

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
MUZAKKI MELALUI KEPUASAN MUZAKKI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS)
KOTA SERANG**

Syihabudin Said

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

syihabudin@untirta.ac.id

Tenny Badina

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

tennybadina@gmail.com

Syarah Syahidah

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

syarahsyahidah09@gmail.com

ABSTARCT. This study aims to determine (1) the quality of service does not directly affect the loyalty of muzakki; (2) the quality of service had a significant effect on muzakki satisfaction; (3) muzakki satisfaction has a direct effect on muzakki loyalty; (4) muzakki satisfaction is able to mediate the quality of service and muzakki loyalty. This study uses a quantitative approach. The population in this study were all muzakki of BAZNAS Serang City. The sampling technique used in this study was purposive sampling obtained by 65 muzakki. The results showed that: (1) the quality of service does not directly affect the loyalty of muzakki, as evidenced by the significance value of $0,140 > 0,05$ and the regression coefficient of $0,134$; (2) the quality of service had a significant effect on muzakki satisfaction, evidenced by a significance value of $0,000 < 0,05$ and a regression coefficient of $0,530$; (3) muzakki satisfaction has a direct effect on muzakki loyalty, as evidenced by the significance value of $0,000 < 0,05$ and a regression coefficient of $0,721$; (4) muzakki satisfaction is able to mediate the quality of service and muzakki loyalty.

Keywords: Service Quality, Muzakki's Satisfaction, Muzakki's Loyalty.

Pendahuluan

Kewajiban zakat memiliki arti penting dalam ajaran Islam. Selain merupakan hubungan vertikal antara hamba dengan Allah SWT, zakat juga berperan dalam

perekonomian dengan menjadi sarana pemerataan pendapatan di antara umat Islam. Zakat diharapkan mampu mengurangi jumlah kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghilangkan sifat kikir dari yang memiliki harta dan mempererat hubungan silaturahmi sesama umat Islam (Sutomo dkk, 2017).

Berdasarkan data pertumbuhan bank dunia tahun 2012, jumlah seluruh penduduk Indonesia mencapai 244.775.796 jiwa dengan 88% diantaranya memeluk agama Islam. Hal ini menjadi potensi besar zakat yang dimiliki Indonesia. Berdasarkan penelitian dari Baznas dan IPB (2011), potensi zakat di Indonesia mencapai Rp217 Triliun per tahun dan saat ini yang terkumpul pertahun hanya sebesar 1% dari potensi yang ada.

Lima tahun terakhir ini, secara statistik pengumpulan zakat yang dilakukan oleh BAZNAS dan LAZ terlihat kian bertambah dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 23,3%. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat semakin baik dalam menunaikan zakat melalui amil zakat resmi. Kemudian apabila dilihat dengan rerata pertumbuhan PDB dalam lima tahun terakhir yang sebesar 5,2% menunjukkan bahwa potensi zakat memang seyogyanya dapat digunakan untuk mengurangi kemiskinan dan memoderasikan kesenjangan pendapatan antara si miskin dengan si kaya (BAZNAS, 2017).

Agar semakin tercapainya potensi zakat serta tercapainya tujuan zakat, Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) sebagai lembaga resmi pengelola zakat harus terus berusaha keras dan bekerja secara serius dalam meningkatkan penerimaan zakat serta menjaga muzakki agar tetap loyal terhadap OPZ. Oleh karena itu OPZ harus memperhatikan sisi muzakki yang merupakan pihak yang akan memberikan dana zakatnya.

Ada 8 faktor yang menjadi pertimbangan muzakki menyalurkan zakatnya yaitu faktor pelayanan, tempat, orang, distribusi, proses, motivasi, daya tanggap, dan atmosfer. Faktor pelayanan merupakan faktor yang menjadi bahan pertimbangan muzakki dalam menyalurkan zakat dengan nilai persentase varians sebesar 37,18% (Churiyah dan Wirdan, 2012). Seik dan Mukhlis (2013: 101), juga mengemukakan bahwa faktor dominan yang mempengaruhi keputusan membayar zakat disebabkan oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) bersifat transparan, profesional, memberi kemudahan dalam berzakat dan pelayanan yang memuaskan.

