdapat pada indikator tujuan diperintahnya zakat. Dari kesimpulan tersebut dapat dilihat bahwa jika muzakki mengetahui apa saja tujuan dari diperintahnya zakat maka minat muzakki dalam membayar zakat juga akan meningkat, begitupun sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori behavior yang menurut J.B.Watson, asumsi teori ini lebih menekankan dan berfokus kepada perilaku yang dapat diamati, dipelajari, melalui pengalaman dan lingkungan.¹³ Seseorang yang berada di lingkungan yang tepat. Serta mempunyai lebih banyak pengalaman akan lebih banyak mendapat pengetahuan serta mempengaruhi pola pikir pada seseorang. Hal ini juga akan berpengaruh terhadap minat seseorang jika seseorang mempunyai lebih banyak pengetahuan dari yang mereka pelajari dan mereka amati. Sehingga jika pengetahuan zakat yang dimiliki seseorang itu banyak dan berkembang, maka seseorang akan mempunyai minat membayar zakat yang tinggi.

¹³ 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

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Haki¹⁴, Nugroho dan Nurkhin¹⁵, Rosalinda, et al¹⁶, Muzanni¹⁷, Darmawan dan Arafah¹⁸. yang menyatakan bahwa pengetahuan zakat berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat. Semakin meningkat pengetahuan muzakki terhadap zakat, maka akan meningkatkan minat muzakki dalam membayar zakat. Begitu pula sebaliknya, semakin menurun pengetahuan muzakki terhadap zakat, maka akan menurunkan minat muzakki dalam membayar zakat.

D. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat

Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional kabupaten Tulungagung. Berpengaruh positif signifikan disini dapat diartikan bahwa ketika terjadi peningkatan pada kualitas pelayanan pada BAZNAS Tulungagung, maka

¹⁴ 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

¹⁵ 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.

¹⁶ 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.

¹⁷ Muzanni, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Pendapatan Pelaku Usaha Terhadap Lewajiban Membayar Zakat Di Kota Jember", IAIN Jember, 2020.

¹⁸ 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.

minat muzakki dalam membayar zakat akan meningkat. Begitu pula sebaliknya, ketika terjadi penurunan pada kualitas pelayanan pada BAZNAS Tulungagung, maka minat muzakki dalam membayar zakat akan menurun.

Pada variabel kualitas pelayanan terdapat beberapa indikator yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam membayar zakat yang digunakan oleh peneliti yaitu sebagai berikut: (1) indikator bukti langsung, (2) indikator kehandalan, (3) indikator daya tanggap, dan (4) jaminan, serta (5) indikator empati.

Pada variabel kualitas pelayanan di indikator bukti langsung dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 15 responden atau 15%, memilih setuju sebanyak 51 responden atau 51%, memilih sangat setuju berjumlah 34 responden atau 34%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel kualitas pelayanan di indikator kehandalan dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 8 responden atau 8%, memilih setuju sebanyak 61 responden atau 61%, memilih sangat setuju berjumlah 31 responden atau 31%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel kualitas pelayanan di indikator daya tanggap dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 10 responden atau 10%, memilih setuju sebanyak 56 responden atau 56%, memilih sangat setuju berjumlah 34 responden atau 34%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel kualitas pelayanan di indikator jaminan dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 7 responden atau 7%, memilih setuju sebanyak 67 responden atau 67%, memilih sangat setuju berjumlah 26 responden atau 26%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Pada variabel kualitas pelayanan di indikator empati dapat diketahui bahwa dari 100% responden yang diteliti peneliti melalui angket, peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat cukup setuju berjumlah 10 responden atau 10%, memilih setuju sebanyak 68 responden atau 68%, memilih sangat setuju berjumlah 22 responden atau 22%, tidak ada yang memilih sangat tidak setuju atau sebanyak 0%, dan tidak setuju juga 0 responden atau sebanyak 0%.

Dari beberapa indikator yang ada dan telah diisi oleh responden dapat disimpulkan bahwa indikator yang paling dominan dari variabel

kualitas pelayanan terdapat pada indikator jaminan. Dari kesimpulan tersebut dapat dilihat bahwa muzakki membayar zakat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang dapat menjamin adanya ketransparanan dari pihak lembaga, maupun jaminan tersalurkannya zakat dengan benar, sehingga jika jaminan pada lembaga dapat dipercayai oleh muzakki maka minat muzakki untuk membayar zakat juga meningkat, begitupun sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori Manajemen Perilaku 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.¹⁹ Sama halnya dengan manajer terhadap karyawan atau staf pelayanan terhadap muzakki, dimana dalam suatu hubungan harus tercipta rasa nyaman dan empati. Jika kualitas pelayanan pada staf di BAZNAS Kabupaten Tulungagung ditingkatkan sehingga timbul komunikasi yang baik kepada muzakki maka muzakki akan selalu ingin untuk membayar zakat di lembaga tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Salmawati dan Fitri²⁰, Nugraha²¹, Siti dan Bambang²², Devi²³, Nurul dan Farid²⁴ yang

¹⁹ 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

²⁰ 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.

menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat. Semakin meningkat kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan minat muzakki dalam membayar zakat. Begitu pula sebaliknya, semakin menurun kualitas pelayanan, maka akan menurunkan minat muzakki dalam membayar zakat.

