

**PENGARUH PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPERCAYAAN DONATUR DALAM MENUNAIKAN
ZAKAT DI LAZ DOMPET DHUAFA JATIM**

SKRIPSI

Oleh
DEVITA NUR ISTIANA
NIM: G95219048



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya, Devita Nur Istiana, G95219048, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 09 Juli 2023

Saya yang menyatakan,



Devita Nur Istiana
NIM. G95219048

Surabaya, 09 Juli 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Atok Syihabuddin', with a long horizontal stroke extending to the left and a small dash at the end.

Dr. Atok Syihabuddin, SHI, M.El.
NIP. 201603317

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPERCAYAAN DONATUR DALAM MENUNAIKAN ZAKAT DI LAZ DOMPET DHUAFA JATIM

Oleh
DEVITA NUR ISTIANA
NIM: G95219048

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
Tanggal 13 Juli 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Atok Syihabuddin, S.HI., M.E.I
NIP. 201603317
(Penguji 1)
2. Lian Fuad, Lc., M.A
NIP. 198504212019031011
(Penguji 2)
3. M. Maulana Asegaf, Lc., M.H.I
NIP. 198709042019031005
(Penguji 3)
4. Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE, M.Si.
NIP. 198209052015031002
(Penguji 4)

Tanda Tangan



Surabaya, 12 Juli 2023



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Devita Nus Istiana
NIM : G95219048
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen Zakat dan Wakaf
E-mail address : devitanuristianaa@gmailcom

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**PENGARUH PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPERCAYAAN
DONATUR DALAM MENUNAIKAN ZAKAT DI LAZ DOMPET DHUAFA JAWA
TIMUR**

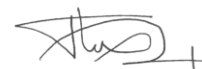
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 Juli 2023

Penulis



(Devita Nur Istiana)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan dan promosi terhadap kepercayaan donatur dalam menunaikan zakat di LAZ Dompot Dhuafa Jawa Timur. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data penelitian ini merupakan data primer yang berasal dari sampel yaitu muzakki yang berzakat di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa Jawa Timur yang tinggal di wilayah Surabaya yang menunaikan zakat pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa Jawa Timur. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden. Penelitian ini menggunakan random sampling, salah satu jenis probability sampling. Metode analisis menggunakan uji regresi linier berganda dengan pendekatan ilmu statistik.

Hasil penelitian menunjukan bahwa: (1) pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan donatur dalam menunaikan zakat di LAZ Dompot Dhuafa Jawa Timur, (2) promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan donatur dalam menunaikan zakat di LAZ Dompot Dhuafa Jawa Timur, (3) pelayanan dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan donatur dalam menunaikan zakat di LAZ Dompot Dhuafa Jawa Timur.

Kata Kunci : Pelayanan, Promosi, Kepercayaan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service and promotion on donor trust in paying zakat at LAZ Dompot Dhuafa, East Java. This type of research is quantitative. The source of the research data is primary data derived from the sample, namely muzakki who are zakat at the Amil Zakat Institution (LAZ) Dompot Dhuafa, East Java who live in the Surabaya area who pay zakat at the Amil Zakat Institution (LAZ) Dompot Dhuafa, East Java. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 30 respondents. This study used random sampling, a type of probability sampling. The analytical method uses multiple linear regression tests with a statistical science approach.

The results of the study show that: (1) service has a significant effect on donor trust in paying zakat at LAZ Dompot Dhuafa East Java, (2) promotion has no significant effect on donor trust in paying zakat at LAZ Dompot Dhuafa East Java, (3) service and promotions have a significant effect on donor trust in paying zakat at LAZ Dompot Dhuafa, East Java.