Melakukan kualitas pelayanan yang baik akan membuat terpenuhinya kebutuhan dan harapan muzakki. Kualitas pelayanan yang baik akan dapat memenuhi harapan konsumen dimana apabila harapan terpenuhi maka akan terpenuhinya juga kepuasan konsumen (Sofyan, 2013).

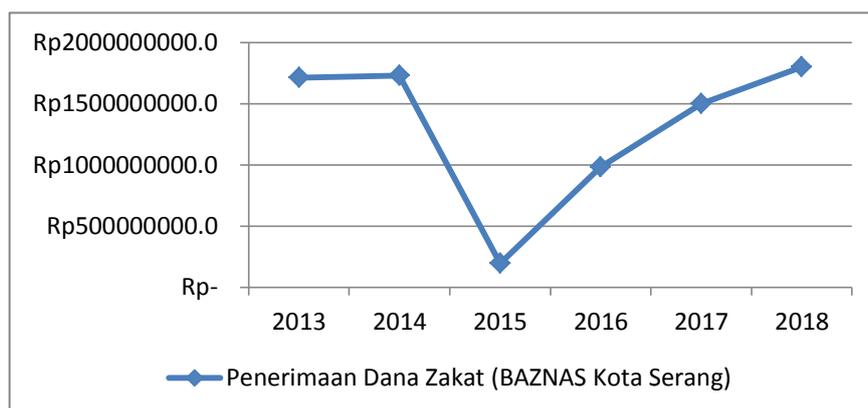
Menurut Lovelock (2010: 91) dasar bagi loyalitas sejati terletak pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan menjadi input. Menurut Parasuraman (1988) dalam Saputra (2011) adanya kepuasan pada diri pelanggan, maka produk perusahaan dapat memperoleh citra baik dari konsumen dan pada gilirannya akan memperoleh loyalitas dari konsumen.

Penelitian Sutomo dkk. (2017), menunjukkan bahwa kepuasan muzakki mempengaruhi loyalitas dengan nilai indeks kepuasan muzakki sebesar 82,34% yang berarti muzakki telah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dengan tingkat loyalitas muzakki sebesar 84,7%.

Badan Amil Zakat (BAZNAS), sebagai lembaga non-profit yang bergerak dibidang jasa dan pelayanan dituntut untuk terus melakukan perbaikan dalam memberikan pelayanan terbaik terhadap muzakki. Dengan memberikan kualitas

pelayanan yang baik dapat memenuhi harapan serta kebutuhan muzakki sehingga muzakki dapat merasa puas yang nantinya akan membuat muzakki semakin loyal terhadap BAZNAS.

Badan Amil Zakat (BAZNAS) sebagai lembaga resmi pengelola zakat yang memiliki kantor cabang diberbagai Kabupaten/Kota yang tersebar diseluruh Indonesia termasuk di Kota Serang. BAZNAS Kota Serang dalam tiga tahun terakhir mengalami kenaikan dalam penerimaan dana zakat, dengan grafik sebagai berikut:



Gambar 1
Penerimaan Dana Zakat BAZNAS Kota Serang

Sumber: BAZNAS Provinsi Banten, diolah kembali 2019

Berdasarkan grafik diatas terjadi penurunan penerimaan zakat yang cukup drastis pada tahun 2015, kemudian berangsur naik kembali hingga 2018. Oleh karena itu dalam hal ini menjaga loyalitas muzakki menjadi sangatlah penting agar pada tahun-tahun selanjutnya tidak terjadi kembali penurunan yang drastis serta tercapainya potensi zakat di Kota Serang sehingga tujuan zakat dapat

terealisasikan dengan baik. Selain itu meski pada tiga tahun belakangan terjadi peningkatan, namun pada kenyataannya penerimaan dana zakat di BAZNAS Kota Serang masih jauh dari potensi zakat Kota Serang yang sebesar 50 Miliar (Baznas Kota Serang, 2015).

