

## **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Muzakki ( Studi Kasus Pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng Jombang )**

**Hasan Basri<sup>1</sup>, Imam Sopingi<sup>2</sup>, Tri Sudarwanto<sup>3\*</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasyim Asy'ari  
Jl. Irian Jaya No. 55 Tebuireng, Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang  
[senjata567@gmail.com](mailto:senjata567@gmail.com)

### **Abstract**

*The competition of Social Institutions in Jombang is very fast, Each institution competes to gain the trust of the community in order to channel the assets of the agency. Strictly speaking, competition for Social Institutions requires a lot of effort to maintain the weaknesses of protection. The success of this business is largely determined by the ability of the institution to provide quality services. The purpose of this research is to study the factors of service quality for muzakki (case study in LSPT). Data collection conducted in this study is by collecting, interviewing, library research, questionnaire collection using a Likert scale and non probability sampling methods, namely incidental sampling with slovin formula as many as 104. The method used is multiple regression. The results showed that X1 (physical evidence) had a significant effect on muzaki satisfaction where the significance value was greater than 5%, that is 0.05 with t count (2.692) > t table (1.983). X2 (reliability) is significant with the value of t arithmetic (2.762) > t table. (1,983). X3 (responsiveness) has a significant effect on the value of t arithmetic (3.393) > t table (1.983). X4 is not significant to satisfaction with t arithmetic (- 2,413) > t table (1,983). X5 (Empathy) has a significant effect on muzakki satisfaction with t arithmetic (2.582) > t table (1.983).*

**Key word:** Service quality factor, muzakki satisfaction

### **Abstrak**

*Persaingan Panti Sosial di Jombang sangat cepat, Setiap instansi berlomba-lomba untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat guna menyalurkan aset instansi tersebut. Tegasnya, persaingan untuk Lembaga Sosial membutuhkan banyak upaya untuk mempertahankan kelemahan perlindungan. Keberhasilan bisnis ini sangat ditentukan oleh kemampuan institusi dalam memberikan layanan yang berkualitas. Tujuan dari penelitian ini adalah mempelajari faktor-faktor kualitas pelayanan bagi muzakki (studi kasus di LSPT). Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan pengumpulan, wawancara, studi pustaka, pengumpulan kuesioner dengan menggunakan skala likert dan metode non probability sampling yaitu pengambilan sampel secara insidental dengan rumus slovin sebanyak 104. Metode yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa X1 (bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan muzaki dimana nilai signifikansi lebih besar dari 5% yaitu 0,05 dengan t hitung (2,692) > t tabel (1,983). X2 (reliabilitas) signifikan dengan nilai t hitung (2,762) > t tabel. (1.983). X3 (daya tanggap) berpengaruh signifikan terhadap nilai t hitung (3,393) > t tabel (1,983). X4 tidak signifikan terhadap kepuasan t hitung (- 2,413) > t tabel (1,983). X5 (Empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan muzakki dengan t hitung (2,582) > t tabel (1,983).*

**Kata Kunci :** Faktor kualitas pelayanan, kepuasan muzakki.



## PENDAHULUAN

Zakat sebagai rukun Islam ketiga merupakan instrument utama dalam ajaran Islam, yang berfungsi mendistribusikan kekayaan dari yang mampu ke tangan yang tidak mampu. Zakat bagian terpenting untuk menciptakan keadilan, pemerataan kekayaan bagi masyarakat agar kehidupan masyarakat dapat diperbaiki. Dalam prinsip Islam, zakat juga berfungsi sebagai instrument kesejahteraan masyarakat sebagaimana Allah SWT telah memerintahkan bagi orang yang mampu untuk mengeluarkan hasil kekayaannya, maka dari itu, hukum membayar zakat wajib yang harus ditunaikan oleh setiap muslim (Amidan, 2011).

Amidan, (2011) menyatakan bahwa : zakat sangatlah besar potensinya jika dikelola dengan profesional. Oleh sebab itu, pemerintah memberikan suatu kebijakan mengeluarkan peraturan perundang - undangan yang mengatur tentang badan penggunaan dana zakat dengan dikeluarkan UU Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 bertugas untuk melaksanakan pengelolaan zakat kearah ketentuan yang berlaku.

