

# PENGARUH LAYANAN PROMOSI TERHADAP MINAT MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT DI LEMBAGA AMIL ZAKAT

**Nur'l Yakin Mch**

Universitas Islam Sultan Agung  
nurlyaqin@unissula.ac.id

**Isnaeni Nurul Janah**

Universitas Islam Sultan Agung  
isnaeninuruljannah@std.unissula.ac.id

**Dina Yustisi Yurista**

Universitas Wahid Hasyim  
dina\_yurista@unwahas.ac.id

**Tali Tulab**

Universitas Islam Sultan Agung  
talitulab@unissula.ac.id

DOI: 10.21580/wa.v9i2.11748

## Abstract

This study aims to analyze the effect of promotional services on muzakki's interest in paying zakat. This type of research is quantitative research and the research subject is the person who pays zakat (muzakki) at the Nurul Hayat Amil Zakat Institute. The data collection method used a questionnaire that was distributed to 100 respondents while the data analysis method used in this study was descriptive analysis and regression analysis. The results of this study are expected to be used as guidelines for the Amil Zakat Agency and the Amil Zakat Institution in making programs to increase the number of muzakki and the receipt of zakat funds.

**Keywords:** Amil Zakat Institutions, Interests, Muzakki

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan promosi terhadap minat muzakki dalam membayar zakat. Jenis penelitian ini adalah

penelitian kuantitatif dan subjek penelitian ialah orang yang membayar zakat (muzakki) di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan ke 100 responden sedangkan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman bagi Badan Amil Zakat dan Lembaga Amil Zakat dalam membuat program-program guna meningkatkan jumlah muzakki dan penerimaan dana zakat.

**Kata kunci:** Minat, Muzakki, Lembaga Amil Zakat

## A. Pendahuluan

Tujuan Allah menciptakan manusia adalah sebagai khalifah di muka bumi ini. Manusia dituntut menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangannya. Oleh karena itu, seorang muslim wajib menjalankan rukun Islam yang terdiri dari: syahadat, sholat, puasa, zakat, dan pergi haji jika mampu. Pada rukun Islam pertama sampai ketiga, hubungan ibadahnya antara muslim dengan Allah. Berbeda dengan syahadat, shalat dan puasa, rukun iman keempat yaitu zakat hubungan ibadahnya bukan antara Allah dengan manusia akan tetapi ibadah antara manusia dengan muslim lainnya.

Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan yang dimiliki orang muslim sesuai dengan ketentuan agama untuk diberikan kepada golongan yang berhak untuk merimanya<sup>1</sup>. Maka zakat dapat memberikan manfaat bagi penerima zakat dan membantu kesejahteraan muslim lainnya. Zakat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah jumlah harta tertentu yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim dan diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya (mustahik) sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh syara’.

Secara etimologi, zakat berarti membersihkan, mensucikan dan mengembangkan. Sedangkan secara terminologi, zakat dapat diartikan suatu bentuk ibadah kepada Allah Swt dengan cara mengeluarkan sebagian harta tertentu yang telah mencapai batasnya (nisab) secara syar’i untuk disalurkan kepada golongan atau melalui instansi tertentu dalam waktu tertentu<sup>2</sup>.

Adapun zakat secara istilah dalam Fiqh Zakat adalah sebagian harta kekayaan yang diwajibkan Allah Swt untuk sejumlah golongan orang tertentu yang berhak menerimanya<sup>3</sup>. Yusuf Qardhowi mendefinisikan zakat sebagai bentuk sebagian harta dikeluarkan dengan ukuran tertentu sebagai konsekuensi dari kewajiban kepada Allah Swt kepada orang-orang yang berhak menerimanya<sup>4</sup>. Dalam Kompilasi Hukum Islam (KHI) zakat sendiri artikan sebagai harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan yang dimiliki orang muslim sesuai dengan ketentuan agama untuk diberikan kepada golongan yang berhak untuk merimanya<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Aulia, T. R. (2008). *Kompilasi Hukum Islam: Hukum Perkawinan, Kewarisan dan Perwakafan*. Bandung: Nuansa Aulia.

<sup>2</sup> Al-Utsaimin, S. M. (2011). *Fatwa fi Ahkam al-Zakah: Fiqih Zakat Kontemporer*. Surakarta: Alqowam.

<sup>3</sup> Ritonga, A. A., & Zainuddin. (2002). *Fiqh Ibadah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.

<sup>4</sup> Qardhawi, Y. (1983). *Fikih al-Zakah*. Kairo: Muassasah al-Risalah

<sup>5</sup> Aulia, T. R. (2008). *Kompilasi Hukum Islam: Hukum Perkawinan, Kewarisan dan Perwakafan*. Bandung: Nuansa Aulia.

