

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Laporan RISSC menunjukkan bahwa jumlah muslim di Indonesia mencapai 240,62 juta pada tahun 2023, atau 86,7% dari 277,53 juta orang dari keseluruhan penduduk.¹ Sebagai seorang muslim, tentunya menyadari dan memahami bahwa dalam setiap rezeki yang diperoleh terdapat hak orang lain di dalam zakat, infaq, atau shodaqoh yang harus dikeluarkan guna membersihkan harta dan jiwa mereka. Ekonomi islam menghimbau para hartawan agar mengeluarkan sebagian harta mereka demi kemaslahatan bersama, supaya terjadi distribusi pendapatan yang merata sehingga kesenjangan antara orang miskin dan kaya dapat dikurangi.²

Potensi zakat yang dimiliki Indonesia cukup besar, berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dapat dilihat bahwa penghimpunan dana zakat, infaq, dan shodaqoh ditargetkan dapat mencapai 41 triliun di tahun 2024.³ Jika penghimpunan dana tersebut dimaksimalkan, maka tujuan dalam mensejahterakan masyarakat dan

¹ Annur, Cindy Mutia. 2023. '10 Negara Dengan Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023, Indonesia Memimpin!' Databoks. Retrieved 18 April 2024.

² Bastiar, Yandi, Efri Syamsul Bahri, and Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI. 'Model Pengukuran Kinerja Lembaga Zakat Di Indonesia'. Jurnal Zakat Dan Wakaf 6(1):2-3, 2019.

³ Hasbi Zaenal, M. dkk. Outlook Zakat Indonesia 2024. Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2024.

mengentaskan kemiskinan akan semakin mudah. Potensi zakat memiliki peluang yang besar dalam menggerakkan sektor ekonomi produktif. Dana yang telah terkumpul dapat disalurkan ke berbagai macam program bantuan seperti program ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan sosial kepada para golongan *mustahiq* atau orang-orang yang pantas mendapatkannya.⁴

Dalam UU Nomor 23 Tahun 2011, pemerintah telah menetapkan organisasi pengelolaan zakat di Indonesia mengingat kewajiban zakat bagi seorang muslim. Dalam undang-undang tersebut dijelaskan bahwa dua lembaga yang sudah ada yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) bertanggung jawab atas pengelolaan zakat.⁵ Pengelola Zakat, Infaq, dan Shodaqoh (ZIS) harus meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan mereka serta meningkatkan manfaat yang dihasilkan dari ZIS agar kesejahteraan masyarakat dapat tercapai. Salah satu strategi yang digunakan dalam manajemen zakat yang efektif yaitu strategi pemasaran. Pemasaran adalah proses dimana lembaga membangun hubungan yang kuat dengan donatur sehingga menciptakan nilai yang positif bagi para donatur. Kualitas pelayanan harus menjadi prioritas utama bagi lembaga amil zakat agar mereka dapat respon yang positif dan dapat mempertahankan loyalitas para donatur.⁶

⁴ Muzwir, M., & Hasan, F. Optimalisasi Potensi Pengelolaan Zakat di Indonesia melalui Integrasi Teknologi. *Journal of Islamic Economics Law*, 3(3), 2021

⁵ Yusuf Wibisono. *Mengelola Zakat Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.

⁶ Khalwani, Abdullah Mushlihuiddin. 'Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat'. *Jurnal Ekonomi Industri Halal* 4(1):18–31, 2024.

Loyalitas dapat berasal dari faktor kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat ukuran seberapa baik layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan memenuhi keinginan pelanggan.⁷ Tjiptono berpendapat bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi keinginannya untuk membeli atau menggunakan kembali suatu produk/jasa. Kotler dan Keller juga menyatakan bahwa semakin baik bentuk pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan didukung dengan tingkat kepuasan yang tinggi maka akan membentuk loyalitas pada konsumen.⁸ Dapat disimpulkan apabila kualitas pelayanan suatu lembaga sesuai dengan harapan dan kinerja, maka donatur akan merasa puas sehingga secara langsung mereka akan menjadi loyal atau menggunakan kembali jasa pada lembaga tersebut.⁹ Kota Kediri merupakan kota terbesar ketiga di Provinsi Jawa Timur, setelah Kota Surabaya dan Kota Malang. Di kota ini terdapat beberapa lembaga yang menangani pengelolaan ZIS dan telah terdaftar di Kementerian Agama. Ada 10 Lembaga Amil Zakat di wilayah Kota Kediri yaitu Lembaga Amil Zakat berskala nasional meliputi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), Baitul Maal Hidayatullah (BMH), Rumah Zakat, Yatim Mandiri, Nurul Hayat, Lembaga Manajemen Infaq (LMI), Lembaga Amil Zakat dan Shodaqoh Nahdatul Ulama (LAZISNU), dan