Berdasarkan musawarah Dirjen Bimbingan Islam ataupun Urusan Haji Nomor D/291 tahun 2011 pasal 9 ayat (2), Badan Amil Zakat Nasional dapat membentuk Unit Pengumpulan Zakat Institusi pemerintah berpusat, BUMN , perusahaan swasta yang berkedudukan di Ibukota Negara dan kantor perwakilan Republik Indonesia di Ibukota. Berdasarkan keputusan Dirjen Bimbingan Islam dan Urusan Haji tersebut, (1) definisi Unit Pengelolaan Zakat satuan organisasi yang dibentuk oleh Badan Amil Zakat di semua tingkat dengan tugas untuk melayani muzakki yang menyerahkankzakatnya sesuaia pasal 9 ayat ([www.baznasntb.or.id](http://www.baznasntb.or.id)).

Mawey dkk(2018)Dampak Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sulutgo. Dengan variabel dependen kepercayaan dan kualitas pelayanan dan variabel independen kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan,positif Terhadap Kepuasan nasabah.

Puspita Tunjung Asri dkk (2017) Analisis Pengaruh, Keandalan, Daya Tanggap, Bukti Langsung, Jaminan Dan Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan. Sebagai variabel dependen Tanggibles, Keandalan, Responsivness, Jaminan Dan Empathy dan variabel independen kepuasan. Hasil ini memberikan nilai bahwa Bukti langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Keandalan berpengaruh secara signifikan, positif Terhadap Kepuasan. Daya tanggap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan. Empathy tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan, Reability tidak berpengaruh secara positif terhadap kepuasan.

Berdasarkan permasalahan LSPT dan faktor kualitas pelayanan serta hasil penelitian terdahulu di atas, peneliti ingin menguji kembali apakah terdapat pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki di Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng.

## **KAJIAN PUSTAKA**

Kualitas ( Quality ) bagian ciri serta sifat dari suatu produk pelayanan yang menggaruhi kemampuann untuk memuaskan keinginan yang dinyatakan yang tersirat. Priana ( 2017). Rofiah Chusnul (2017) menyatakan bahwa “Pelayanan adalah suatu proses kegiatan yang terjadi pada interaksi antara muzakki dan karyawan, dan sistem penyedia jasa, yang diberikan sebagai bentuk perubahan pelanggan. Priansa 92017) menyatakan “kualitas pelayanan sebagai prinsip bentuk aktifitas dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen”.

Sunyoto (2017) menggambarkan harapan dalam kualitas pelayanan harus dimulai dari sebuah, permintaan konsumen, berakhir pada motivasi, persepsi, pengetahuan serta kepercayaan terhadap kualitas pelayanan yang akan mempengaruhi keberhasilan pemasaran. Ridwan (2019 ) berpendapat bahwa nilai-nilai islam mengajarkan bahwa dalam melayani suatu usaha yang sedang dijalani berupa barang atau jasa jangan memberikan hal yang tidak sesuai dengan syariat islam itu sendiri, melainkan yang memiliki kualitas kepada orang lain. Hal ini tertera dalam ayat suci Al-qur’an surat al- baqarah ayat 267, dan Qs. Ali-

imron; 159 Allah berfirman intinya barang siapa ditakdirkan diberikan petunjuk, hidayah baginya maka tentu setiap orang akan berlaku lemah, jika kamu bersikap keras atau berhati kasar, maka mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. (Qs. Ali Imron:159).