Beberapa dari pengertian zakat diatas dapat kita simpulkan bahwa zakat ialah suatu bentuk kewajiban Allah Swt terhadap seorang muslim untuk mengeluarkan sebagian harta yang ia miliki kepada orang-orang yang berhak menerimanya dengan pedoman yang telah ditentukan oleh syara'. Zakat sendiri ialah salah satu rukun Islam, sehingga pelaksanaan zakat merupakan bentuk dari aplikasi atau penerapan nilai ke Islam seorang muslim terhadap Allah Swt. Dalam pelaksanaan zakat sendiri diketahui memiliki dua dimensi usaha pendekatan yaitu sebagai dimensi ruhiyah secara vertical yang sering disebut sebagai *hablum min Allah* dan dimensi social secara horizontal yang disebut sebagai *hablum min nas*. Oleh karenanya, penunaian zakat secara landasan filosofi memiliki kekuatan yang sangat tinggi sebagai bentuk penghambaan terhadap Allah Swt dan sikap pemeliharaan nilai kemanusiaan yang luhur.

Ibadah zakat merupakan salah satu ibadah melalui harta yang dimiliki. Sudah barang tentu nilainya tinggi dimata Allah Swt karena ada nilai-nilai pengorbanan didalamnya. Selain dari pada itu, ada juga jenis ibadah dalam wujud harta lainnya dalam Islam seperti infak, sedekah, hibah, wakaf, tabarru' dan lainnnya. Namun ibadah tersebut sangat jauh berbeda aturannya dengan zakat. Islam sendiri tidak mewajibkan bagi seorang muslim untuk menunaikan zakat dari seluruh hartanya, namun sebagian harta yang telah yang mencapai nisabnya. Ada beberapa aturan dalam menunaikan zakat dalam Al-Qur'an, hadits maupun ijma' ulama sebagai berikut Q.S. al-Baqarah: 43

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

“Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku”.

Q.S. al-Baqarah: 110

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِن خَيْرٍ نَّجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

“Dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahala nya pada sisi Allah. Sesungguhnya Alah Maha Melihat apa-apa yang kamu kerjakan”.

Q.S. at-Taubah: 103

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”.

Dari ayat tersebut diatas Rasul di perintahkan oleh Allah Swt untuk mengambil sebagian harta orang-orang mukmin sebagai zakat yang dapat membersihkan serta mensucikan hartanya mereka. Adapun harta yang dapat diambil dari berbagai macam harta seperti emas, perak, hasil bumi, hasil ternak, dagangan, dan lainnya.

Selain dari al-Qur'an, terdapat juga beberapa hadits nabi yang dapat dijadikan landasar diwajibkannya zakat bagi seorang muslim. Diantara hadits tersebut adalah:

Hadits dari Ibnu Abbas RA, ketika Rasulullah mengirim Mu'adz ibn Jabbal ke Yaman berkata:

حَدَّثَنَا أَبُو عَاصِمٍ الضَّحَّاكُ بْنُ مَخْلَدٍ عَنْ زَكَرِيَّاءَ بْنِ إِسْحَاقَ عَنْ يَحْيَى بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ صَيْفِيٍّ عَنْ أَبِي مَعْبُدٍ عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بَعَثَ مُعَاذًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ إِلَى الْيَمَنِ فَقَالَ ادْعُهُمْ إِلَى شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ رَسُولَ اللَّهِ فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِذَلِكَ فَأَعْلِمَهُمْ أَنَّ اللَّهَ قَدْ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ خَمْسَ صَلَوَاتٍ فِي كُلِّ يَوْمٍ وَلَيْلَةٍ فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِذَلِكَ فَأَعْلِمَهُمْ أَنَّ اللَّهَ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ صَدَقَةً فِي أَمْوَالِهِمْ تُؤْخَذُ مِنْ أَعْيَانِهِمْ وَتُرَدُّ عَلَى فُقَرَائِهِ

*“Telah menceritakan kepada kami [Abu 'Ashim Adh-Dlohak bin Makhlad] dari [Zakariya' bin Ishaq] dari [Yahya bin 'Abdullah bin Shayfiy] dari [Abu Ma'bad] dari [Ibnu 'Abbas radliallahu 'anhuma] bahwa ketika Nabi Shallallahu'alaihiwasallam mengutus Mu'adz radliallahu 'anhu ke negeri Yaman, Beliau berkata,,: "Ajaklah mereka kepada syahadah (persaksian) tidak ada ilah yang berhak disembah kecuali Allah dan bahwa aku adalah utusan Allah. Jika mereka telah mentaatinya, maka beritahukanlah bahwa Allah mewajibkan atas mereka shalat lima waktu sehari semalam. Dan jika mereka telah mena'atinya, maka beritahukanlah bahwa Allah telah mewajibkan atas mereka shadaqah (zakat) dari harta mereka yang diambil dari orang-orang kaya mereka dan diberikan kepada orang-orang faqir mereka”*