Keywords: Service, Promotion, Trust.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pelayanan.....	7
2.1.2 Promosi.....	10
2.1.3 Kepercayaan	15
2.2 Penelitian terdahulu yang relevan.....	17
2.3 Kerangka Konseptual	24
2.4 Hipotesis	25
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	27
3.2.1 Waktu Penelitian.....	27
3.2.2 Lokasi Penelitian	27

3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.3.1	Populasi	28
3.3.2	Sampel	28
3.4	Variabel Penelitian	29
3.5	Definisi Operasional.....	30
3.6	Data Dan Sumber Data	32
3.6.1	Sumber Data Primer	33
3.6.2	Sumber Data Sekunder	33
3.7	Teknik Pengumpulan Data	33
3.7.1	Kuesioner (Angket)	33
3.8	Teknik Analisis Data	35
3.8.1	Uji Instrumen.....	35
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.8.3	Uji Hipotesis	39
3.8.4	Uji Statistik.....	41
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Gambaran Umum tentang LAZ Dompot Dhuafa Jatim.....	43
4.1.1	Sejarah Dompot Dhuafa.....	43
4.1.2	Visi, Misi dan Tujuan Dompot Dhuafa.....	45
4.1.3	Struktur Organisasi Dompot Dhuafa.....	47
4.2	Hasil Penelitian.....	49
4.2.1	Karakteristik Responden.....	49
4.3	Analisis Pengujian Hipotesis.....	53
4.3.1	Uji Kualitas Data	53
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	57
4.3.3	Uji Hipotesis	61
4.3.4	Uji Statistik	65
4.4	Pembahasan	67
4.4.1	Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepercayaan Donatur dalam Menunaikan Zakat di LAZ Dompot Dhuafa Jawa Timur.....	67
4.4.2	Pengaruh Promosi Terhadap Kepercayaan Donatur dalam Menunaikan Zakat di LAZ Dompot Dhuafa Jawa Timur.....	70

4.4.3 Pengaruh Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepercayaan Donatur dalam Menunaikan Zakat di LAZ Dompot Dhuafa Jawa Timur.....	72
BAB 5 KESIMPULAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Bagi Lembaga.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Penghimpunna Dana Zakat YAsasan Dompot Dhuafa Republika (2017-2021).....	3
Tabel 1. 2 Jumlah Muzakki LAZ Dompot Dhuafa Jawa Timur (2017-2021)	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Variabel Penelitian	30
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	31
Tabel 3. 3 Perhitungan Jumlah dengan Skala <i>Likert</i>	34
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Umur	50
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Zakat yang Ditunaikan	53
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan.....	54
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	56
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i>	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolineritas	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heterokedastisitas	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (Uji T)	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinan	67

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	24
--------------------------------------	----



DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, B. (2018). Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat dengan Kepuasan Muzakki dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Muzakki. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah*, 49–50.
- Agus, H. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Annisa Aprilia, Z. M. N. (2022). Peran Lembaga Zakat Dompot Dhuafa dalam Meningkatkan Perekonomian Kaum Dhuafa di Kota Medan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3 Nomor 1, 286–287.
- Arifin, E., & Fachrodji, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan. *MIX*, V No 1.
- Ayuningtiyas, K., & Gunawan, H. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2 Nomor 1, 154.
- Bariyah, O. N. (2012). *Total Quality Management Zakat*. Wahana Kardofa FAI.
- Bungin, B. (2015). *Metodelogi penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Public Serta Ilmu-Ilmu Social Lainnya*. Kencana.
- Cavilessi, M. S. (2020). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Konsumen Pada Loyalitas Pengguna Fintech (Layanan Transaksi Online). *Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang*, 26.
- Djafri, N. (2018). *Manajemen Pelayanan (Berbasis Revolusi Mental)*. Ideas Publishing.
- Dukcapil, S. (2022). *Dukcapil Kemendagri Rilis Data Penduduk Semester I Tahun 2022, Naik 0,54% Dalam Waktu 6 Bulan*. Direktorat Jendral Kependudukan Dan Pencatatan Sipil.

<https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1396/dukcapil-kemendagri-rilis-data-penduduk-semester-i-tahun-2022-naik-054-dalam-waktu-6-bulan#:~:text=Dirjen Dukcapil Zudan Arif Fakrulloh,tercatat sebanyak 275.361.267 jiwa.>

Firdausy, C. M., & Idawati. (2017). Effects of Service Quality, Price and Promotion on Customers' Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tickets in Jakarta, Indonesia. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 3 Nomor 2, 44.