⁷ Siswadi, Fery, Hari Muharam, and Sufrin Hannan. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan.” *Jurnal Pustakawan Indonesia* 18(1):2–2, 2019.

⁸ Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 12*. Jakarta:PT Indeks, 2018.

⁹ Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran (Edisi ke 4)*. Penerbit ANDI. hal 125, 2016 .

Lembaga Amil Zakat dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU). Sedangkan lembaga amil zakat yang berskala provinsi yaitu LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera dan LAZIS Al Haromain.¹⁰

Lembaga Amil Zakat yang telah disebutkan diatas, tersebar di berbagai wilayah yang berbeda di Kota Kediri salah satunya yaitu Kecamatan Kota. Kecamatan Kota merupakan pusat dari Kota Kediri dengan wilayah padat penduduk dan terdapat banyak industri barang maupun jasa di sekitarnya, hal ini menjadikan lokasi tersebut strategis untuk dijangkau semua orang. Ada 4 Lembaga Amil Zakat yang terletak di Kecamatan Kota, ke empat lembaga tersebut berdiri di tahun yang berdekatan dan termasuk dalam kategori lembaga yang sama yaitu Lembaga Amil Zakat berskala nasional. Berikut adalah daftar Lembaga Amil Zakat yang ada di Kecamatan Kota, yaitu:

Tabel 1. 1

Daftar Lembaga Amil Zakat di Kecamatan Kota, Kota Kediri

No.	Nama Lembaga	Tahun Berdiri	Lokasi	Jumlah Donatur Rutin
1.	Lembaga Manajemen Infaq (LMI)	2005	Jl. Ronggowarsito No.48, Pocanan, Kec. Kota, Kota Kediri	700

¹⁰ Liputan 6. 2023. "Daftar Lengkap Lembaga Pengelola Zakat (LAZ) Berizin Di Indonesia: Skala Nasional, Provinsi Dan Kabupaten." Liputan 6.Com. Retrieved April 19, 2024.

2.	Rumah Zakat	2007	Jl. RA Kartini No.10, Pocanan, Kec.Kota, Kota Kediri	100
3.	Lembaga Amil Zakat dan Shodaqoh Nahdatul Ulama (LAZISNU)	2005	Jl. Sriwijaya No.80, Jagalan, Kec. Kota, Kota Kediri	10
4.	Lembaga Amil Zakat dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU)	2001	Jl. Pemuda No.18 A, Kec.Kota, Kota Kediri	100

Sumber: Hasil Observasi Oleh Peneliti, Data Tahun 2024

Berdasarkan paparan data pada tabel 1.1, dapat diketahui bahwa terdapat 3 Lembaga Amil Zakat di Kecamatan Kota yang memiliki jumlah donatur rutin terbanyak yaitu Lembaga Manajemen Infaq (LMI), Rumah Zakat, dan Lembaga Amil Zakat dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU). Peneliti memilih 3 lembaga tersebut untuk dijadikan bahan pembandingan sebagaimana yang disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. 2

Tabel Perbandingan Lembaga Amil Zakat di Kecamatan Kota

Pembandingan	LMI	Rumah Zakat	LAZISMU
Jumlah Karyawan (SDM)	6 orang (1 orang manajer area, 1 orang administrasi, 3 orang fundraising, dan 1 orang pendayagunaan ZISWAF)	6 orang (1 orang manajer, 1 orang front office, 1 orang ziswaf <i>consultant</i> , 2 orang program pendayagunaan, dan 1 orang finance)	3 orang (1 orang kepala kantor, 1 orang sekretaris, dan 1 orang bendahara)
Program	Program ekonomi dan pemberdayaan masyarakat, pendidikan, dakwah, kemanusiaan, lingkungan, kesehatan, ramadhan, qurban	Program desa berdaya, pendidikan, ekonomi, dakwah, kesehatan, lingkungan dan kebencanaan, ramadhan, qurban	Program pendidikan, dakwah, sosial, dan ekonomi

