

# ***Pengaruh Akuntabilitas, Citra Lembaga dan Kualitas Pelayanan terhadap minat Muzakki membayar Zakat dengan Kesadaran Sebagai Variabel Moderating pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Pangkep***

Zulfatul Munawwarah<sup>1\*</sup>, Nurfiyah Anwar<sup>2</sup>, Muhammad Nasri Katman<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Alauddin Makassar; [ulfamunawwarah@gmail.com](mailto:ulfamunawwarah@gmail.com)

<sup>2</sup> Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Alauddin Makassar; [nurfiahnwar05@gmail.com](mailto:nurfiahnwar05@gmail.com)

<sup>3</sup> Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Alauddin Makassar; [muh.nasri@uin.alauddin.ac.id](mailto:muh.nasri@uin.alauddin.ac.id)

\* Penulis korespondensi: [ulfamunawwarah@gmail.com](mailto:ulfamunawwarah@gmail.com);

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui pengaruh Akuntabilitas, Citra Lembaga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Moderating Pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Pangkep. Adapun sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah muzakki pada Baznas Kabupaten Pangkep, dengan metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian didapatkan bahwa variabel akuntabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat dengan nilai t-statistik  $0,019 < 1,96$  dan nilai p-value  $0,985 > 0,05$ . Pada variabel citra lembaga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat dengan nilai t-statistik  $1,455 < 1,96$  dan nilai p-value  $0,146 > 0,05$ . Pada kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat dengan nilai t-statistik  $4,527 > 1,96$  dan nilai p-value  $0,000 < 0,05$ . Untuk kesadaran memoderasi variabel akuntabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat dengan nilai t-statistik  $1,673 < 1,96$  dan nilai p-value  $0,095 > 0,05$ . Untuk kesadaran memoderasi variabel citra lembaga berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat dengan nilai t-statistik  $3,249 > 1,96$  dan nilai p-value  $0,001 < 0,05$ . Serta untuk kesadaran memoderasi variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat dengan nilai t-statistik  $2,449 > 1,96$  dan nilai p-value  $0,015 < 0,05$ .

**Kata kunci:** akuntabilitas; citra lembaga; kualitas pelayanan; minat muzakki membayar zakat; kesadaran

## **Abstract**

*This study aims to determine the effect of Accountability, Institutional Image and Service Quality on Muzakki's Interest in Paying Zakat with Awareness as a Moderating Variable at the National Zakat Agency of Pangkep Regency. The sample used in this study was muzakki at Baznas Pangkep Regency, with the research method used using quantitative research methods using the SPSS application. The results of the study showed that the accountability variable did not have a significant effect on the interest of muzakki in paying zakat with a t-statistic value of  $0.019 < 1.96$  and a p-value of  $0.985 > 0.05$ . The institutional image variable did not have a significant effect on the interest of muzakki in paying zakat with a t-statistic value of  $1.455 < 1.96$  and a p-value of  $0.146 > 0.05$ . The quality of service affected the interest of muzakki in paying zakat with a t-statistic value of  $4.527 > 1.96$  and a p-value of  $0.000 < 0.05$ . For awareness moderating the accountability variable does not have a significant effect on the interest of muzakki to pay zakat with a t-statistic value of  $1.673 < 1.96$  and a p-value of  $0.095 > 0.05$ . For awareness moderating the institutional image variable has a significant effect on the interest of muzakki to pay zakat with a t-statistic value of  $3.249 > 1.96$  and a p-value of*

*0.001<0.05. And for awareness moderating the service quality variable has a significant effect on the interest of muzakki to pay zakat with a t-statistic value of 2.449>1.96 and a p-value of 0.015<0.05*

**Keywords:** *Accountability; institutional image; service quality; muzakki's interest in paying zakat; awareness*

## PENDAHULUAN

Rukun islam ialah landasan dari seorang muslim yakni ada yang pertama syahadat, selanjutnya sholat, mengeluarkan zakat, puasa pada bulan ramadhan serta naik haji bagi yang mampu. Kegunaan pada rukun Islam nomor satu, dua, empat dan lima, manfaatnya hanya untuk orang-orang yang mengimplementasikannya, sedangkan zakat ini tidak hanya menguntungkan untuk mereka yang menunaikan zakat tetapi juga zakat akan berdampak bagi orang yang menerimanya (Muhammad Annas, 2022). Permasalahan yang tiada hentinya di zaman sekarang ini ialah kemiskinan. Masalah kemiskinan merupakan hal yang cukup rumit untuk basmi, disebabkan persoalan kemiskinan ini merupakan bentuk bahwa Allah swt. mau mengetes hamba-hamba-Nya, seberapa bisaka mereka untuk mampu menolong orang-orang yang berkekurangan dengan harta yang telah mereka miliki (Widiastuti, 2019). Salah satu upaya untuk menanggulangi persoalan kemiskinan di Indonesia ialah dengan menunaikan zakat. Dengan besarnya angka penduduk yang memeluk agama islam di Indonesia, bisa dibilang bahwa peluang zakat disini tergolong cukup besar (Muawanah, 2019).

Zakat mempunyai potensi yang sangat efektif sebagai alat yang dapat digunakan untuk meningkatkan keadaan perekonomian negara kita secara keseluruhan, oleh sebab itu zakat mempunyai nilai dalam arti meminimalisir kemiskinan. Di Indonesia telah memiliki aturan dalam pengelolaan zakat dilihat dalam UU Nomor 38 Tahun 1999 yaitu mengatur segala kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan terhadap dana zakat (Sofiyani, 2021). Negara Indonesia mempunyai suatu badan atau lembaga pemerintahan yang dalam lingkup pemberdayaan zakat yang ada di negara kita yang bernama, Badan Amil Zakat Nasional, namun tidak cuma Baznas tetapi juga mempunyai lembaga non pemerintahan yang biasa disebut lembaga amil zakat (Ahmad Afandi, 2022).