عن ابنِ عُمرَ رضي الله عنهما قال: فرَضَ رَسولُ اللهِ عليه وسلم زَكَاةَ الْفِطْرِ مِنْ رَمَضَانَ صَاعًا مِنْ تَمْرٍ، أَوْ صَاعًا مِنْ شَعِيرٍ عَلَى الْعَبْدِ وَالْحُرِّ، وَالذَّكَرِ وَالْأُنْثَى، وَالصَّغِيرِ وَالْكَبِيرِ مِنَ الْمُسْلِمِينَ

*Diriwayatkan dari Ibnu Umar, bahwa sesungguhnya Rasulullah SAW mewajibkan zakat fitrah berupa satu sha' kurma atau berupa satu sha' gandum bagi setiap orang yang merdeka atau hamba sahaya, laki-laki atau perempuan, dari kaum muslimin. (HR.Bukhari).*

Adapun dari wajibnya zakat berdasarkan ijma' ulama yaitu seluruh mujtahid sepakat adakan kewajiban membayar zakat bagi seorang muslim. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya peristiwa Abu Bakar Asshidiq memerangi orang muslim yang enggan membayar zakat setelah Rasulullah wafat. Dan tidak ada sahabat yang menentang keputusan Abu Bakar tersebut.

Kewajiban membayar zakat, tidak hanya bermanfaat bagi para muzakki saja. Akan tetapi, manfaat pembayaran zakat sangat besar bagi masyarakat secara umum (mustahiq). Dintaranya adalah, tujuan zakat bagi masyarakat sebagai berikut:

1. Dalam dimensi social, pendistribusian zakat yang tepat akan mampu mengurangi permasalahan social di tengah masyarakat diantaranya adalah kemiskinan, menolong orang yang lemah, fakir dan miskin.
2. Dalam dimensi ekonomi, kewajiban menunaikan zakat dapat memberikan stimulus bagi seorang muslim untuk giat mencari pekerjaan yang lain sebagai upaya mencari rizki dalam pemenuhan kehidupan sehari-hari. Dari rizki yang didapatkannya, mereka berusaha menyisihkan hartanya untuk berzakat sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Dari dimensi kesenjangan social, zakat dapat mengurangi kecemburuan social di masyarakat. Hal tersebut karena orang yang memiliki harta lebih akan senantiasa memberikan separuh hartanya kepada mereka yang ekonominya masih lemah.

Orang yang menunaikan zakat akan selalu merasa cukup dan hal tersebut dapat menghilangkan rasa iri hati dengan sesama manusia<sup>6</sup>. Dalam usaha penyaluran zakat kepada penerima zakat (mustahik) sudah diatur keberadaannya dan telah tersusun dalam peraturan perundang-undangan bersama dengan lembaga penyaluran resminya. Dalam surat at Taubah ayat 60, Allah Swt berfirman dengan menggolongkan delapan kelompok yang berhak menerima zakat yaitu Fakir, Miskin, Amil Zakat, Muallaf, Budak, Gharimin, Fisabilillah dan Ibnu Sabil. Demi tercapainya penyaluran tepat kepada para mustahik tersebut diatas, maka didirikanlah Lembaga pengelola zakat dari tingkat nasional sampai daerah.

Lembaga pengelola zakat di Indonesia terbagi menjadi dua yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). BAZ didirikan oleh pemerintah, sedangkan LAZ didirikan oleh masyarakat dengan prosedur pendaftaran pendirian yang telah ditetapkan. BAZ dibentuk oleh pemerintah, adapaun ditingkat nasional disebut BAZNAS sedangkan yang dibentuk ditingkat oleh pemerintah daerah disebut dengan BAZDA. BAZDA terdiri dari BAZDA Provinsi, BAZDA Kabupaten dan BAZDA kecamatan. Setiap BAZ memiliki Unit Pelayanan Zakat (UPZ) yang bersifat otonom setiap daerahnya masing-masing. UPZ berada di kantor atau dinas pemerintahan setempat dengan tingkatan masing-masing<sup>7</sup>.

Lembaga pengelola zakat apapun bentuk dan posisinya baik ditingkat nasional maupun daerah secara umum mempunyai dua fungsi yaitu:

1. Sebagai perantara keuangan

Amil (dalam hal ini adalah lembaga/institusi pengeloa zakat) merupakan perantara yang menghubungkan antara pihak muzakki dan mustahik. Oleh karenanya, amil harus mengedepankan asas *social trust* (kepercayaan). Setiap LAZ dituntut untuk selalu inovatif dan kreatif dalam membuat program zakat serta transparan kepada para public sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada muzakki.