E. Pengaruh Motivasi terhadap Minat Muzakki melalui Kualitas Pelayanan

Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa motivasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui kualitas pelayanan di Badan Amil Zakat Nasional kabupaten Tulungagung,

Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori Victor H. Vroom (Teori Harapan) 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

²¹ 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.

²² 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).

²³ 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*.

²⁴ 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.

dicapai oleh seorang dan perkiraan yang bersangkutan bahwa tindakannya akan mengarah kepada hasil yang diinginkannya itu. Artinya, apabila seseorang sangat menginginkan sesuatu, dan jalan tampaknya terbuka untuk memperolehnya, yang bersangkutan akan berupaya mendapatkannya.²⁵ Sama halnya dengan motivasi dalam diri seseorang yang sangat tinggi maka akan mempengaruhi minat seseorang dalam sesuatu hal yang ingin dicapainya. Seperti minat muzakki untuk membayar zakat, jika ditunjang dengan nilai motivasi dari dalam diri seseorang maka minat muzaki untuk membayar zakat pun menjadi tinggi karena diharapkan akan suatu imbalan seperti pahala dan ridho dari Alloh.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Pratiwi dan Ridlwan²⁶, Nurul dan Farid²⁷, Salmawati dan Fitri²⁸, Muhamad dan Sri²⁹, Hesti, et al³⁰ dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki melalui kualitas pelayanan. Berpengaruh positif signifikan disini dapat diartikan bahwa

²⁵ William Widjaja, "Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sma Xyz Di Jakarta Barat", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume8, issue 2, 2019.

²⁶ 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.

²⁷ 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.

²⁸ 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.

²⁹ 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

³⁰ 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

ketika terjadi peningkatan pada motivasi muzakki dalam membayar zakat, maka kualitas pelayanan BAZNAS akan meningkat. Dengan meningkatnya kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan minat muzakki dalam membayar zakat.

F. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Muzakki melalui Kualitas Pelayanan

Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui kualitas pelayanan di Badan Amil Zakat Nasional kabupaten Tulungagung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan 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.³¹ Perkembangan dalam diri seseorang ini akan mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan yang positif, lingkungan yang positif pun juga sangat berpengaruh terhadap diri seseorang. Jika seseorang berada di lingkungan yang baik maka seseorang dapat berkembang dengan baik pula dan menilai segala hal dengan pemikiran yang positif.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Pristi dan Setiawan³², Setiawan³³, Nugraha³⁴, Sri³⁵ Iin dan Agus³⁶ dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki melalui kualitas pelayanan. Berpengaruh positif signifikan disini dapat diartikan bahwa ketika terjadi peningkatan pada religiusitas muzakki dalam membayar zakat, maka BAZNAS akan meningkatkan kualitas pelayanannya. Dengan meningkatnya kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan minat muzakki dalam membayar zakat.

³¹ 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

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.

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 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.

³⁵ 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)

³⁶ 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)

G. Pengaruh Pengetahuan Zakat terhadap Minat Muzakki melalui Kualitas Pelayanan

Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengetahuan zakat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui kualitas pelayanan di Badan Amil Zakat Nasional kabupaten Tulungagung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori kognitif 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.³⁷ Seseorang yang mempunyai kemampuan kognitif yang tinggi sehingga dapat menyelesaikan suatu permasalahan yang ada itu dipengaruhi oleh pengetahuan dan pola pikir seseorang. Seseorang yang mempunyai pengetahuan lebih tinggi dan banyak akan bisa lebih berperilaku dengan baik dan melakukan hal yang baik.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari penelitian Haki³⁸, Nugroho dan Nurkhin³⁹, Nugraha⁴⁰, Beti dan Yusqi⁴¹, Devi⁴² dengan hasil

³⁷ 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

³⁸ 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

³⁹ 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.

penelitian yang menyatakan bahwa pengetahuan zakat berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki melalui kualitas pelayanan. Berpengaruh positif signifikan disini dapat diartikan bahwa ketika terjadi peningkatan pada pengetahuan zakat muzakki dalam membayar zakat, maka BAZNAS akan meningkatkan kualitas pelayanannya. Dengan meningkatnya kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan minat muzakki dalam membayar zakat.

⁴⁰ 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, 2019

⁴¹ 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)

⁴² 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*.