Pada sisi lain persoalan yang sering di dapat ketika membayar zakat adalah sebuah keraguan masyarakat mengenai suatu badan atau lembaga pengelolaan zakat (Salmawati, 2018). Sehingga masyarakat masih enggan untuk menyalurkan zakat pada lembaga zakat resmi dan lebih memilih untuk menyalurkan zakatnya langsung kepada orang yang membutuhkan. Maka dari itu diperlukan beberapa faktor guna menarik minat muzakki untuk tetap mau membayarkan zakatnya pada Baznas seperti, akuntabilitas dalam sebuah lembaga zakat guna mengoptimalkan rasa kepercayaan masyarakat terkait tentang membayarkan zakatnya. Kemudian faktor yang diperlukan selanjutnya adalah citra lembaga pada sebuah lembaga zakat guna meningkatkan eksistensinya agar bisa dikenal bai oleh masyarakat. Sehingga citra lembaga memiliki arti penting dalam menarik minat muzakki membayarkan zakatnya (Nurhasanah, 2019). Faktor berikunya ialah terkait kualitas pelayanan yang mengidentifikasi solusi pemenuhan kebutuhan dan keperluan pengguna juga ketetapan penyampaian dalam mensejajarkan keinginan penggunanya (Ridho, 2020). Sehingga hal tersebut mampu untuk menarik minat muzakki dalam berzakat. Kemudian ada kesadaran yang merupakan faktor yang dianggap maampu memperkuat atau bahkan memperlemah pengaruh akuntabilitas, citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat.

## TINJAUAN LITERATUR

Zakat dari segi etimologi tercipta dari kata *al-zakah* dengan artian tumbuh baik, suci dan berkah. (Setiawan, 2017). Sebuah hal bisa dibidang zaka yang mempunyai definisi berkembang serta tumbuh. Adapun seorang individu baru bisa disebutkan zaka apabila individu tersebut berkelakuan baik (Ridlo, 2014). Menurut Sayyid Sabid menerangkan bahwa zakat merupakan sebutan atau bisa dibidang nama dari suatu hak Allah yang dibayarkan individu diperuntukkan terhadap orang-orang yang membutuhkannya (Rasyid H. M., 2019). Dinamakan zakat karena alasannya yaitu di dalam kata zakat sendiri diharapkan adanya sebuah kebaikan, kebersihan hati dan jiwa serta sebuah keberkahan (Mursalin, 2018).

### Akuntabilitas

Akuntabilitas dapat dipahami sebagai sebuah kewajiban dalam menjalankan tanggung jawab pada sebuah keberhasilan ataupun kegagalan pada sebuah misi lembaga ataupun organisasi guna mencapai sebuah sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Audyta, 2013). Akuntabilitas memiliki beberapa indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini antara lain: Lembaga Amil Zakat menetapkan rincian fungsi, tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian yang terdapat di dalam lembaga tersebut; Setiap bagian dalam lembaga amil zakat melaksanakan tugasnya secara jujur; Lembaga harus memiliki ukuran kinerja yang jelas; Lembaga memiliki tata cara pengelolaan keluhan dan pengaduan (Arsyad, 2022). Menurut Penelitian yang dilaksanakan oleh Nur Kabib *et al.*, (2021), Salmawati & Meutia (2018), Muhammad Kanzul & Ahmad Ainun (2021), dan Muh. Ashari Assagaf (2016) dimana menemukan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat.

*H<sub>1</sub> : Akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat*

### Citra lembaga

Citra bisa dikatakan sebuah kesan yang didapatkan individu terkait dengan wawasan serta pemahaman-pemahaman terhadap kenyataan-kenyataan yang ada. Sikap individu terkait suatu objek tertentu merupakan cara untuk mengetahui citra individu terhadap objek yang sedang mereka amati (Muawanah, 2019). Terkait hal ini citra lembaga disini digunakan untuk menaikkan eksistensi pada sebuah lembaga zakat agar mampu dikenal dengan baik oleh masyarakat guna agar masyarakat mau untuk melakukan pembayaran zakat khususnya pada baznas. Adapun indikator dari citra lembaga ialah sebagai berikut: Kepribadian (*Personality*); Reputasi (*Reputation*); Identifikasi Perusahaan (*Corporate Identity*). Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti saudara Indri Aningsih (2019) dan Nurhasanah (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra lembaga dengan minat muzakki dalam zakatnya pada Baznas (Aningsih, 2019).

*H<sub>2</sub> : Citra Lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat*

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan bisa diartikan upaya untuk memenuhi kebutuhan serta menjamin pemberian pelayanan secara akurat dan konsistendengan harapan konsumen. (Panjaitan, 2016). Kualitas pelayanan tersebut bisa dikatakan hal yang sangat penting untuk peningkatan muzakki pada sebuah lembaga ataupun badan amil zakat, sebab bila perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang memumpuni, maka akan menjadi daya Tarik tersendiri dari suatu lembaga tersebut untuk sehingga akan menambah jumlah muzakki yang akan menunaikan zakatnya pada lembaga atau badan amil zakat tersebut. Indikator dari Kualitas pelayanan antara lain: Empathy (Empati); Realibility (Pelayanan yang Handal); Responsiveness (Daya Tanggap); Assurance

(Jaminan). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Salmawati & Mutia (2018) dan Nahdliatul Amalia & Tika Widiastuti (2019) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat.