2. Pemberdayaan

Fungsi ini lebih kepada penyadaran masyarakat (muzakki) bahwa zakat dapat meningkatkan keberkahan rizkinya dan ketentraman kehidupannya. Disisi lain, seorang mustahik tidak berada dalam posisinya selamanya, sorang mustahik harus keluar dari zonanya dan berubah menjadi seorang muzakki, sehingga masalah perekonomian dapat terentas<sup>8</sup>.

Dari penjelasan lembaga pengelola zakat tersebut diatas, dapat diambil gambaran bahwa salah satu peran Nurul Hayat adalah sebagai perantara dan pemberdaya dari dana zakat yang diperolehnya dari muzakki. Dana terebut disampaikan kepada mustahik dengan harapan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum.

Minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang yang menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakana tersebut<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> Furqon, U. (2015). *Manajemen Zakat*. Semarang: CV Karya Abadi Jaya.

<sup>7</sup> Hafifuddin, D. (2008). *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani

<sup>8</sup> Hafifuddin, D. (2008). *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani

<sup>9</sup> Setiawan, D. A. (2018). *Analisis faktor Religiusitas, Kepercayaan dan Kesadaran Diri dalam Mempengaruhi Minat Muzakki untuk Membayar Zakat di Kota Surakarta*. Surakarta: Institut Agama Islam Megeri Surakarta.

Menurut Crow and Crow dalam Setiawan berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

1. Dorongan dari dalam individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu.
2. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang mengakibatkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan erat dengan emosi.

Minat membayar zakat adalah keinginan hati seorang muslim untuk mengeluarkan sebagian hartanya untuk diberikan kepada orang lain sebagai zakat. Zakat bisa diberikan langsung kepada orang yang berhak menerimanya (mustahik) atau melalui lembaga pengelola dana zakat yang disebut badan amil zakat atau lembaga amil zakat. Oleh karena itu lembaga zakat harus menyerukan kepada setiap muslim untuk tunaikan zakat sesuai dengan ketentuan agama Islam.

Lembaga amil zakat yang kredibel dapat menumbuhkan rasa percaya muzakki bahwa dana zakat yang diberikannya akan dikelola dengan baik dan sesuai peruntukannya. Hal ini sejalan dalam penelitian Nuha<sup>10</sup> yang menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di Badan Amil Kota Yogyakarta.

Setiap perusahaan selalu mengutamakan pelayanan kepada konsumen, begitu juga lembaga amil zakat mengutamakan muzakki sebagai konsumennya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Setiawan<sup>11</sup> menyimpulkan bahwa reputasi dapat mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat profesi melalui lembaga zakat. Berbeda dengan Nuha<sup>12</sup> yang menyatakan bahwa pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat.

Dalam penyaluran zakat, seorang muslim dapat menyalurkan langsung kepada orang-orang yang berhak menerimanya (mustahik) atau dapat melalui lembaga-lembaga. Saat ini terdapat Badan Amil Zakat yang dimiliki pemerintah maupun Lembaga Amil Zakat yang dimiliki swasta yang bertujuan menerima dan menyalurkan zakat dari para muzakki kepada para mustahik. Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat adalah lembaga yang mempunyai peran penting dalam pengelolaan dana zakat. Kedua lembaga tersebut bertujuan untuk mengelola dana zakat sesuai dengan syariah. Pengelolaan dana zakat ini meliputi perencanaan, pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan.

Manajemen pengelolaan zakat dalam hal penghimpunan zakat, Lembaga amil zakat Nurul Hayat cabang Semarang mempunyai strategi dan cara yang berbeda<sup>13</sup>, yaitu dengan jemput bola ke rumah-rumah *muzakki* dan melaksanakan sosialisasi kesadaran berzakat kepada masyarakat dengan seminar, majalah, iklan dan media lainnya yang mendorong *muzakki* segera membayar kewajibannya dalam berzakat. Dari latar belakang masalah ini, maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat *muzakki* dalam membayar zakat di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat.

---

<sup>10</sup> Nuha, A. N. (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam Membayar Zakat (Studi Kasus di Badan Amil Zakat Kota Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Islam negeri Sunan Kalijaga.

<sup>11</sup> Setiawan, F. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Reputasi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13-21.

<sup>12</sup> Nuha, A. N. (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam Membayar Zakat (Studi Kasus di Badan Amil Zakat Kota Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Islam negeri Sunan Kalijaga.

<sup>13</sup> Anggraini, D. S. (2018). *Peran Media Terhadap Strategi Fundraising via Online di LAZ Nurul Hayat Cabang Semarang*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan dalam penelitian ini adalah apakah layanan promosi berpengaruh terhadap minat *Muzakki* membayar zakat di LAZ Nurul Hayat. Adapun tujuan dilaksakannya penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh layanan promosi terhadap minat *Muzakki* membayar zakat di LAZ Nurul Hayat.