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki, kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki, kepuasan muzakki terhadap loyalitas muzakki dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki melalui kepuasan muzakki.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml et. al (1990) dalam Cahyani (2015), kualitas pelayanan dapat di definisikan sebagai: "*The extent of discrepancy between customers expectations or desire and their perceptions*". Dari pernyataan tersebut dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.

Parasuraman et al. (1988) dalam Lovelock (2010: 154), mengemukakan lima dimensi dari kualitas pelayanan yang dikenal sebagai SERVQUAL yaitu Bukti Fisik (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*).

Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2012) kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja layanan yang dirasakan dibanding dengan harapan.

Zeithaml et. al dalam Vivi Ristiani dkk (2011) menyatakan kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh fitur produk dan layanan, emosi pelanggan, atribusi untuk kesuksesan dan kegagalan layanan dan persepsi terhadap kesamaan dan keadilan.

Loyalitas Pelanggan

Definisi loyalitas menurut Griffin (2010: 4) adalah seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Menurut Griffin (2010) pelanggan yang loyal sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur (*repeat purchase*)
2. Membeli antar lini produk dan jasa (*purchase across product lines*)

3. Mereferensikan kepada orang lain (*referrals*)
4. Menunjukkan kekebalan terhadap pesaing (*retention*)

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki

Loyalitas terbentuk karena adanya pengalaman dalam menggunakan suatu barang atau jasa (Normasari kk, 2013). Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kesan pengalaman yang baik pula. Berangkat dari pengalaman yang baik tersebut akan menjadi unit pertimbangan pengambilan keputusan yang mana akan mendorong terbentuknya loyalitas muzakki. Melalui pelaksanaan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dorongan ketertarikan pelanggan dan memunculkan loyalitas (Atmaja, 2018).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas secara langsung (*direct*) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Anderson dan Sullivan, 1993), I Wayan Putri (2012), Pin-Fenn Chou (2014), Wantara (2015), Dharma (2017) dan nugroho (2018).

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Muzakki

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Muzakki

Kualitas pelayanan yang baik dapat memenuhi harapan konsumen dimana apabila harapan terpenuhi maka akan diperoleh kepuasan konsumen (Sofyan, 2013). Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan (Samiring dkk, 2014). Sehingga apabila harapan telah terpenuhi atau bahkan terlampaui membuat muzakki puas, artinya kualitas pelayanan mampu mendorong atau meningkatkan kepuasan muzakki.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian Achad Tawip Junaedi (2012), Riswandhi Ismail (2014) Setyowati dan Wiyadi (2016), Martua Chando (2018), Rahmadhani dkk. (2019). Menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan secara langsung.

H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Muzakki

Pengaruh Kepuasan Muzakki terhadap Loyalitas Muzakki

Apabila kinerja berbanding lurus atau bahkan melebihi harapan serta kebutuhan muzakki terpenuhi sehingga memunculkan perasaan senang dalam diri muzakki, maka akan timbul loyalitas muzakki. Konsumen yang puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk

membeli ulang dari produsen yang sama (Solomon dalam Widyaswati, 2010:56). Maka dari itu dengan adanya kepuasan pelanggan, dapat menimbulkan loyalitas konsumen (Sofyan dkk, 2013). Pembeli yang puas akan cenderung untuk melakukan pembelian kembali (*repeat buying*) di kemudian hari dan merekomendasikan penyedia jasa tersebut (*service provider*) kepada orang lain (Sa'ad dan Noermijati, 2011).

Penelitian terdahulu yang mendukung adanya pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas pelanggan diantaranya Sawiri dkk. (2013), Yudi dkk. (2015), Ritna Rahmawati Dewi (2016), Yuliafitri (2017) dan Oktavianus Semiun (2018).