*H<sub>3</sub> : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat*

### Kesadaran

Kesadaran merupakan sebuah pemikiran secara samar-samar yang disadari oleh seseorang sehingga pegamatannya menjadi fokus (Nasution, 2017). Biasanya kesadaran seseorang bisa dipengaruhi dari lingkungannya serta pengetahuan dan pemahaman juga sangat berpengaruh terhadap kesadaran seseorang (Kartika, 2020). Penelitian ini mengangkat kesadaran sebagai variabel moderating yang diharapkan akan mampu memperkuat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya.

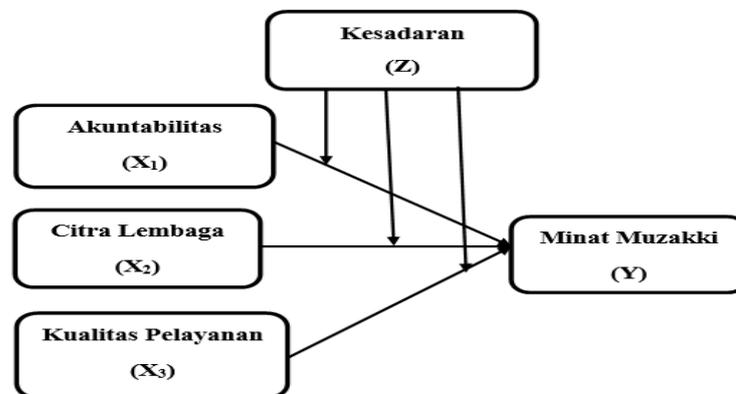
*H<sub>4</sub> : Kesadaran memoderisasi pengaruh akuntabilitas terhadap minat muzakki membayar zakat*

*H<sub>5</sub> : Kesadaran memoderisasi pengaruh citra lembaga terhadap minat muzakki membayar zakat*

*H<sub>6</sub> : Kesadaran memoderisasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat*

### Model Konseptual

Terkait Penelitian yang akan dilakukan maka dapat ditarik kerangka berfikir seperti berikut ini:



Gambar 1: Kerangka Pikir

## METODE PENELITIAN

### Lokasi dan Desain Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Pangkep Yang Beralamat Di Jl. Sultan Hasanuddin, Kel. Padoang-Doangan, Kec. Pangkajene.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan alat pengumpulan data menggunakan statistik, karena data dikumpulkan dan hasil yang akan diperoleh berupa angka-angka (Sahir, 2021). Penelitian kuantitatif adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan prosedur statistik atau metode pengumpulan data lainnya (Sujarweni V. W., 2015). Alasan penulis memilih jenis penelitian kuantitatif ialah karena penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh akuntabilitas, citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat dengan kesadaran sebagai variabel moderating melalui uji hipotesisnya yang nantinya bisa digunakan untuk perbandingan dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

## Populasi dan Sampel

Populasi yang diambil dalam analisis ini adalah muzakki yang terdaftar di Baznas Kabupaten Pangkep. Dengan populasi muzakki berjumlah 3.255 jiwa. Dengan Sampel yang dipakai adalah sebagian muzakki Baznas Pangkep. Adapun beberapa kriteria responden dari sampel ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Pangkep, merupakan muzakki di Baznas Kabupaten Pangkep serta rentan usia antara 30-60 tahun. Pengambilan sampel digunakan untuk mendapatkan data serta berita terkait apa saja yang berkaitan dengan minat muzakki dalam membayar zakat di Baznas Kabupaten Pangkep.

## Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini membutuhkan data yang akurat dengan dilakukannya riset. Maka wajib dibutuhkan data yang relevan sehingga bisa mendapatkan hasil yang mampu menjelaskan keadaan objek yang akan diteliti. Dalam hal ini metode pengumpulan datanya menggunakan dua cara yakni menggunakan kuisioner dan observasi langsung.

## Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis persamaan struktural (SEM) berbasis *partial least square* (PLS). Permodelan persamaan struktural (SEM) adalah bidang penelitian statistik yang mampu mengidentifikasi beberapa hubungan yang agak sulit dibuat selama masa koperatif. SEM merupakan sebuah analisis pendekatan guna menganalisis sevara multivariat yang menggabungkan analisis faktor dan analisis regresi (korelasi), sehingga dimaksudkan untuk memperjelas hubungan antar variabel yang ada dalam model, seperti hubungan antara indikator dan komponen (Devita Ayu Fildayanti, 2022). *Partial Least Squares* (PLS) merupakan metode analisis yang ampuh bisa dikatakan *powerfull* dan sering disebut juga sebagai *soft modelling* karena meniadakan asumsi-asumsi OLS (*Ordinary Least Square*) regresi berasumsi data harus terdistribusi normal secara *multivariate* dan tidak adanya problem multikolonieritas antar variabel eksogen (Puji Rahayu, 2018). PLS atau *Partial Least Squares* analisis struktural berdasarkan varian yang memungkinkan seseorang untuk secara bersama-sama mengembangkan model struktural. Untuk model struktural, hasil model pengukuran akan menggambarkan hasil uji kausalitas, validitas, dan reliabilitas (Devita Ayu Fildayanti, 2022). Ada 3 tahap pengukuran metode SEM-PLS yaitu, analisis model pengukuran (*Outer Model*), Uji Struktural (*Inner Model*), dan Pengujian Hipotesis.

## TEMUAN EMPIRIS

### 1. Karakteristik Responden

Responden atau informan yang diambil adalah muzakki pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Pangkep. Penentuan total sampel oleh pengamat ditentukan pada interpretasi pendekatan populasi dimana didapatkan sampel sebesar 359 responden. Identitas responden bisa diamati pada beberapa tabel berikut ini:

#### a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

**Table-1:** Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	130	37%
2	Perempuan	226	63%
	Jumlah	356	100%

Dapat dilihat pada tabel 1 di atas, dari penelitian ini dapat diambil sampel sebanyak 356 sampel, yang terdiri dari 130 responden (37%) responden laki-laki dan 226 (67%) responden

perempuan. Berdasarkan data di atas membuktikan bahwa dominasi muzakki pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Pangkep adalah berjenis kelamin perempuan.