<p>Jenis Pelayanan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Layanan kantor zakat - Layanan ambil cepat LAZ atau jemput bola - Layanan konsultasi melalui media sosial - Layanan via transfer rekening (bayar digital) - Website infak.in, wakafo dan qurbanholic. 	<ul style="list-style-type: none"> - Layanan kantor zakat - Layanan antar jemput ZIS - Layanan konsultasi melalui ziswaf consultan - Layanan via transfer rekening (bayar digital) - Website rumahzakat.org 	<ul style="list-style-type: none"> - Layanan kantor zakat - Layanan via transfer (bayar digital) - Layanan bayar zakat melalui unit pengumpul zakat (UPZ) muhammadiyah
<p>Kualitas Pelayanan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan jemput bola dilakukan dengan cepat melalui 3 orang fundraising - Donatur dapat berkonsultasi dengan mudah 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan jemput bola sedikit terlambat karena hanya dilakukan oleh 1 orang ziswaf <i>consultant</i> yang 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak terdapat pelayanan jemput bola, pengumpulan ZIS bisa dilakukan di kantor, lewat transfer, atau

	<p>melalui semua akun media sosial dan website LMI Kota Kediri</p> <p>- Terdapat transparasi donasi setiap bulannya di majalah LMI yang rutin diberikan ke semua donatur</p>	<p>merangkap fundraising</p> <p>- Donatur diarahkan untuk berkonsultasi hanya melalui via whatsapp dan website saja</p> <p>- Transparasi donasi hanya ditampilkan setiap tahun dan diunggah di website saja</p>	<p>dititipkan ke tim muhammadiyah</p> <p>- Donatur dapat berkonsultasi di kantor saja</p> <p>- Terdapat transparasi donasi setiap bulannya pada laporan penthasarufan yang diberikan ke semua donatur</p>
--	--	---	---

Sumber Data : Hasil observasi oleh peneliti, Data tahun 2024

Berdasarkan paparan data pada tabel 1.2, dapat diketahui bahwa dari segi kualitas pelayanan, LMI memiliki pelayanan yang lebih unggul dibandingkan Rumah Zakat dan LAZISMU. Hal ini dapat terlihat dari segi jumlah karyawan yang melayani donatur, adanya sistem jemput bola, kemudahan pembayaran, layanan konsultasi, serta adanya transparasi donasi sehingga donatur menjadi puas atas pelayanan yang diberikan oleh lembaga. Selain itu, Lembaga Amil Zakat LMI juga berhasil mengumpulkan donatur

rutin yang lebih banyak yaitu sejumlah 700 orang dibandingkan Rumah Zakat dan LAZISMU yang memiliki donatur rutin hanya sekitar 100 orang. Berdasarkan paparan data yang telah disebutkan, peneliti kemudian tertarik untuk melakukan penelitian di Lembaga Amil Zakat LMI Kota Kediri.

Sebagai gambaran awal, peneliti mengadakan observasi kepada 35 orang donatur rutin LMI menggunakan penyebaran angket mengenai lama bergabung donatur rutin di LMI Kota Kediri. Donatur rutin yang dimaksud pada penelitian ini adalah donatur yang secara akad mau menyalurkan donasinya setiap bulan. Berikut adalah paparan hasil observasi oleh peneliti:

Tabel 1.3

Lama Bergabung Donatur Rutin di LMI Kota Kediri

No.	Lama Bergabung Menjadi Donatur Rutin	Responden
1	2 bulan – 6 bulan	3
2	7 bulan - 12 bulan	2
3	1 tahun – 2 tahun	11
4	> 2 tahun	19
Total Jumlah Responden		35