H3 : Kepuasan Muzakki berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Muzakki

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Melalui Kepuasan Muzakki

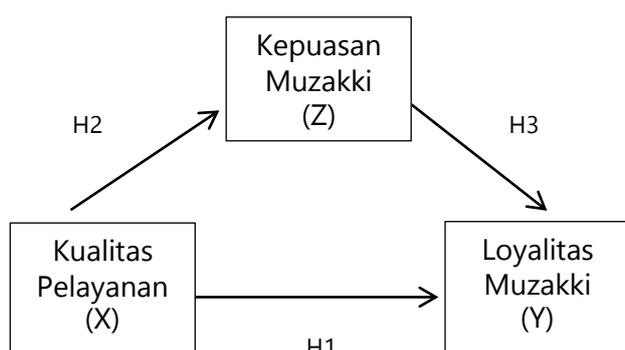
Dasar bagi loyalitas sejati terletak pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas layanan menjadi input utamanya. Pelanggan yang sangat puas atau bahkan menyenangi layanan cenderung menjadi pendukung loyal perusahaan (Lovelock, 2010: 91).

Kualitas pelayanan yang baik akan memberi kesan yang positif pada benak muzakki karena telah terpenuhinya kebutuhan dan harapan muzakki. Sehingga pada saat kinerja dievaluasi oleh muzakki menghasilkan perasaan senang yang kemudian akan memiliki kecenderungan kembali membayar zakat pada tempat yang sama.

Parasuraman et. Al. (1985), Aryani dan Rosinta (2010), Ristanti dkk. (2011), Normasari dkk. (2013), Pribanus Wintara (2015), serta Herokholiqi dan Cahyanan (2018). Menyatakan bahwa kualitas peayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

H4 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Muzakki melalui kepuasan muzakki

Kerangka Pemikiran



Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data primer menggunakan metode survei. Variabel dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Muzakki (Z) dan Loyalitas Muzakki (Y). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Menggunakan pengukuran skala likert dengan jumlah responden sebanyak 65 muzakki.

Menggunakan teknik analisis data dengan uji analisis jalur dengan uji regresi sederhana dan uji regresi berganda serta uji sobel. Perhitungan dilakukan dengan aplikasi statistik yaitu SPSS Ver,20.

Hasil dan Pembahasan

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Tabel Uji Validitas

Item	r Hitung	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan			
X1	0,341	0,006	Valid
X2	0,539	0,000	Valid
X3	0,561	0,000	Valid
X4	0,413	0,001	Valid
X5	0,341	0,005	Valid
X6	0,383	0,002	Valid
X7	0,456	0,000	Valid
X8	0,483	0,000	Valid
X9	0,708	0,000	Valid
X10	0,518	0,000	Valid
X11	0,482	0,000	Valid
Kepuasan Muzakki			
Z1	0,253	0,042	Valid
Z2	0,451	0,000	Valid
Z3	0,486	0,000	Valid
Z4	0,577	0,000	Valid
Z5	0,678	0,000	Valid
Loyalitas Muzakki			
Y1	0,670	0,000	Valid

Item	r Hitung	Sig	Keterangan
Y2	0,749	0,000	Valid
Y3	0,694	0,000	Valid
Y4	0,295	0,017	Valid
Y5	0,754	0,000	Valid

Suatu kuisiener dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisiener mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisiener tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2 = 65-2 = 63$ maka r tabel pada penelitian ini adalah dengan 0.2441 dengan alpha 0,05(5%). Jika r hitung > r tabel, maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan tabel diatas semua indikator pada penelitian ini valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	<i>cronbach's alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,758	Reliabel
Kepuasan Muzakki	0,493	Reliabel
Loyalitas Muzakki	0,786	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, bahwa diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dengan nilai *cronbach's alpha* 0,758 > 0,060 maka dapat dikatakan bahwa butir kuisiener reliabel atau handal, kepuasan muzakki dengan nilai *cronbach's alpha* 0,493 > 0,060 maka dapat dikatakan bahwa butir kuisiener reliabel atau handal, dan loyalitas muzakki dengan nilai *cronbach's alpha* 0,786 > 0,060 maka dapat dikatakan bahwa butir kuisiener reliabel atau handal.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 3 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengaruh Variabel	T	P	B	Ket
X → Y	1,496	0,140	0,134	signifikan
X → Z	4,961	0,000	0,530	Tidak signifikan
Z → Y	8,018	0,000	0,721	signifikan

Hasil pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki, berdasarkan perhitungan satatistik uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 1,496 dengan nilai signifikansi 0,140 lebih besar dari 0,05 ($0,140 > 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,134. Dengan demikian kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki secara langsung. Berarti semakin tinggi kualitas Pelayanan BAZNAS Kota Serang tidak akan mempengaruhi tingkat loyalitas muzakki. Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010) Normasari dkk. (2017), dan Herokhliqi dan Cahyana (2018).