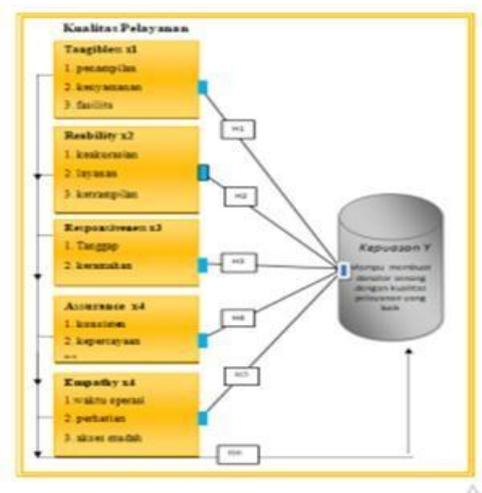
Wijayanti (2017) mendefinisikan bahwa Kepuasan tingkat perasaan seseorang setelah mengetahui kinerja produk dan hasil yang dirasa sesuai harapan donatur. Predikat kepuasan donatur merupakan, bertujuan mengetahui perbedaan antara harapan dan perlakuan. Apabila rutinitas dibawah standar pelanggan, pasti mengakibatkan rendahnya minat. Jika kinerja melebihi harapan maka, pelanggan akan berikan respon hal positif. Kepuasan inilah yang selalu harus di usahakan oleh semua produk dan jasa serta bisnis yang kita bangun. Hal ini disebabkan oleh harapan konsumen terhadap produk, jasa, atau bisnis kita. pengalaman masa lampau menentukan harapan donatur seperti pihak keluarga dan informasi pihak produsen. Herry Sutanto (2013) menyebutkan bahwa tingkat perasaan seseorang dapat di bandingkan dengan kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapan. Don Peppers, Martha Rogers dalam herry Sutanto (2013) mengatakan bahwa pemasaran yaitu alat yang ampuh satu-satunya nilai yang dapat menciptakan perusahaan adalah nilai yang berasal dari pelanggan. Itu adalah semua nilai yang anda miliki sekarang dan nilai yang anda miliki dimasa depan. Suatu bisnis disebut jika berhasil, mendapatkan mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan. Pelanggan merupakan satu-satunya alasan membangun lembaga, mempekerjakan karyawan, menjadwalkan rapat dll, tanpa pelanggan tidak mempunyai bisnis.

Yusuf Qardawi dalam Wardani( 2017) mengatakan bahwa pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen, maka, sebuah lembaga barang maupun jasa harus melihat kinerja lembaga berkaitan dengan: a) Sifat Jujur dalam sebuah perusahaan harus menanamkan rasa seperti ini kepada seluruh personil yang terlibat dalam perusahaan tersebut. b) Sifat amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa barang ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah “menjual dengan

amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. c) Benar dalam aspek melakukan administrasi perusahaan sangat di anjurkan sperti diayat al-qur’an .

Pola hubungan antar variabel tersebut berhubung dengan teori yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, maka dari itu, dibuat secara sistematis kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Keterangan :

Tangibles = buktifisik  
 Reability = kehandala n  
 Responsiveness = daya tanggap  
 Assurance = jaminan  
 Empathy = simpati

Berdasarkan kajian teoritis dan empiris maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- H1 = Bukti fisik (tangible) berpengaruh terhadap kepuasan muzakki
- H2 = Kehandalan (reability) berpengaruh terhadap kepuasan muzakki.
- H3 = Daya tanggap (reponsiviness) berpengaruh terhadap kepuasan muzakki.
- H4 = jaminan (assuarance) berpengaruh terhadap kepuasan muzakki.
- H5 = Empaty (empaty) berpengaruh terhadap kepuasan muzakki.
- H6 = Tanggible,reability,reponsiviness,assuran ce,empaty, berpengaruh terhadap kepuasan muzakki

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah metode discovery. Populasi ini adalah seluruh Populasi dalam penelitian yaitu Muzakki Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng sebanyak 140 orang. Dengan sampel 104 muzakki. Berdasarkan pada teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah random sampel, yaitu muzakki Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket dengan skala likert), wawancara. Uji keandalan data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas data dengan bantuan program SPSS versi 23. Teknik analisis dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Pengukuran faktor kualitas pelayanan pada penelitian parsuraman dkk(1985) dalam Nanang (2017). Tangible adalah kemampuan strategipublik dalam menentukan kemajuan kepada pihak luar lembaga. Penampilan sarana dan prasarana fisik organisasi atau keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bagian bukti nyata dari aktifitas yang diberikan oleh organisasi.

## **HASIL PENELITIAN**

### **a. Uji Validitas**

Hasil uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23 dengan signifikansi sebesar 0,05 untuk penelitian yang menggunakan responden sebanyak 104 orang, nilai r kritisnya adalah 0,1909. Sedangkan nilai r hitung didapat dari output data hasil korelasi di aplikasi program SPSS versi 23. Dari hasil pengolahan, semua variabel tangibles, reability, responsines, assurance, empathy pernyataan mempunyai nilai r hitung (correlated item total correlation) lebih besar dari pada nilai r tabel (0,1909), maka dapat disimpulkan semua butir pernyataan valid. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner dapat digunakan.