Flavian, & Giunaliu. (2007). Measure onweb usability Website. *Journal of Computer Information Systems*, 48 No 1, 17–23.

Fuad, L., & Anggelista, N. T. (2022). Pengaruh Pemahaman Zakat dan Lingkungan sosial terhadap Kesadaran Membayar Zakat Pada Make Up Artist di Kecamatan Tulangan, Sidoarjo. *MAZAWA*, 4 Nomor 1, 89.

Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 21*. Universitas Diponegoro.

Hafidhuddin, D. (2002). *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Gema Insani.

Javier, F. (2022). *Jumlah Penduduk Miskin dan Tingkat Kemiskinan Maret 2022 Menurun*. Tempo.Co. <https://data.tempo.co/data/1493/jumlah-penduduk-miskin-dan-tingkat-kemiskinan-maret-2022-menurun>

Kasmir. (2010). *Manajemen Perbankan*. PT. Raja Grafindo Persada.

Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank* (Edisi Revi). Kencana.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Pearson Education.

Lovelock, C. H., Lauren, K. W., Widyanoro, A., & Samosir, M. (2010). *Pemasaran Jasa*. Erlangga.

Madinatul Namiroh, N. (2021). Pengaruh Pelayanan Lembaga Amil Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat (Studi Kasus Di LAZISMU Kabupaten Gresik). *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam*

Negeri Sunan Ampel Surabaya, 13–14.

Mahdi, M. I. (2022). *Penduduk Muslim Paling Banyak Berada di Jawa Barat*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/penduduk-muslim-indonesia-paling-banyak-berada-di-jawa-barat>

Mamang Sangadji, E., & Sophia. (2013). *Perilaku Konsumen*. CV. Andi Offset.

Mawardi. (2018). “Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4 Nomor 1, 46. <http://jurnal.pnj.ac.id/index.php/ekbis/article/view/887>

Meilani, Y., Palupi, C., & Simanjuntak, S. (2012). *Kemudian, Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa selalu mengelola dengan baik zakat yang didapatkan yaitu dengan berbagai program-program yang diberikan kepada mustahik dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik atau oleh karyawan atau amilnya. Hal ini . 14 No 2, 170.*

Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.

Mowen, & Minor. (2012). *Perilaku Konsumen Jilid 1* (Edisi Keli). Erlangga.

Nengsi, S. W. (2020). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank BRI Unit Lero (Analisis Manajemen Syariah). *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pare*, 44.

Norhikmah. (2022). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Minat Donatur Menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di BAZNAS Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Skripsi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 47.

Norhikmah. (2022). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Minat Donatur Menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di BAZNAS Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Skripsi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 48–49.

Retnawati, H. (2016). *Validitas Reliabilitas & Karakteristik Butir* (Cetakan Pe).

Parama Publishing.

Rusdianto, P. (2016). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 12.

Saputra Andrika, dkk. (2020). “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Donatur Dompot Dhuafa Riau.” *Jurnal Dakwah Risalah*, 31 Nomor 1, 70–84.

Satria, N. P., & Ridlwan, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Donatur Membayar ZIS Di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2 Nomor 3, 67.

Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business*. Salemba Empat.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan 15). Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Kedua). Alfabeta.

Suharjo, B. (2013). *Statistika Terapan*. Graha Ilmu.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset.

Trisnadi, D., & Surip, N. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di Cimb Niaga (Studi Kasus Pt Bank Cimb Niaga Tbk Bintaro). *MIX*, 6 No 3 (Pasca Sarjana Universitas Mercubuana).

www.dompetdhuafa.org. (n.d.). www.dompetdhuafa.org

www.pusat.baznas.go.id. (n.d.). www.pusat.baznas.go.id

Zakiyah Amin, K. (2014). Analisis Strategi Penghimpunan Dana Dalam Mencapai TargetPenerimaan Dana Zakat (Studi pada LAZ Dompot Dhuafa Cabang Jatim). *Skripsi Fakultas Syariah Dan Hukum*, 63–64.