## B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah penelitian dengan menggunakan proses secara konkret, empiris, objektif, rasional serta sistematis, yang mana selanjutnya peneliti menentukan jumlah sampel dari jumlah populasi<sup>14</sup>. Penelitian kuantitatif mencoba untuk memecah dan membatasi fenomena menjadi terukur sehingga kategori umum dapat diaplikasikan pada semua subjek atau situasi yang lebih luas dan mirip<sup>15</sup>.

Populasi menurut Sudaryono adalah jumlah seluruh objek memiliki kualitas karakteristik yang ditetapkan peneliti dalam suatu wilayah generalisasi<sup>16</sup>. Populasi juga merupakan satu kelompok individu, individu, objek-objek, atau item-item dari mana sampel akan diambil untuk pengukuran<sup>17</sup>. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Muzakki* yang membayar zakat di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Nurul Hayat Cabang Semarang. dengan jumlah 2.439 orang.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut<sup>18</sup> sehingga sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sudah ditentukan oleh peneliti. Dengan adanya pengambilan sampel peneliti dapat menyimpulkan yang kemudian akan digeneralisasikan terhadap populasi. Perhitungan untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan rumus Solvin Umar yaitu<sup>19</sup>:

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

n = Jumlah sample  
N = Jumlah populasi  
e = derajat marginal eror (ditentukan 0,1)

Jadi dalam penelitian ini sampel yang dapat digunakan menurut rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{2.439}{2.439 \times (0,1)^2 + 1}$$

$$= 95,23$$

<sup>14</sup> Erwin. (2019). *Menyusun Penelitian Kuantitatif untuk Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Araska.

<sup>15</sup> Silalahi, u. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.

<sup>16</sup> Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: Rajawali Press.

<sup>17</sup> Silalahi, u. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.

<sup>18</sup> Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

<sup>19</sup> Ahmad, D. (2015). *Bimbingan Penulisan Ilmiah Buku Pintar Menulis Skripsi*. Semarang: Unissula Press.

Berdasarkan dari hasil perhitungan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin, maka dapat diperoleh sampel dengan jumlah 95,23. Jadi jumlah yang akan dijadikan sampel yang dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah *sampling purposif* (*purposive sampling*) yang mana dalam pemilihan sampel, peneliti memilih anggota sampel berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti<sup>20</sup>. Alasan menggunakan teknik *sampling purposif* yaitu setiap sampel memiliki pemikiran dan keadaan yang berbeda dalam permasalahan yang diteliti walaupun dalam kriteria yang sama. Jadi, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 100 responden dengan kriteria orang yang pernah membayar zakat di LAZ Nurul Hayat cabang Semarang.

Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan sumber data sesuai dengan macam-macam sumber data yang telah dirumuskan, diantaranya:

1. Data primer adalah data yang secara langsung dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden<sup>21</sup> dengan minat untuk tujuan studi tertentu. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban responden yaitu *muzakki* LAZ Nurul Hayat atas kuesioner yang dibagikan kepada mereka.
2. Data sekunder yang mencakup dokumen-dokumen seperti latar belakang, visi misi, dan tujuan LAZ Nurul Hayat. Data ini juga meliputi jurnal, dan artikel dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan observasi langsung kepada *muzakki* dengan membagikan kuesioner atau angket langsung dan teknik dokumentasi. Kuesioner adalah satu set tulisan tentang pertanyaan yang diformulasi untuk responden mencatat jawabannya secara terbuka dengan pilihan jawaban yang sudah ditentukan<sup>22</sup>. Pemilihan teknik kuesioner dalam penelitian ini agar memperoleh data yang akurat secara langsung dari *muzakki*.

Angket disusun peneliti dengan angket tertutup, yaitu angket yang terdiri dari pertanyaan yang terstruktur meliputi data responden, faktor layanan dan faktor minat *muzakki*. Kuesioner ini diukur menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala social<sup>23</sup>. Responden dapat memilih alternative jawaban yang telah disediakan. Adapun alternative jawaban dalam kuesioner ini menunjukkan angka 1 ‘sangat tidak setuju’, 2 ‘tidak setuju’, 3 ‘netral’, 4 ‘setuju’, dan 5 ‘sangat setuju’.

Teknik dokumentasi atau studi pustaka adalah cara pengumpulan data yang bersumber pada dokumen. Untuk memperoleh data pendukung yang dibutuhkan dari sumber yang dapat dipercaya, maka digunakan teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi berguna untuk mendapatkan data tentang LAZ Nurul Hayat dan jurnal-jurnal yang berkaitan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat *muzakki*.