Sumber: Data Diolah Peneliti, Juni 2024

Berdasarkan data yang dapat dilihat pada tabel 1.2, bahwa lama bergabung donatur rutin di LMI Kota Kediri yang paling mendominasi > 2 tahun yaitu sebanyak 19 orang. Kemudian disusul donatur yang berdonasi selama 1-2 tahun yaitu sebanyak 11 orang, lama bergabung 2 – 6 bulan

sebanyak 3 orang dan lama bergabung donatur 7 - 12 bulan sebanyak 2 orang. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa loyalitas donatur di LMI Kota Kediri baik. Loyalitas adalah komitmen seseorang untuk bertahan secara mendalam dan melakukan pembelian ulang produk atau jasa secara konsisten.¹¹ Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya donatur yang mau memberikan donasinya setiap bulan selama lebih dari 2 tahun menunjukkan adanya indikasi loyalitas donatur dan terjalinnya hubungan yang langgeng antara donatur dengan lembaga amil zakat LMI Kota Kediri.

Kemudian peneliti juga melakukan observasi awal pada 35 Donatur Rutin di LMI Kota Kediri melalui penyebaran angket tentang faktor apa yang membuat donatur rutin menjadi loyal atau setia memberikan donasinya pada satu lembaga yaitu Lembaga Amil Zakat LMI Kota Kediri. Peneliti menggunakan teori dalam buku Rambat Lupiyoadi yang berjudul Manajemen Pemasaran Jasa. Di dalam buku tersebut menyebutkan bahwa terdapat 4 faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yakni kualitas pelayanan atau jasa, kepuasan, pemasaran relasional dan hambatan pindah. Hasil dari penyebaran angket tersebut adalah sebagai berikut:

¹¹ Sangadji, Etta, M., & Sopiha. *Perilaku Konsumen* (Edisi 1). Penerbit ANDI. hal 99, 2013.

Tabel 1. 4**Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Donatur Rutin LMI Kota Kediri**

No	Faktor Loyalitas Donatur	Responden
1.	Kualitas Pelayanan atau Jasa	21
2.	Kepuasan	8
3.	Pemasaran Relasional	6
4.	Hambatan Pindah	0
Total Jumlah Responden		35

Sumber : Data diolah peneliti, Juni 2024

Kualitas pelayanan adalah faktor paling penting yang mempengaruhi loyalitas donatur rutin Lembaga Amil Zakat LMI Kota Kediri. Seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.3, jika dilihat dari jumlah responden terdapat 21 orang memilih kualitas pelayanan, 8 orang memilih kepuasan, 6 orang memilih pemasaran relasional dan tidak ada yang memilih hambatan pindah.

Dari hasil tanggapan para responden tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang ada di LMI Kota Kediri, maka dilakukan observasi awal melalui angket yang disebar kepada 35 responden yang merupakan donatur rutin LMI. Hasil dari penyebaran angket tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 5**Tabel Kualitas Pelayanan Lembaga LMI Kota Kediri**

Keterangan	Total	Prosentase
Sangat Baik	11	31%
Baik	24	69%
Cukup Baik	-	-
Kurang Baik	-	-
Tidak Baik	-	-
Jumlah	35	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, Juni 2024

Berdasarkan data pada tabel 1.4, diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga kepada donatur dengan kategori sangat baik yaitu sebanyak 31% sedangkan 69% sisanya menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan baik. Sedangkan untuk kategori yang lain tidak ada responden yang memilihnya. Berdasarkan hasil observasi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga LMI Kota Kediri termasuk kategori baik.

Sebuah lembaga dapat dikatakan memiliki kualitas pelayanan yang baik apabila lembaga tersebut mampu dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan donatur sehingga donatur menjadi puas dan ingin menyalurkan donasinya kembali kepada lembaga¹². Terdapat 5 dimensi utama dari kualitas pelayanan

¹² Tjiptono, F. Strategi Pemasaran (Edisi ke 4). Penerbit ANDI. hal 125, 2016

yang dapat mengukur apakah sebuah lembaga dapat dinyatakan memiliki kualitas pelayanan yang baik diantaranya yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati).¹³ Lembaga amil zakat LMI memiliki beberapa fasilitas yang disediakan seperti adanya kantor layanan zakat dan akses konsultasi melalui website maupun sosial media. Layanan konsultasi ini tentu saja sangat memudahkan donatur yang ingin mengetahui lebih dalam program apa saja yang dimiliki LMI Kota Kediri sehingga menarik minat donatur jika ingin berdonasi. Lembaga juga memiliki layanan berdonasi melalui transfer maupun jemput bola atau langsung datang ke rumah. Selain itu, karyawan LMI juga cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan serta tidak lupa melayani dengan sikap yang ramah kepada para donatur.