Hasil pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki, berdasarkan perhitungan satatistik uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 4,961 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,530. Dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan muzakki. Berarti semakin tinggi kualitas Pelayanan BAZNAS Kota Serang maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang diterima oleh muzakki. Oleh karena pengaruhnya signifikan, maka variabel kualitas pelayanan menjadi variabel yang penting untuk dipertimbangkan oleh BAZNAS Kota Serang dalam menciptakan kepuasan muzakki. Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Achad Tawip Junaedi (2012), Riswandhi Ismail (2014) Setyowati dan Wiyadi (2016), Martua Chando (2018), Rahmadhani dkk. (2019).

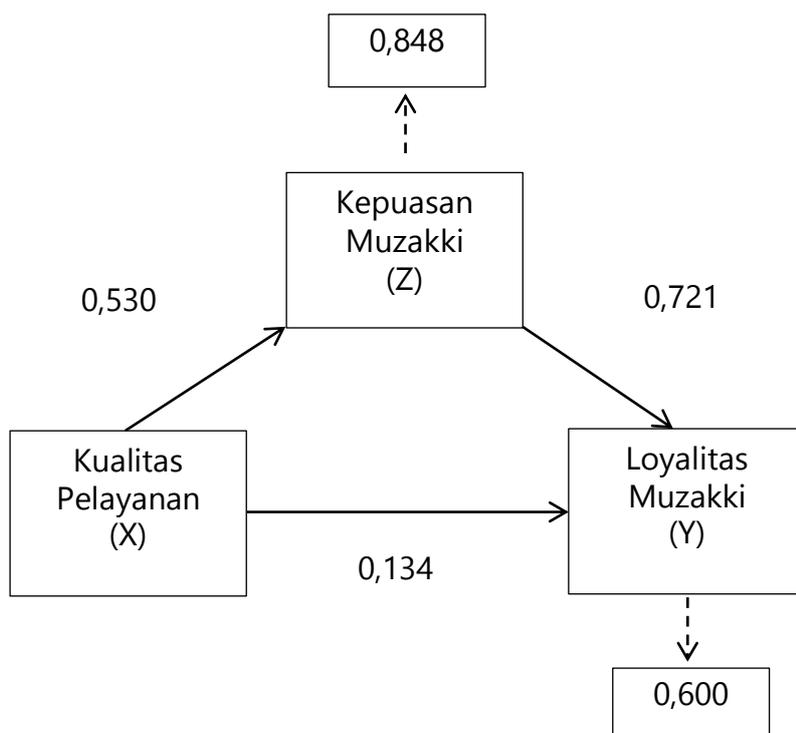
Hasil pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki, berdasarkan perhitungan satatistik uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 8,018 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,721 dengan demikian kepuasan muzakki berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki. Berarti semakin tinggi kepuasan muzakki BAZNAS Kota Serang maka akan semakin tinggi pula loyalitas muzakki. Oleh karena pengaruhnya signifikan, maka variabel kepuasan muzakki menjadi variabel yang penting untuk dipertimbangkan oleh BAZNAS Kota Serang dalam menciptakan loyalitas muzakki. Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sawiri dkk. (2013), Yudi dkk. (2015), Ritna Rahmawati Dewi (2016), Yuliafitri (2017) Sutomo dkk. (2017) dan Oktavianus Semiun (2018).

Tabel 4 Hubungan Langsung dan Tidak Langsung

Pengaruh Variabel	Pengaruh		Total
	Langsung	Tidak Langsung	
X → Y	0,134	0,382	0,516

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki, yang dimediasi oleh kepuasan muzakki diperoleh nilai koefisien jalur pengaruh tidak langsung variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebesar 0,516. Artinya kepuasan mampu memediasi kualitas pelayanan dan loyalitas muzakki. Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ristanti dkk. (2011), Normasari dkk. (2013), Pribanus Wintara (2015), serta Herokholiqi dan Cahyanan (2018).