Variabel adalah pengukuran yang diukur dengan berbagai macam nilai bentuk untuk memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai fenomena-fenomena Dalam

---

<sup>20</sup> Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: Rajawali Press

<sup>21</sup> Sangaji, Mamang, E., & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

<sup>22</sup> Silalahi, u. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama

<sup>23</sup> Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: Rajawali Press.

penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

1. Variabel dependen, Variabel dependen biasa disebut juga dengan variabel output atau variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas<sup>24</sup>. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat membayar zakat (Y)
2. Variabel Independen, Variabel independen sering disebut sebagai variabel predictor, stimulus atau variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah layanan.

Analisis untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS, program komputer yang membantu mempercepat angka-angka statistik seperti menghasilkan tabel frekuensi, statistik deskriptif dan lain-lain Adapun tahap-tahap analisis data penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Validitas merupakan alat ukur untuk menguji dan membuktikan tingkat ketepatan data yang sesungguhnya pada instrument penelitian. Suatu indikator akan dikatakan valid apabila indikator tersebut mampu mencapai tujuan pengukuran dari konstruk laten yang tepat<sup>25</sup>.
2. Uji Reliabilitas adalah suatu proses untuk menguji real atau nyata pada suatu instrument penelitian sehingga data tersebut sesuai dengan kenyataan<sup>26</sup>. Hasil suatu pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama<sup>27</sup>.

Analisis Regresi merupakan teknik analisis yang bertujuan mempelajari pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (terikat), Metode regresi juga bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel tersebut<sup>28</sup>.

### C. Hasil dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini adalah muzakki di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat. Nurul Hayat merupakan lembaga yang resmi didirikan pada tahun 2001, dengan nama Yayasan Nurul Hayat Surabaya yang beralamat di Perum IKIP Gunung Anyar B-48 Surabaya. Secara legalitas, berdasarkan Surat BAZNAS nomor 4 tahun 2015 tentang Rekomendasi Yayasan Nurul Hayat menjadi Lembaga Amil Zakat berskala Nasional, Surat Keputusan Menteri Agama RI nomor 224 tahun 2015 tentang Pemberian izin Yayasan Nurul Hayat sebagai Lembaga Amil Zakat Berskala Nasional

Penelitian ini dilaksanakan terhadap 100 responden muzakki Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat di Semarang. Hasil penyebaran kuesioner yang diperoleh sebagai berikut:

---

<sup>24</sup> Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

<sup>25</sup> Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: Rajawali Press

<sup>26</sup> Aminuddin, M. (2013). *Modul Praktikum Komputasi 3 Teknik Olahan Data Statistika Menggunakan SPSS 17 dan Ms. Excel 2010*. Semarang: Unissula

<sup>27</sup> Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: Rajawali Press.

<sup>28</sup> Santoso, S. (2018). *Menguasai SPSS Versi 25*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.

Tabel 1. Data Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
1. Kuesioner yang disebar	110 kuesioner
2. Kuesioner tidak kembali	7 kuesioner
3. Kuesioner kembali tetapi tidak dapat digunakan	3 kuesioner
4. Kuesioner yang digunakan	100 kuesioner
5. Respon rate	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Adapun gambaran umum responden dalam penelitian ini adalah gambaran tentang 100 responden yang dijadikan sampel yang dapat dikelompokkan sesuai dengan jenis kelamin, umur, dan pendidikan.

Berikut ini pada tabel 2 akan ditunjukkan jenis kelamin responden dalam minat muzakki untuk membayar zakat di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat.

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Pria	23	23%
2.	Wanita	77	77%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa jenis kelamin responden paling banyak adalah wanita, yaitu sebanyak 77 responden, sedangkan responden pria hanya 23 responden saja. Hal ini menunjukkan bahwasanya sebagian besar pembayar zakat (muzakki) adalah wanita.

Penelitian ini membagi 4 kelompok umur muzakki, yaitu umur dibawah 20 tahun, umur antara 21 dan 30 tahun, umur antara 31 dan 40 tahun, dan umur diatas 40 tahun. Adapun umur responden muzakki Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Semarang dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Umur Responden

No	Umur	Frekuensi	Presentase
1.	10-20 tahun	2	2%
2.	21-30 tahun	23	23%
3.	31-40 tahun	44	44%
4.	Diatas 40 tahun	31	31%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Pada tabel 3 dapat ditunjukkan bahwa umur responden yang paling banyak adalah antara 31-40 tahun dengan jumlah 44 responden, selanjutnya responden diatas umur 40 tahun dengan sebanyak 31 responden. Hal tersebut membuktikan bahwa umur minat muzakki membayar zakat di LAZ Nurul Hayat adalah antara umur 31 sampai 40 tahun.