**b. Karakteristik Berdasarkan Usia Responden**

**Table-2: Karakteristik Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1	31-40	139	38%
2	41-50	148	42%
3	51-60	69	19%
	Jumlah	356	100%

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia 31-40 tahun yaitu sebanyak 38%, kemudian jumlah responden berusia 41-50 tahun sebanyak 42% dan jumlah responden yang berusia 51-60 tahun sebanyak 19%. Berdasarkan data tersebut responden pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Pangkep dominan adalah usia 41-50 tahun.

**c. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden**

**Table-3: Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	PNS	356	100%

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan pekerjaan responden adalah PNS dengan jumlah sebanyak 356 (100%).

**b. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden**

**Table-4: Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SD/Sederajat	0	0%
2	SMP/ Sederajat	0	0%
3	SMA/ Sederajat	1	0,2%
4	S1	291	82%
5	S2	61	17%
6	S3	3	0,8%
	Jumlah	356	100%

Berdasarkan tabel 4 di atas dari pengisian kuisioner ini dapat dilihat bahwa jumlah sampel sebanyak 356 responden dengan tingkat Pendidikan SMA/Sederajat berjumlah 1 responden (0,2%), tingkat Pendidikan S1 berjumlah 291 responden (82%), tingkat Pendidikan S2 berjumlah 61 responden (17%), dan tingkat Pendidikan S3 berjumlah 3 responden (0,8%). Berdasarkan data tersebut responden pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Pangkep didominasi dengan tingkat Pendidikan S1.

**c. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Perbulan**

**Table-5: Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Perbulan**

No	Penghasilan Perbulan	Frekuensi	Persentase
1	>Rp. 5.000.000	356	100%

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat bahwa Jumlah secara keseluruhan penghasilan atau gaji perbulan yang didapatkan oleh responden adalah > Rp. 5.00.000 dalam sebulan. Sehingga memiliki jumlah sebanyak 100 % atau sebanyak 356 responden.

**d. Karakteristik Berdasarkan Zakat Yang Pernah Dibayarkan**

**Table-6: Karakteristik Berdasarkan Zakat yang Pernah Dibayarkan**

No	Zakat Yang Pernah Dibayarkan	Frekuensi	Persentase
1	Zakat Profesi	356	100%

Berdasarkan tabel 6 di atas, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan zakat yang pernah di bayarkan muzakki pada badan amil zakat nasional Kabupaten Pangkep adalah zakat profesi yang berjumlah 356 responden (100%).

## 2. Pengujian Kualitas Data Melalui Penelitian Outer Model

### a. Uji Validitas Konvergen

**Table-7: Outer Loading Setiap Variabel**

Indikator	X1	X2	X3	Y	Z
X1.1	0.741				
X1.2	0.788				
X1.3	0.801				
X1.4	0.840				
X1.5	0.803				
X2.1		0.858			
X2.2		0.851			
X2.3		0.829			
X2.4		0.846			
X2.5		0.848			
X3.1			0.880		
X3.2			0.899		
X3.3			0.874		
X3.4			0.875		
Y.1				0.837	
Y.2				0.911	
Y.3				0.863	
Z.1					0.841
Z.2					0.901
Z.3					0.899
Z.4					0.898

**Tabel-8: AVE (Average Variance Extracted)**

Konstruk	Nilai AVE
Akuntabilitas	0.633
Citra Lembaga	0.716
Kualitas Pelayanan	0.778
Minat Muzakki	0.759
Kesadaran	0.784

Berdasarkan Tabel 7 dan 8 yang memperlihatkan bahwa masing-masing indikator variabel dalam penelitian mempunyai nilai validitas konvergen yang bagus karena setiap indikator dari variabel tersebut memiliki masing-masing memiliki nilai *loading factor* di atas  $> 0,70$  dan nilai *Average Variance Extrated* (AVE) di atas  $> 0,50$ .

### b. Uji Validitas Diskriminan

**Tabel-9: Cross Loading**

Variabel	X1	X2	X3	Y	Z
X1.1	0.741	0.552	0.407	0.472	0.495
X1.2	0.788	0.649	0.507	0.487	0.513
<b>X1.3</b>	<b>0.801</b>	0.672	0.573	0.470	0.470
X1.4	0.840	0.671	0.712	0.551	0.467
X1.5	0.803	0.703	0.729	0.561	0.470
X2.1	0.746	0.858	0.670	0.600	0.544
X2.2	0.698	0.851	0.699	0.573	0.545
X2.3	0.653	0.829	0.580	0.550	0.523

X2.4	0.670	0.846	0.634	0.575	0.489
X2.5	0.695	0.848	0.782	0.627	0.526
X3.1	0.657	0.706	0.880	0.582	0.493
X3.2	0.671	0.706	0.899	0.606	0.504
X3.3	0.681	0.726	0.874	0.639	0.525
X3.4	0.622	0.676	0.875	0.594	0.466
Y1	0.642	0.684	0.741	0.837	0.544
Y2	0.541	0.594	0.565	0.911	0.686
Y3	0.493	0.530	0.487	0.863	0.732
Z1	0.461	0.509	0.413	0.639	0.841
Z2	0.579	0.594	0.524	0.664	0.901
Z3	0.563	0.564	0.540	0.674	0.899
Z4	0.537	0.531	0.516	0.683	0.898

Dari tabel 9 di atas bisa di amati bahwasannya nilai *cross loading* dari setiap indikator-indikator yang ada terhadap kosntruknya lebih besar daripada nilai *cross loading* dengan konstruk lainnya. Sehingga bisa disimpulkan dimana bisa diartikan mengenai tidak adanya *problem* pada uji validitas diskriminan. Stiap indikator mempunyai kosfisien korelasi yang lebih besar dengan masing-masing konstruknya dibandingkan dengan niali koefisien korelasi indikator pada blok konstruk pada kolom lainnya.