Berdasarkan hasil observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti, para donatur tertarik untuk menunaikan zakat maupun berdonasi di Lembaga Amil Zakat LMI karena kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga kepada para donatur. Peneliti tertarik untuk membuktikan apakah loyalitas donatur dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga tersebut atau tidak. Berdasarkan fenomena tersebut, Peneliti mengajukan penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Donatur Rutin Lembaga Amil Zakat LMI Kota Kediri “**.

¹³ Tjiptono, Fandy. Service, Quality, Dan Satisfaction. Edisi ke 2. Yogyakarta: ANDI. hal. 133, 2007.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan di Lembaga Amil Zakat LMI Kota Kediri?
2. Bagaimana Loyalitas Donatur Rutin di Lembaga Amil Zakat LMI Kota Kediri ?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Donatur Rutin di Lembaga Amil Zakat LMI Kota Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan di Lembaga Amil Zakat LMI Kota Kediri
2. Untuk mengetahui bagaimana loyalitas donatur rutin di Lembaga Amil Zakat LMI Kota Kediri
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas donatur rutin di Lembaga Amil Zakat LMI Kota Kediri

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menambah referensi dan wawasan ilmu pengetahuan khususnya terkait dengan pengelolaan Lembaga Amil Zakat (LAZ) terutama mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan terhadap loyalitas para donatur.

2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Lembaga Amil Zakat LMI Kota Kediri

Diharapkan melalui penelitian ini dapat berguna dalam hal membantu lembaga untuk meningkatkan pengelolaan terutama dari sisi donatur yaitu dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat mempertahankan loyalitas donatur.

b. Bagi Pembaca (Masyarakat)

Diharapkan masyarakat mendapatkan informasi dari penelitian ini terutama mengenai Lembaga Amil Zakat (LAZ) dan pengetahuan tentang bagaimana kualitas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas donatur sehingga bersedia untuk terus menyalurkan dana sosialnya melalui lembaga.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban atau perkiraan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya. Dengan adanya hipotesis, penelitian menjadi jelas arah pengujiannya dan menuntun peneliti ketika melakukan penelitian.¹⁴ Berdasarkan teori yang diungkapkan oleh Tjiptono yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Ho: Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas donatur
2. Ha: Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas donatur

¹⁴ Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Pustaka, hal 69, 2022.

F. Telaah Pustaka

1. Penelitian dengan judul Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Donatur (Studi Pada Donatur Rutin Yatim Mandiri Cabang Kediri), yang ditulis oleh Albi Fahrotun Nisa' mahasiswi IAIN Kediri (2020).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepuasan donatur (X) di cabang Kediri Yatim Mandiri termasuk dalam kategori cukup puas, dengan nilai rata-rata sebesar 75,15, yang berada di antara 73,16 dan 77,13, dan variabel loyalitas donatur (Y) di cabang Kediri Yatim Mandiri termasuk dalam kategori cukup setia, dengan nilai rata-rata sebesar 80,03, yang berada di antara 78,00 dan 82,00. Ada korelasi yang kuat antara variabel kepuasan (X) dan variabel loyalitas donatur (Y). Hasil perhitungan korelasi kepuasan dengan loyalitas donatur menunjukkan korelasi *pearson product moment* sebesar 0,725. Kemudian, dari hasil uji regresi linier sederhana, diperoleh persamaan regresi $Y = 25,965 + 0,719X$. Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, yaitu $10,248 \geq 1,98525$, dengan nilai sig $0,00 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan h_a diterima.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas donatur, sedangkan penelitian sebelumnya membahas tentang pengaruh kepuasan terhadap loyalitas donatur. Persamaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah keduanya membahas faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas donatur.

2. Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Donatur Tetap di Lembaga Kemanusiaan Nasional Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri oleh Ulim Baidhatul Maftukah mahasiswi IAIN Kediri (2019)

Hasil penelitian ini didasarkan pada analisis perhitungan tabel coefficient uji t variabel kualitas pelayanan (X1) dan uji t pemasaran relasional (X2). Dilihat bahwa Fhitung lebih besar dari Ftabel, H1 diterima, menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan pemasaran relasional terhadap loyalitas donatur tetap di LK Kotak Amal Indonesia Kediri, yang berarti bahwa kinerja karyawan meningkat atau lebih baik. Dari variabel kualitas pelayanan dan pemasaran relasional berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap loyalitas donatur tetap di LK Kotak Amal Indonesia Kediri.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel Y nya yaitu tentang loyalitas donatur. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu jika penelitian sebelumnya variabel X nya membahas tentang kualitas pelayanan dan pemasaran relasional sedangkan penelitian ini hanya membahas kualitas pelayanan saja.

3. Penelitian dengan judul Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Donatur Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) di Kota Bandar Lampung dalam Perspektif Ekonomi Islam Oleh Dani Kurniawan mahasiwa UIN Raden Intan Lampung (2022)

Menurut hasil penelitian ini, uji hipotesis (uji t) pada variabel strategi promosi terhadap loyalitas menghasilkan nilai t_{hitung} 6,307 dan nilai koefisien strategi promosi menunjukkan nilai positif, yang menunjukkan bahwa strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Selain itu, uji hipotesis (uji t) pada variabel kualitas pelayanan menghasilkan nilai t_{hitung} 5,009 dan nilai koefisien kualitas pelayanan menunjukkan nilai positif.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel Y nya yaitu tentang loyalitas donatur. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu jika penelitian sebelumnya variabel X nya membahas tentang strategi promosi dan kualitas pelayanan sedangkan penelitian ini hanya membahas kualitas pelayanan saja.

4. Penelitian dengan judul Pengaruh Kepuasan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim pada Toko Inten Desa Pagar Dewa Kecamatan Kalam Tengah Kabupaten Kleur Oleh Ogi Saputra Mahasiswa IAIN Bengkulu (2020)

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai sig 0,694 > 0,05 dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan sig 0,809 > 0,05 dari hasil uji t. Secara bersama-sama kepuasan dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dibuktikan dengan uji F dengan nilai sig 0,635 > 0,05.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel X nya yaitu kualitas pelayanan dan variabel Y nya loyalitas. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu oada objek penelitian ini adalah donatur sedangkan penelitian sebelumnya konsumen. Selain itu, pada penelitian sebelumnya variabel X nya membahas tentang kualitas pelayanan dan kepuasan sedangkan pada penelitian ini hanya kualitas pelayanan saja.

5. Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung oleh Ria Oktavia dalam Jurnal Manajemen Pemasaran (2019).

Hasil penelitian ini dapat diketahui nilai factor loading variabel kepuasan pelanggan menunjukkan angka yang cukup tinggi terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 0,70 dan nilai loading factor sebesar 0,574. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, diketahui nilai estimasi sebesar 0.060 menunjukkan hubungan yang lemah antara kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas nasabah karena kurang dari 0,5 sehingga hipotesis ditolak. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah namun kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel X nya yaitu kualitas pelayanan dan variabel Y nya loyalitas. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu

oada objek penelitian ini adalah donatur sedangkan penelitian sebelumnya nasabah. Selain itu, pada penelitian sebelumnya variabel X nya membahas tentang kualitas pelayanan dan kepuasan sedangkan pada penelitian ini hanya kualitas pelayanan saja.

6. Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Parepare Analisis Ekonomi Syariah oleh Intan Purnama Mahasiswi IAIN Parepare (2022).

Hasil penelitian ini menggunakan *one sampel t test* variabel kualitas pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $0,030 > 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel loyalitas pelanggan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,887 > 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji nilai koefisien korelasi 0,874 dengan signifikansi 0,000. Karena signifikansi $0,000 < 0,05$ maka terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan jasa dengan loyalitas pelanggan di kantor pos Parepare.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel X dan Y yaitu tentang kualitas pelayanan dan loyalitas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian sebelumnya menggunakan analisis ekonomi syariah sedangkan penelitian ini hanya membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas saja.