### **b. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Sugiono,2018).

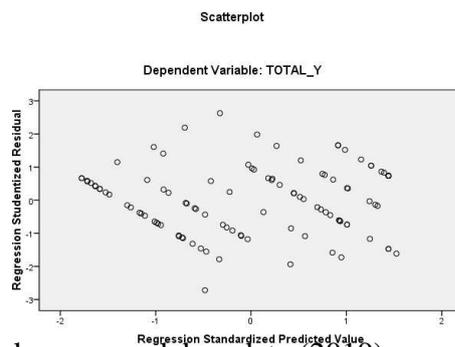
Berdasarkan hasil uji Multikolinieritas menunjukkan hasil tidak ada variabel yang memiliki VIF lebih dari 10.

Tabel 1. Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Tangibles X1	0.490	2.041
Reability x2	0.639	1.564
Responsiveness x3	0.192	5.221
Asurance x4	0.752	1.329
Empathy x5	0.219	4.565

Maka, disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel bebas tangibles, reability, responsiveness, assurance dan empathy maka lebih besar dari nilai tolerance lebih dari 10. Selanjutnya dilanjutkan dengan uji heteroskedastisitas, yang hasilnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

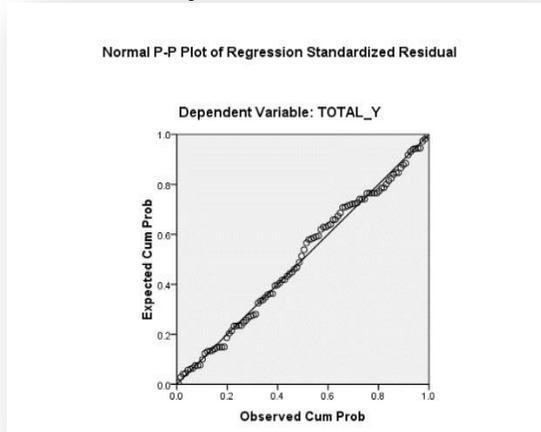
Gambar 2. Uji heteroskedastisitas



Sumber : pengolahan data (2019)

Berdasarkan hasil olah data di atas, dapat dilakukan pengamatan melalui scatter plot dengan catatan jika plot membentuk sebuah pola, maka bisa dikatakan terjadi suatu heteroskedastisitas. Sebaliknya, apa bila gambar plot menyebar merata maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Bisa diamati bahwa hasil dari heteroskedastisitas pola scatter di atas tidak terjadi heteroskedastisitas, karena hasil plot menyebar dengan rata dan tidak membentuk pola tertentu. Uji normalitas dilakukan dengan uji normal probability plot. Tindakan pengujian asumsi klasik perlu dilakukan untuk memenuhi penggunaan regresi linier berganda. Hasil data dengan menggunakan program SPSS versi 23

Gambar 3. Uji Norma litas



Sumber : pengolahan data (2019)

Hasil nilai berdistribusi , maka dapat diketahui dari gambar olah data bahwa pengujian plot/ titik peyebaran mengikuti garis beredar sekitar dan disepanjang garis.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Regresilinierberganda bertujuan untuk mengetahui besaran perubahan yang dalam penelitian ini. Terdiri dari variabel bebas; tangibless, reability, responsiveness, assurance dan empathy yang dihubungkan dengan variabel dependen berupa kepuasan muzakki

Tabel 2. Analisis Regresi linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1.147	1.551	
	TOTAL_X 1	.220	.082	.197
	TOTAL_X 2	.213	.077	.177
	TOTAL_X 3	.386	.114	.397
	TOTAL_X 4	-.128	.053	-.142
	TOTAL_X 5	.279	.108	.282

Untuk mengetahui hasil regresi digunakan rumus:

a. Konstanta = -1.147

Jika variabel Tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy diasumsikan tetap maka kepuasan muzakki tetap maka kepuasan muzakki akan berkurang sebesar -1-147. Nilai konstanta didapatkan negatif artinya jika skor variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy dianggap dengan nol, oleh maka itu, skor kepuasan muzakki semakin berkurang

b. Koefisien X1 (tangible)

Nilai koefisien tangibles 0,197 membuktikan bahwa setiap ada kenaikan satu skor untuk tangibles pasti terjadi peningkatan kepuasan muzakki sebesar 0,197 dengan menganggap variabel lainnya konstanta.

c. Koefisien X2 (reability)

Nilai koefisien reability sebesar 0,177 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan satu skor untuk reability akan diikuti terjadi kenaikan kepuasan muzakki sebesar 0,177 dengan menganggap variabel lainnya konstanta,

d. Koefisien X3 (responsiveness)