Pada tabel 4 akan ditunjukkan pendidikan responden menjadi 4 bagian sebagai berikut:

Tabel 4. Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1.	SD	2	2%
2.	SMP/SMA	28	28%
3.	Sarjana	61	61%
4.	Pasca Sarjana	9	9%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4 memperlihatkan bahwa pendidikan responden terbanyak adalah sarjana atau Strata-1, kemudian pendidikan responden terbanyak kedua adalah SMP/SMA. Hal ini mengindikasikan bahwa pendidikan sarjana memiliki kematangan berfikir dalam minat pembayaran zakat.

Dalam penelitian ini uji validitas diukur dengan menghitung korelasi antara skor masing – masing butir pertanyaan dengan total skor yang diperoleh.

Tabel 5.Uji Validitas

Variabel	Indicator	R Hitung	R tabel 5%	Sign	Keterangan
Promosi (X)	X1	0,649	0,1946	0,000	Valid
	X2	0,732		0,000	Valid
	X3	0,713		0,000	Valid
	X4	0,689		0,000	Valid
	X5	0,656		0,000	Valid
Minat Bayar (Y)	Y1	0,719	0,1946	0,000	Valid
	Y2	0,755		0,000	Valid
	Y3	0,765		0,000	Valid
	Y4	0,697		0,000	Valid
	Y5	0,576		0,000	Valid

Sumber: Hasil penelitian 2021 diolah

Dari hasil uji validitas variabel promosi, dan minat bayar dapat dikatakan bahwa keseluruhan indikator yang diajukan oleh peneliti terhadap responden valid. Pengujian validitas ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu indikator yang mewakili variabel. Indikator dalam penelitian ini dapat mewakili variabel sehingga menghasilkan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran pada pertanyaan. Uji reliabilitas diujikan dengan nilai Cronbach Alpha. Suatu data dapat dikatakan reliabel apabila nilai cronbach alpha lebih dari 0,60

Tabel 6.Uji Realibilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Angka Standar Reliabel	Kriteria
Promosi (X)	0,768	0,60	Reliabel
Minat Bayar	0,776	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil penelitian 2021 diolah

Berdasarkan tabel koefisien semua variabel tersebut dikatakan reliabel sehingga layak diuji ke tahap selanjutnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel Promosi dan minat bayar telah memenuhi persyaratan, artinya bahwa variabel memiliki nilai alpha diatas 0,60 sehingga keseluruhan variabel adalah reliabel. Realibilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten serta menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan Pengolahan data dalam program SPSS versi 25. Dibawah ini akan disajikan data hasil dari pengolahan SPSS.

Tabel 10.Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,900	1,374		4,293	,000
Promosi	,360	,069	,413	5,251	,000

Sumber: Hasil penelitian 2021 diolah

Dari model tersebut diatas menunjukkan bahwa koefisien regresi memiliki arah positif sebagaimana yang diharapkan yaitu Koefisien Promosi memiliki arah positif terhadap Minat membayar ZIS yang berarti bahwa Promosi yang lebih baik akan meningkatkan minat donatur membayar ZIS

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui secara parsial (individual) variabel bebas berpengaruh secara signifikan maupun tidak signifikan terhadap variabel terikat. Kriteria dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

1. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan  $H_a$  ditolak. Yang artinya tidak ada pngaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan  $H_a$  diterima. Yang artinya ada pngaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat dijelaskan Pengaruh Promosi terhadap Minat Donatur membayar ZIS di Nurul Hayat Semarang sebagai berikut:

Berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh nilai dari koefisien Promosi sebesar 0,413 dengan nilai probabilitasnya 0,000 lebih kecil dari level signifikan yang digunakan sebesar 0,05 yang memiliki arti hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Dengan hasil tersebut maka Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Donatur membayar ZIS di Nurul Hayat Semarang. Pengujian tersebut mampu menerima hipotesis pertama, sehingga dugaan yang menyatakan Promosi berpengaruh positif terhadap minat donatur membayar ZIS di Nurul Hayat Semarang diterima.

Hasil pengujian terhadap hipotesis penelitian, Berdasarkan hasil pengujian menggunakan terdapat 1 hipotesis. Hipotesis satu ( $H_1$ ) menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat donatur membayar ZIS adalah diterima. Berdasarkan hasil uji Uji Statistik nilai t hitung untuk variabel promosi ( $X_1$ ) adalah sebesar 5,251. Maka dapat diketahui  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dan nilai signifikannya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh signifikan

terhadap minat donatur membayar ZIS di Nurul Hayat Semarang. Selain itu, transparansi pelaporan keuangan terhadap minat donatur membayar zakat adalah positif karena nilai parameter koefisien bernilai positif. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat donatur membayar ZIS.