### c. Uji Realibilitas

**Tabel-10: Cronbach Alpha dan Composite Relability**

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Relability
Akuntabilitas	0.855	0.896
Citra Lembaga	0.901	0.927
Kualitas Pelayanan	0.905	0.933
Minat Muzakki	0.840	0.904
Kesadaran	0.908	0.935

Berdasarkan tabel 10 di atas bisa disimpulkan bahwa setiap variabel telah memenuhi nilai reliabel. Hal ini dapat dibuktikan dengan mengamati nilai *cronbach's alpha* di atas  $> 0,60$  dan nilai *composite reliability* di atas  $> 0,70$  pada setiap variabel.

### 3. Pengujian Kualitas Data Melalui Penelitian Inner Model

*Goodness of fit model* diukur menggunakan *R-Square* variabel laten dependen dan interpretasi yang sama dengan regresi. Nilai *R-Square*  $> 0$  menunjukkan model memiliki *predictive relevance* sebaliknya jika niali *R-Square*  $\leq 0$  menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance*.

Nilai *R-Square* berfungsi untuk mengukur seberapa besar variabel independent bisa untuk menjelaskan variabel dependen. Kriteria nilai *R-Square* sebesar 0-1, dengan kategori yang dipakai adalah 0,1-0,3 dikategorikan lemah. Kategori 0,3-0,6 dikategorikan moderat. Kategori 0,6-1,0 dikategorikan kuat (Aryani, 2022).

**Tabel-11: Nilai R-Square dan Adjusted R-Square**

Variabel	R-Square
Minat Muzakki (Y)	0.684

Terlihat pada tabel 11 di atas bisa disimpulkan bahwa nilai R-Square dari minat muzakki membayar zakat adalah memiliki nilai 0,684 atau 68,4%. hasil pengujian ini menyatakan bahwa 68,4% variabel minat muzakki membayar zakat dipengaruhi oleh akuntabilitas, citra lembaga, dan kualitas pelayanan. Sedangkan 31,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari variabel yang diteliti.

### 4. Uji Hipotesis

Pada uji hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Dalam tahap ini dilakukan dengan melakukan *bootstrapping*. Keputusan untuk menerima atau menolak

hipotesis yang diteliti dengan menggunakan metode ini dengan melihat nilai T-Statistik dan *P-Value* signifikansinya adalah T-Statistik > 1,96 dan *P-Value* < 0,05.

**Tabel-12: Hasil Pengujian Hipotesis**

Path	Sampel asli	T-Statistics	P-Value	Hipotesis
Akuntabilitas -> Minat Muzakki Membayar zakat	-0.001	0.010	0.992	H1 Ditolak
Citra Lembaga -> Minat Muzakki Membayar zakat	0.112	1.511	0.131	H2 Ditolak
Kualitas Pelayanan -> Minat Muzakki Membayar zakat	0.324	4.667	0.000	H3 Diterima
Kesadaran -> Akuntabilitas -> Minat Muzakki membayaz zakat	-0.098	1.687	0.092	H4 Ditolak
Kesadaran -> Citra Lembaga -> Minat Muzakki membayaz zakat	0.241	2.940	0.003	H5 Diterima
Kesadaran -> Kualitas Pelayanan -> Minat Muzakki membayaz zakat	-0.170	2.156	0.032	H6 Diterima

Berdasarkan tabel 12 di atas, dapat dilihat hasil pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

**1) Pengujian Hipotesis H1 (Diduga Akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat)**

Terkait pengujian memakai aplikasi SmartPLS 3 maka dapat diamati bahwasannya nilai *T-statistics* 0,010 < 1,96. Sedangkan nilai *P-Value* 0,992 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 **Ditolak**, artinya Akuntabilitas tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat.

**2) Pengujian Hipotesis H2 (Diduga Citra Lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat)**

Terkait pengujian memakai aplikasi SmartPLS 3 maka dapat diamati bahwasannya nilai *T-statistics* 1,551 < 1,96. Sedangkan nilai *P-Value* 0,131 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H2 **Ditolak**, artinya Citra Lembaga tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat.

**3) Pengujian Hipotesis H3 (Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat)**

Terkait pengujian memakai aplikasi SmartPLS 3 maka dapat diamati bahwasannya nilai *T-statistics* 4,667 > 1,96. Sedangkan nilai *P-Value* 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H3 **Diterima**, artinya Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat.

**4) Pengujian Hipotesis H4 (Diduga Kesadaran mampu memoderasi hubungan antara Akuntabilitas terhadap minat muzakki membayar zakat)**

Terkait pengujian memakai aplikasi SmartPLS 3 maka dapat diamati bahwasannya nilai *T-statistics* 1,687 < 1,96. Sedangkan nilai *P-Value* 0,092 > 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H4 **Ditolak**. Artinya kedudukan Kesadaran sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan antara akuntabilitas terhadap minat muzakki membayar zakat.

**5) Pengujian Hipotesis H5 (Diduga Kesadaran mampu memoderasi hubungan antara Citra Lembaga terhadap minat muzakki membayar zakat)**

Terkait pengujian memakai aplikasi SmartPLS 3 maka dapat diamati bahwasannya nilai *T-statistics* 2,940 > 1,96. Sedangkan nilai *P-Value* 0,003 < 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa **H5 Diterima**. Artinya kedudukan Kesadaran sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan antara citra lembaga terhadap minat muzakki membayar zakat.