Nilai koefisien responsiveness sebesar 0,397 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan satu skor untuk responsiveness akan diikuti terjadi kenaikan kepuasan muzakki sebesar 0,397 dengan menganggap variabel lainnya konstanta.

e. Koefisien X4 (assurance)

Nilai koefisien assurance sebesar 0,142 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk assurance akan diikuti terjadi kenaikan kepuasan muzakki sebesar 0,142 dengan menganggap variabel lainnya konstanta.

f. Konstanta X4 Empathy

Nilai koefisien empathy sebesar 0,192 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk empathy akan diikuti terjadi kenaikan kepuasan muzakki sebesar 0,192 dengan menganggap variabel lainnya.

d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian yang dilakukan agar mengetahui seberapa besar pengaruh yang dijelaskan oleh variabelitas independen( Siregar,2015)

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 <sup>a</sup>	.743	.730	.923

Berdasarkan data diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0.730= 73% variabel kepuasan muzakki dapat di jelaskan oleh tangibless, reability, responsiveness, assurance, dan empathy sedangkan 27% dijelaskan oleh variabel lain.

e. Uji Hipotesiis

1. Uji t ( uji parsial)

Mengapa pengaruh yang itimbulkan ari masingmasing variabel independen terhadap variabel dependen

Tabel 3. Uji t ( parsial)

Model	T	Sig'
1 (Constant)	.740	.740
TOTAL_X1	2.692	2.692
TOTAL_X2	2.762	2.762
TOTAL_X3	3.393	3.393
TOTAL_X4	-2.413	-2.413
TOTAL_X5	2.582	2.582

Sumber : hasil pengolahan data (2019)

Berdasarkan uji t parsial dengan menggunakan SPSS pada tabel diatas diperoleh Nilai signifikansi tangibless lebih besar dari 5% yaitu 0,05.Nilai t hitung (2.692) >t tabel (1.983). Dengan demikian hipotesis H1 diterima, makadari itu, menunjukkan tangibless mempunyai pengaruh terhadap kepuasan muzakki. Namun pada kolom t menunjukkan nilai sebesar 2.692 ini berarti bahwa arah hubungan antara variabel tangibless dengan kepuasan muzakki searah. Nilai signifikansi reability lebih kecil dari 5% yaitu 0,05 . n nilai t hitung (2.762) >t tabel (1.983). Dengan demikian hipotesis H1 diterima, hal ini menunjukkan reability mempunyai pengaruh terhadap kepuasan muzakki. Hasilnya, pada kolom t menunjukkan nilai sebesar 2.762 ini berarti bahwa arah hubungan antara variabel reability

dengan kepuasan muzakki tidak searah. Nilai signifikansi responsiveness lebih kecil dari 5%. Kemudian nilai t hitung (3.762) > t tabel (0.1983). Dengan demikian hipotesis H1 diterima, maka sebab itu, menunjukkan responsiveness mempunyai pengaruh terhadap kepuasan muzakki. Namun pada kolom t menunjukkan nilai sebesar 3.762 ini berarti bahwa arah hubungan antara variabel responsiveness dengan kepuasan muzakki searah. Nilai signifikansi assurance lebih kecil dari 5% yaitu 0,1. nilai t hitung (-2.413) > t tabel (1.983). Dengan demikian hipotesis H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa assurance mempunyai pengaruh terhadap kepuasan muzakki. Namun pada kolom t menunjukkan nilai sebesar -2.413 ini berarti bahwa tidak arah hubungan antara variabel assurance dengan kepuasan muzakki searah. Nilai signifikansi empathy lebih kecil dari 5% yaitu 0,1. Nilai t hitung (2.582) < t tabel (1.983). Dengan demikian hipotesis H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa empathy mempunyai pengaruh terhadap kepuasan muzakki. Namun pada kolom t menunjukkan nilai sebesar 2.582 ini berarti bahwa arah hubungan antara variabel empathy dengan kepuasan muzakki searah.

Dari lima variabel kualitas pelayanan, maka yang paling berpengaruh terhadap kepuasan menjadi Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng adalah responsiveness, alasannya karena nilai beta yang terbesar jika dibandingkan dengan nilai variabel lainnya. Hal ini disebabkan karena variabel responsiveness adalah faktor bentuk perlakuan yang dilakukan dengan memberikan respon /daya tanggap yang baik dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para muzakki dengan berupaya memahami keadaan muzakki. Dimana suatu lembaga diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang muzakki, memahami kebutuhan muzakki secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi muzakki.