Analisis Jalur



Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan perumusan masalah dan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki pada BAZNAS Kota Serang.
2. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki pada BAZNAS Kota Serang.
3. Terdapat pengaruh kepuasan muzakki terhadap loyalitas muzakki pada BAZNAS Kota Serang.
4. Kepuasan muzakki dapat memediasi hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas muzakki BAZNAS Kota Serang.

Saran

1. Meskipun kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas muzakki, namun meningkatkan kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan karena akan mempengaruhi kepuasan muzakki yang nantinya akan mempengaruhi loyalitas muzakki. Karena target BAZNAS Kota Serang bukan hanya sebatas ASN Kota Serang tetapi juga masyarakat Kota Serang yang tidak dipengaruhi oleh peraturan pemerintah Kota Serang oleh karena itu kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan agar dapat menarik masyarakat umum lebih banyak untuk membayar zakat di BAZNAS Kota Serang dengan cara : membuat ruang penerimaan tamu jauh lebih rapih, bersih dan teratur, BAZNAS Kota Serang selalu menepati janji, jika muzakki kesulitan BAZNAS Kota Serang dapat memberikan penjelasan dan solusi.
2. Variable kepuasan muzakki sebagai variabel yang memiliki hubungan yang kuat dalam mempengaruhi variabel loyalitas muzakki, oleh karena itu pihak manajemen BAZNAS Kota Serang sebaiknya tetap memperhatikan dan meningkatkan variabel kepuasan muzakki dengan cara: meningkatkan kualitas pelayanan agar sesuai dengan kebutuhan.
3. Agar muzakki menjadi loyal, BAZNAS Kota Serang harus terus meningkatkan kualitas pelayanan. Agar bukan hanya ASN Kota Serang saja yang menyalurkan dana zakatnya melainkan masyarakat umum Kota Serang pun menyalurkan dananya pada BAZNAS Kota Serang sehingga potensi zakat di Kota Serang dan tujuan zakat dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Mukhlis dan Irfan Syauqi Beik. 2013. Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Membayar Zakat : Studi Kasus Kabupaten Bogor. *Jurnal al-Muzara'ah*, 1(1), 101.
- Al-Rousan, M. Ramzi, dan Badaruddin Mohamed. 2010. Customer Loyalty and the Impacts of Service Quality: The Case of Five Star Hotels in Jordan. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 4(7), 1702-1708
- As'ad dan Noermijati. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit NU Tuban). *Jurnal Aplikasi Manajemen : Universitas Brawijaya*, 11(3), 399-406.
- Atmaja, Jaka. 2018. Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 47-68.

- Churiyah dan Wiradani. 2012. Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Melalui Yayasan Amal Sosial Ash Shohwah Malang. *Memoderasi. Modernisasi*, 8(3), 233-246.
- Fikri, Sirhan, dkk. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1).
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Junaedi, dkk. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Provinsi Riau). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(1), 161-176.
- Kheng, Lo Liang et. al. 2010. The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), 57-66.
- Kotler, Phillip and Gary Armstrong. 2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasih, Indah Dwi. 2012. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 37-46.
- Lovelock, Wirtz, dan Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi (Perspektif Indonesia)*. Jakarta: Erlangga.
- Martua, Chando. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman Ab Cargo. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal, dan UMKM*, 1(1), 10-18.
- Mohsan, Faizan et. al. 2011. Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, 2(16), 263-270.
- Risianti, dkk. 2011. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 9(17), 1-12
- Sinaga, dkk. 2016. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Wisatawan Nusantara pada Maskapai Lion Air di Bali. *Jurnal IPTA*, 4(2), 26-32.
- Suhasto, Iwan Noor. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 55-64.

Sutomo, dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (Laz) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki (Studi Kasus LAZ PKPU Yogyakarta). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 59-70.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat

Yuliafitri, Indah dan Asma Nur K. 2016. Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (studi pada LAZ Rumah zakat). *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 205-217.