#### **6) Pengujian Hipotesis H6 (Diduga Kesadaran mampu memoderasi hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat)**

Terkait pengujian memakai aplikasi SmartPLS 3 maka dapat diamati bahwasannya nilai *T-statistics* 2,156 > 1,96. Sedangkan nilai *P-Value* 0,032 < 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa **H6 Diterima**. Artinya kedudukan Kesadaran sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan pengujian dan analisis data menggunakan SmartPLS maka akan dibahas bentuk olah data pada penelitian ini untuk menunjukkan sebuah gambaran terkait hubungan antar variabel, hubungan langsung maupun hubungan yang tidak langsung yang diantarai oleh variabel moderasi dalam penelitian ini. Penelitian yang sedang dilaksanakan ini memiliki variabel yaitu Pengaruh Akuntabilitas, Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki dengan Kesadaran Sebagai Variabel Moderating.

### **Pengaruh Akuntabilitas terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat**

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis untuk variabel akuntabilitas dimana nilai *T-Statistic* 0,413 < 1,96 dan nilai *P-Value* 0,680 > 0,05, yang dimaknai dengan variabel akuntabilitas dalam hubungan langsung tidak berpartisipasi dalam mempengaruhi muzakki terkait minat membayar zakat di Baznas Kabupaten Pangkep. Terkait akuntabilitas berdasarkan keterangan yang diberikan salah satu staff di Baznas Kabupaten Pangkep dimana dalam hal laporan keuangan untuk para muzakki itu bisa dilihat pada aplikasi simba sistem manajemen informasi Baznas yang dikelola pihak Baznas, apabila muzakki meminta bukti transaksi zakatnya yang mereka salurkan pada Baznas Pangkep. Tak hanya itu Baznas juga mempunyai situs website dan sosial media untuk memperlihatkan bahwa dana-dana zakat yang masuk digunakan untuk membantu yang termasuk ke dalam 8 asnaf. Alasan kenapa variabel akuntabilitas tertolak dikarenakan oleh faktor kewajiban yang dimana responden pada penelitian ini dominan PNS yang memiliki wajib zakat 2,5% setiap gaji. Jadi bagus atau tidaknya akuntabilitas Baznas Pangkep tidak mempengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat. Namun adapun masyarakat pangkep yang telah wajib zakat namun belum menjadi muzakki di Baznas Pangkep dikarenakan mereka belum mengetahui bagaimana tugas dan fungsi Baznas itu sendiri, sehingga mereka lebih memilih untuk menyalurkan zakatnya ke fakir miskin langsung tanpa perantara Baznas seperti ke panti asuhan, panti jompo. dan lain sebagainya. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Nur Kabib *et al.*, (2021), Salmawati & Meutia (2018), Muhammad Kanzul & Ahmad Ainun (2021), dan Muh. Ashari Assagaf (2016) dimana menemukan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat.

### **Pengaruh Citra Lembaga terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat**

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis untuk variabel citra lembaga dimana nilai *T-Statistic* 1,836 < 1,96 dan nilai *P-Value* 0,067 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh variabel citra lembaga terhadap minat muzakki membayar zakat di Baznas Kabupaten

Pangkep. Hal ini dikarenakan dalam aspek citra lembaga pada Baznas Kabupaten Pangkep belum terlalu dikenal oleh masyarakat Kabupaten pangkep. Masih banyak masyarakat yang belum tahu menahu serta mengenal terkait Baznas itu sendiri, misalkan saja Baznas mempunyai situs website dan sosial media namun masyarakat jarang untuk membuka situs-situs tersebut sehingga pengetahuan tentang baznas kurang padahal sudah ada beberapa juga yang sudah masuk wajib zakat tetapi belum menjadi muzakki di baznas. Saran dari saya sendiri pihak baznas harus lebih sering serta aktif lagi untuk melakukan sosialisasi di Kabupaten Pangkep untuk lebih memberikan pemahaman terkait zakat dan baznas itu sendiri, serta lebih sering mengunggah kegiatan-kegiatan baznas di sosial media, agar masyarakat juga akan lebih berminat lagi untuk mau membayarkan zakatnya di Baznas dan menjadi muzakki tetap. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah (2019) dan penelitian oleh Indri Aningsih (2019) yang menyatakan bahwa variabel citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanifah dan Rasyid (2015) yang menyatakan bahwa citra lembaga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat**

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis untuk variabel kualitas pelayanan dimana nilai T-Statistik  $4,973 > 1,96$  dan nilai P-Value  $0,000 < 0,05$ , yang artinya bahwa variabel kualitas pelayanan ini berpengaruh positif dan signifikan terkait minat muzakki membayar zakat di Baznas Kabupaten Pangkep. Kualitas pelayanan di Baznas Kabupaten pangkep sudah memadai untuk muzakki, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Baznas Kabupaten pangkep kepada muzakki maka akan semakin tinggi pula minat muzakki untuk tetap membayarkan zakatnya pada Baznas Kabupaten Pangkep. Begitupun sebaliknya apabila kualitas pelayanan pada Baznas Kabupaten Pangkep rendah maka minat muzakki pun ikut turun untuk mau membayarkan zakatnya pada Baznas Kabupaten Pangkep. Walaupun dalam hal ini muzakki yang dominan nya adalah PNS wajib untuk membayarkan zakat profesinya ke Baznas, tetapi juga muzakki akan tetap memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Baznas Kabupaten Pangkep. Agar muzakki tidak ragu dalam membayarkan zakatnya pada Baznas kabupaten Pangkep. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Salmawati & Mutia (2018), Nahdliatul Amalia & Tika Widiastuti (2019) dan Hanifah & Rasyid (2015) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novia & Sri Abidah (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat. Keinginan membayar zakat tersebut muncul ketika melihat kualitas pelayanan yang baik oleh Baznas Kabupaten Pangkep sehingga memicu minat seseorang seseorang untuk menyalurkan zakatnya di Baznas Kabupaten Pangkep. Menurut hasil observasi yang dilakukan peneliti Baznas Kabupaten Pangkep selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk muzakkinya. Seperti contohnya melayani muzakki terkait kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan muzakki dalam hal zakat, menjelaskan terkait zakat itu sendiri apabila muzakki masih belum paham.