## 2. Uji F (Simultan)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama yaitu variabel independen terhadap variabel dependen

Tabel 4. Uji f (simultan)

Model		F	Sig.
1	Regression	56.721	.000 <sup>a</sup>
	Residual		
	Total		

Sumber : hasil pengolahan data (2019)

Hasil uji ANOVA didapat nilai F hitungan sebesar 56.721 dengan tingkat signifikansi 0.000 oleh sebab itu, Ho ditolak dan Ha diterima. Al-hasil, menunjukkan secara simultan H<sub>6</sub> yang menyatakan bahwa ada pengaruh tangibles, reability, responsiveness, assurance, dan empathy secara sama-sama terhadap kepuasan muzakki pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng diterima.

## PEMBAHASAN

### a. Pengaruh Tangibles Terhadap Kepuasan Muzakki

Menurut Tjiptono (2015), Bukti fisik berkenaan dengan daya tarik perlengkapan dan material yang dipergunakan lembaga serta penampilan karyawan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana (2016). Dari hasil tersebut diperoleh kesimpulan tidak terdapat pengaruh variabel tangibles (X<sub>1</sub>) didapatkan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,272 < 1,986$ ) dan  $p^{****} = 0,206 > 0,05$ , alhasil H<sub>1</sub> yang menyatakan bahwa ada pengaruh antar bukti fisik ( ) terhadap kepuasan nasabah ditolak kebenarannya.

Berdasarkan analisis data penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan SPSS versi 23 dapat diketahui bahwa variabel tangibles (X<sub>1</sub>) berpengaruh terhadap kepuasan muzakki. Hal ini bisa dilihat dari uji t sebesar  $2.692 > t_{tabel}$  0.1983 dengan nilai signifikansi 0.008. kemudian, dapat dilihat dari uji t sebesar 2.692 dengan nilai signifikansi  $0.008 < 0,05$ . Hal ini berarti Ho diterima dan Ha ditolak, artinya secara parsial H<sub>1</sub> yang menyatakan bahwa

mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki di Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng Jombang.

#### **b. Pengaruh Reability Terhadap Kepuasan Muzakki**

Hasil analisis data penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan aplikasi SPSS ver. 23 diperoleh bahwa variabel reability X3 berpengaruh signifikan. Hal ini bisa dilihat dari uji T. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,393 > 0,1983$ ) &  $p = 0,001 < 0,1$ ; Hal itu, didukung oleh penelitian Rohman (2017) yang menyatakan bahwa secara parsial responsivenes berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hal ini bisa di lihat dari uji T. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,040 > 0,1714$ )  $p = 0,049, < 0,005$ ; sehingga H3 yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara daya tanggap (responsiveness) terhadap kepuasan nasabah dapat diterima kebenarannya.

#### **c. Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Muzakki**

Gambaran hasil analisis data penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan aplikasi SPSS ver. 23 diperoleh bahwa variabel assurance X4 tidak berpengaruh signifikan. Hal ini bisa dilihat dari uji T. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $-2,413 > 0,1735$ )  $p = 0,241 < 0,1$ ; sehingga X4 yang menyatakan bahwa ada akibat antara maka didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rika Yuliana (2016). Tidak ada pengaruh variabel assurance (X4) diperoleh  $P = (0,193) > 0,05$ ; sehingga H3 yang menyatakan ada pengaruh antara daya tanggap (responsiveness) terhadap kepuasan nasabah tidak dapat diterima kebenarannya.

#### **d. Pengaruh Empathy Terhadap Kepuasan Muzakki**

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rika Juliana menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel empathy (X5) diperoleh nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,811 < 1,986$ ) dan  $p = 0,073 > 0,05$  sehingga H5 yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara empati (emphaty) terhadap kepuasan nasabah ditolak kebenarannya. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Mawey (2018) yang menyatakan bahwa secara parsial empathy berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### **e. Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tanggibless, Reability, Responsivenes, Ansurance dan Empathy) Terhadap Kepuasan Muzakki**

Hasil penelitian berdasarkan uji simultan yang diolah oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel tanggibless, reability, responsivenes, ansurance dan empathy berpengaruh terhadap kepuasan muzakki. Hasil penelitian dari uji ANOVA menunjukan bahwa F hitung sebesar 56.721 dengan tingkat signifikansi 0,000. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara statistik menunjukkan  $H_3$  yang menyatakan menyatakan variabel tanggibless, reability, responsivenes, ansurance dan empathy dalam penelitian ini secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kepuasan muzakki.