Pengujian variabel promosi terhadap minat donatur menunjukkan bahwa promosi mempengaruhi minat donatur ZIS. Di LAZ Nurul Hayat dalam periklanan disebarluaskan melalui brosur, spanduk, majalah, dan media iklan seperti IG, FB, WA, dan lain sebagainya. Tidak hanya itu promosi yang dilakukan personal antar seseorang juga sangat membantu mempengaruhi minat donatur membayar dana ZIS, seperti yang dilakukan di Nurul Hayat, melalui media usahanya yaitu usaha Aqiqah, sangat efektif sebagai media promosi adanya program ZIS, seuasai seseorang memesan Aqiqah biasanya dilampirkan brosur yang isinya menjelaskan tentang Nurul Hayat dengan berbagai programnya, selain itu secara langsung ketika datang ke Kantor Nurul Hayat juga biasanya diberikan informasi secara personal, dan membuat donatur semakin tertarik untuk membayar dana ZIS, karena dari promosi personal mengenal lebih dalam mengenai program di Nurul Hayat beserta pengelolaannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Milla rahma fiqhyany dan Ari prasetyo dengan Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Niat Muzakki Membayar Dana Zakat, Infaq, Shadaqah Pada Yayasan Nurul Hayat Cabang Tuban hasil penelitiannya adalah Berdasarkan hasil penelitian ini, periklanan yang dilakukan oleh Yayasan Nurul Hayat Tuban melalui berbagai media berhasil menarik perhatian muzakki untuk membayar zakat, infaq, shadaqah pada yayasan tersebut. Informasi dan pesan yang disampaikan pada media periklanan yang dilakukan oleh yayasan jelas, akurat, tidak berlebihan, mudah dipahami, dan dapat dipercaya.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat donatur (muzakki) membayar Zakat Infaq dan Shadaqah (ZIS).

Dengan berbagai telaah dan analisa yang telah dilakukan dalam penelitian ini, serta berdasarkan keterbatasan, maka dapat diberikan saran untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel dan populasi lain, jumlah sampel yang lebih besar, dan jenis variabel yang lebih beragam dan komprehensif serta dapat menambahkan metode wawancara dalam pengumpulan data penelitian guna mencapai hasil yang lebih obyektif.

#### Daftar Pustaka

- Ahmad, D. (2015). *Bimbingan Penulisan Ilmiah Buku Pintar Menulis Skripsi*. Semarang: Unissula Press.
- al-Utsaimin, S. M. (2011). *Fatwa fi Ahkam al-Zakah: Fiqih Zakat Kontemporer*. Surakarta: Alqowam.
- Aminuddin, M. (2013). *Modul Praktikum Komputasi 3 Teknik Olahan Data Statistika Menggunakan SPSS 17 dan Ms. Excel 2010*. Semarang: Unissula Press.
- Amir, M. b. (2013). *Subulus Salam Syarh Bulughul Maram Jilid 2*. Jakarta: Darus Sunnah Press.

- Anggraini, D. S. (2018). *Peran Media Terhadap Strategi Fundraising via Online di LAZ Nurul Hayat Cabang Semarang*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Aulia, T. R. (2008). *Kompilasi Hukum Islam: Hukum Perkawinan, Kewarisan dan Perwakafan*. Bandung: Nuansa Aulia.
- Erwin. (2019). *Menyusun Penelitian Kuantitatif untuk Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Araska.
- Furqon, U. (2015). *Manajemen Zakat*. Semarang: CV Karya Abadi Jaya.
- Hafifuddin, D. (2008). *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani.
- Kartika, I. (2019). *Pengaruh Religiusitas dan Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat dengan Kesadaran membayar Zakat sebagai Variabel Intervening*. Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Mukhibad, H., Fachrurrozie, & Nurkhin, A. (2019). Determinants of The Intention of Muzakki to Pay Professional Zakat. *Share Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 45-67.
- Nugroho, A. S., & Nurkhin, A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan, Zakat terhadap Minat Membayar Zakat Profesi melalui BAZNAS dengan Faktor Usia sebagai Variabel Moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 866-1285.
- Nuha, A. N. (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam Membayar Zakat (Studi Kasus di Badan Amil Zakat Kota Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Islam negeri Sunan Kalijaga.
- Qardhawi, Y. (1983). *Fikih al-Zakah*. Kairo: Muassasah al-Risalah.
- Ritonga, A. A., & Zainuddin. (2002). *Fiqh Ibadah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Salmawati, & Fitri, M. (2018). Pengaruh Tingkat pendapatan, Religiusitas, Akuntabilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Baitul Maal Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 64.
- Sangaji, Mamang, E., & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Santoso, S. (2018). *Menguasai SPSS Versi 25*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Setiawan, D. A. (2018). *Analisis faktor Religiusitas, Kepercayaan dan Kesadaran Diri dalam Mempengaruhi Minat Muzakki untuk Membayar Zakat di Kota Surakarta*. Surakarta: Institut Agama Islam Megeri Surakarta.
- Setiawan, F. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Reputasi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13-21.
- Silalahi, u. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: Rajawali Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.