### **Kesadaran Mampu Memoderasi Hubungan Antara Akuntabilitas terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada SmartPLS 3, pengaruh kesadaran tidak mampu memoderasi hubungan antara akuntabilitas terhadap minat muzakki membayar zakat. Dapat dilihat bahwa nilai T-Statistik  $1,864 < 1,96$  dan nilai P-Value  $0,063 > 0,05$ . Sehingga bisa

disimpulkan bahwa ada atau tidak adanya variabel kesadaran sebagai variabel moderating tidak mampu memberikan pengaruh atau dampak untuk variabel Akuntabilitas terhadap Variabel minat muzakki dalam membayarkan zakatnya pada Baznas Kabupaten Pangkep. Variabel kesadaran juga tidak memperlemah dan tidak memperkuat hubungan antara akuntabilitas terhadap minat muzakki. Jenis variabel moderasi yang digunakan pada variabel akuntabilitas adalah variabel moderasi homologizer atau moderasi potensial. Alasannya karena variabel akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat begitupula dengan kesadaran memoderasi variabel akuntabilitas terhadap minat muzakki membayar zakat itu juga tidak berpengaruh. Variabel akuntabilitas dimana kesadaran sebagai pemoderasi belum mampu untuk bisa mempengaruhi minat muzakki dikarenakan Faktor kewajiban membayar zakat yang dimana rata-rata muzakki pada Baznas Kabupaten Pangkep adalah PNS, yang diwajibkan untuk membayar zakat profesi, sehingga ada maupun tidak adanya kesadaran mereka tetap wajib patuh untuk membayar zakat profesinya dikarenakan diwajibkan oleh aturan yang ada.

### **Kesadaran Mampu Memoderasi Hubungan Antara Citra Lembaga terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada SmartPLS 3, pengaruh kesadaran mampu memoderasi hubungan antara citra lembaga terhadap minat muzakki membayar zakat. Dapat dilihat bahwa nilai T-Statistik  $3,056 > 1,96$  dan nilai P-Value  $0,002 < 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kesadaran akan mampu memberikan sebuah pengaruh antara citra lembaga terhadap minat muzakki untuk membayarkan zakatnya pada Baznas Kabupaten Pangkep. Minat muzakki akan meningkat untuk membayarkan zakatnya di Baznas Kabupaten Pangkep ketika adanya kesadaran dalam diri seseorang untuk mengeluarkan zakat dengan melihat citra lembaga pada Baznas Kabupaten Pangkep itu baik dan bagus. Karena sebagai apapun citra lembaga pada Sebuah baznas kalau tidak adanya kesadaran di dalam diri seseorang untuk membayar zakat maka minat membayar zakat juga akan menurun. Sehingga kesadaran disini dalam penelitian ini mampu untuk bisa meningkatkan minat seseorang membayar zakat. Jenis variabel moderasi yang digunakan pada variabel citra lembaga adalah jenis variabel moderasi murni atau pure moderator. Alasannya, karena variabel citra lembaga tidak berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat. Akan tetapi, pada kesadaran memoderasi variabel citra lembaga terhadap minat muzakki membayar zakat itu terdapat pengaruh positif dan signifikan.

### **Kesadaran Mampu Memoderasi Hubungan Antara Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada SmartPLS 3, pengaruh kesadaran mampu memoderasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat. Dapat dilihat bahwa nilai T-Statistik  $2,167 > 1,96$  dan nilai P-Value  $0,031 < 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa Minat muzakki untuk menyalurkan Zakatnya pada Baznas Kabupaten Pangkep akan meningkat apabila dibarengi dengan kesadaran muzakki untuk membayarkan zakatnya di Baznas dengan melihat kualitas pelayanan yang totalitas, baik dan bagus pada Baznas yang bisa memicu minat muzakki untuk tetap mau membayarkan zakatnya di Baznas Kabupaten Pangkep. Sebagai apapun kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah baznas kalau tidak adanya kesadaran di dalam diri seseorang untuk membayar zakat maka minat membayar zakat juga akan menurun. Sehingga bisa disimpulkan bahwa kesadaran disini mampu untuk memicu sekaligus mempengaruhi minat muzakki untuk mau membayarkan