Hal ini didukung oleh penelitian Seanewati Oetama (2017) menunjukan bahwa tanggibless, reability, responsivenes, ansurance dan empathy secara simultan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan muzakki. Melalui analisis koefisien determeninasi yang diolah peneliti menggunakan SPSS versi 23 menunjukan bahwa tanggibless, reability, responsivenes, ansurance dan empathy secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kepuasan muzakki dapat dilihat berdasarkan nilai Adjusted R square pada table Determinasi Simultan yaitu sebesar 73.0%. Sehingga dapat diketahui bahwa kontribusi variabel kepuasan muzakki dapat dipengaruhi oleh variabel tanggibless, reability, responsivenes, ansurance dan empathy 73.0% dan kinerja karyawan juga dipengaruhi oleh faktor lain yang dikaji dalam penelitian sebesar 27%. Berdasarkan hasil presentasi sebesar 73,0%. Besarnya berpengaruh tersebut termasuk besar. Namun tanggibless, reability, responsivenes, ansurance dan empathy masih ada variabel- variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat i buat kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggibless secara uji t (parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng. Maka dari

itu, pihak lembaga sosial pesantren Tebuireng selalu mempertahankan kualitas bukti fisik dan lebih baik lagi jika meningkatkan kualitas fisik untuk lebih meningkatkan kepuasan muzakki.

2. Reability secara uji t (parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng. Oleh sebab itu, Lembaga sosial pesantren tebuireng untuk lebih mempertahankan keakuratan dalam memenuhi kebutuhan muzakki.
3. Responsiveness secara uji t (parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng sebesar. Maka dari itu, pihak lembaga pesantren tebuireng tetap mempertahankan daya tanggap dalam hal menjemput bola kepada muzakki dalam memberikan pelayanan agar muzakki merasa lebih diringgankan bebannya
4. Assurance secara uji t (parsial) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng sebesar. Maka dari itu, pihak lembaga sosial pesantren lebih meningkatkan jaminan-jaminan menyakinkan kepercayaan muzakki seperti halnya, memberikan informasi terkait anggaran lembaga karena selama ini pemahanan muzakki belum sepenuhnya mengerti terkait anggaran.
5. Empathy secara uji t (parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng. Maka dari itu, pihak lembaga dapat mempertahankan sikap simpati dalam mementingkan muzakki dari pada kepentingan individu
6. Tanggibless, reability, responsiveness, assurance, dan empathy secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng dengan kontribusi sebesar 73%. Sedangkan, sisanya 27% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini
7. Kualitas pelayanan sangatlah penting dalam meningkatkan kepuasan muzakki, untuk mencapai hal tersebut maka perlu diperhatikannya pelayanan“ yang diberikan terdiriTanggibless,reability,ressponsiveness,

assurance, dan empathy semakinberrtamb maju yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan muzaki.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amidan,S.G.2011.Pedoman Zakat Tentang Pengelolaan Zakat. Jakarta: PT. Cek Indonesia.
- Asri, Tunjung dkk. 2017. Analisis Pengaruh Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal ekonomi dan Bisnis. Vol. 2 No. 3 page 102-130
- Kurniawan, Nanang. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota KJKS Arta Mandiri. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Mawey dkk. 2018 Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo. Jurnal EMBA. Vol. 6 No. 3. page 1198- 1207.
- Priansa, D. J. 2017. Manajemen Pelayanan Prima. Bandung: ALFABETA.
- Ridwan. 2019. Kualitas Pelayanan Dalam Islam dalam <https://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11> / diakses tanggal 20-08-2019 jam 10.00
- Rofiah, Chusnul dan Dwi Wahyuni. 2017. Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Riset Teknologi Ekonomi dan Bisnis Vol 12, No. 1 page 62-82
- Sunyoto, D. 2017. Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Yogyakarta: Caps.
- Sugiyoono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Siregar, S. 2015. Metode Kuantitatif. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Wardani, Tri Ulfa. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Ngojek. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 2 No. 4 page 80-90.
- Wijayanti, T. 2017. Marketing Plan Dalam Bisnis. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Yuliana, Rika. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 5 No. 16 page 156-240