zakatnya Pada Baznas akabupaten Pangkep dengan melihat kualitas pelayanan yang baik yang telah disediakan oleh pihan Baznas Kabupaten Pangkep. Jenis variabel moderasi yang digunakan pada variabel kualitas pelayanan adalah variabel moderasi semu. Alasannya, karena kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat begitupun dengan kesadaran memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat itu memiliki pengaruh positif dan signifikan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki tujuan guna memberikan pemahaman mengenai pengaruh akuntabilitas, citra lembaga dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat dengan kesadaran sebagai variabel moderating pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Pangkep. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 356 sampel. Berikut adalah hasil analisis pada penelitian kami, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data, nilai T-Statistik  $0,413 < 1,96$  dan nilai P-Value  $0,680 > 0,05$ , pada hipotesis pertama menunjukkan bahwa akuntabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat . Dapat diartikan bahwa akuntabilitas pada Baznas Kabupaten Pangkep tidak ada pengaruhnya terhadap minat muzakki untuk membayarkan zakatnya pada Baznas Kabupaten Pangkep.
2. Berdasarkan hasil analisis data, nilai T-Statistik  $1,836 < 1,96$  dan nilai P-Value  $0,067 > 0,05$ . hipotesis kedua menunjukkan bahwa citra lembaga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. Dapat diartikan bahwa citra lembaga pada Baznas Kabupaten Pangkep tidak ada pengaruhnya terhadap minat muzakki untuk membayarkan zakatnya pada Baznas Kabupaten Pangkep.
3. Berdasarkan hasil analisis data, nilai T-Statistik  $4,973 > 1,96$  dan nilai P-Value  $0,000 < 0,05$ , hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan pada Baznas Kabupaten Pangkep memiliki pengaruh terhadap minat muzakki untuk membayarkan zakatnya pada Baznas Kabupaten Pangkep.
4. Berdasarkan hasil analisis data, nilai T-Statistik  $1,864 < 1,96$  dan nilai P-Value  $0,063 > 0,05$ . hipotesis keempat memperlihatkan bahwa kesadaran tidak berpengaruh positif dan signifikan dalam memoderasi pengaruh akuntabilitas terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baznas Kabupaten Pangkep.
5. Berdasarkan hasil analisis data, nilai T-Statistik  $3,056 > 1,96$  dan nilai P-Value  $0,002 < 0,05$ , hipotesis kelima menunjukkan bahwa kesadaran berpengaruh positif dan signifikan dalam memoderasi pengaruh citra lembaga terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baznas Kabupaten Pangkep.
6. Berdasarkan hasil analisis data, nilai T-Statistik  $2,167 > 1,96$  dan nilai P-Value  $0,031 < 0,05$ , hipotesis keenam menunjukkan bahwa kesadaran berpengaruh positif dan signifikan dalam memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baznas Kabupaten Pangkep.

## REFERENSI

Muhammad Annas, M. I. (2022, Januari). *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas dan Pengetahuan Zakat Warga NU Desa Kesilir Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Lazismu*. Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa), 2(1), 73.

- Nur Kabib, A. U. (2021). *Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7(1)
- Assagaf, M. A. (2016). *Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Ppengelolaan Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat*. Skripsi, UIN Alauddin Makassar
- Salmawati, M. F. (2018). *Pengaruh Tingkat Pendapatn, Religiusitas, Akuntabilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akutansi (JIMEKA), 3(1)
- Widiastuti, N. A. (2019, September). *Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat (Studi pada LAZ Surabaya)*. Jurnal Ekonomi Syariah, 6(9)
- Muawanah, R. (2019, Februari). *Pengaruh Kepercayaan dan Citra Lembaga terhadap Minat Donatur Membayar Zis (Zakat, Infaq dan Shadaqah) di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (Laz-Uq) Jombang*. BIMA: Journal of Busines and Innovation Management, 1(2), 112, 113, 114.
- Sofiyani, I. (2021, Januari). *Analisis Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Layanan dan Religiusitas terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat dengan Minat sebagai Variabel Moderating*. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 4(1), 74-75.
- Ahmad Afandi, A. F. (2022, Januari-Juni). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Transparansi dan Reputasi Lembaga terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta*. JISFIM: Journal of Islamic Social Finance Management, 3(1), 39.
- Salmawati, M. F. (2018). *Pengaruh Tingkat Pendapatn, Religiusitas, Akuntabilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akutansi (JIMEKA), 3(1), 55, 57.
- Nurhasanah. (2019). *Pengaruh Kepercayaan dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Mmembayar Zakat di LAZ Yayasan Insam Madani Jambi*. Skripsi UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 3, 30, 32, 33, 38.
- Setiawan, F. (2017). *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan Dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 3.
- Rasyid, H. M. (2019, Juli). *Persepsi Masyarakat Terhadap Kesadaran Muzakki Dalam Mmembayar Zakat Di Kabupaten Pinrang*. DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum, 17(1), 130.
- Mursalin, N. A. (2018). *Analisis Pengelolaan Zakat Untuk Mendorong Peningkatan Ekonomi Di Kabupaten Pangkep*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 8.
- Auditya, L. (2013). *Analisis Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan keuangan Daerah Terhadap Kinerja Pemenrintah Daerah*. Jurnal Fairness, 3(1), 25.
- Arsyad, M. H. (2022). *Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan, Akuntabilitas, Pengelolaan Dana dan Religiusitas Muzakki terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki untuk Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat Lazismu Riau*. Skripsi, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 50.

- Aningsih, I. (2019). *Pengaruh Pendapatan, Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Maal LAZ-UQ Jombang*. Jurnal Ekonomi Islam, 2(3), 105.
- Panjaitan, J. E. (2016, September). *Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*. Jurnal Manajemen, 11(2), 26.
- Ridla, H. N. (2015, Juli-Desember). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki untuk Menyalurkan Zakat Profesi (Studi di Post Keadilan Peduli Ummat (PKPU) Yogyakarta)*. Jurnal Manajemen Dakwah, 212, 213.
- Nasution, E. Y. (2017). *Pengaruh Pendidikan, pendapatan dan Kesadaran terhadap Minat masyarakat Mmembayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS): Studi Kasus Kota Medan*. Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan, 17(2), 152.
- Kartika, I. (2020). *Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki Di Baznas Salatiga)*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(1), 44, 45.
- Sahir, Syafrida Hafni. (2021). *Metodologi Penelitian*. Medan: KBK Indonesia.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Devita Ayu Fildayanti. (2022). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Pengetahuan terhadap Niat Membayar Zakat Pertanian dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating (Studi pada Masyarakat Kabupaten Luwu Timur)*. Skripsi Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 33.
- Puji Rahayu. (2018). *Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Kualitas Pelayanan, dan Citra Lembaga terhadap Tingkat Kepercayaan donatur dan Perlakuan Akuntansi Infaq Berdasarkan Persepsi Donatur (Studi Empiris pada LAZ Yayasan Dana Sosial AL-Falah Jember)*. Skripsi Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, 36-40.