

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. LANDASAN TEORI

1. Teori Perilaku Terencana (*Theory Of Planned Behaviour*)

Theory of planned behavior (teori perilaku terencana) merupakan pengembangan dari teori sebelumnya yaitu *theory of reasoned action* (teori tindakan beralasan) yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein.

Dalam *Theory of planned behavior* (teori perilaku terencana) menerangkan bahwa perilaku seseorang akan muncul karena adanya niat untuk berperilaku. *Theory of planned behavior* dikhususkan pada perilaku spesifik seseorang dan untuk semua perilaku secara umum. Minat seseorang untuk berperilaku dapat di pengaruhi oleh tiga hal yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subyektif (*subjective norm*), dan persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*).²⁵

- a. *Attitude toward the behavior* merupakan keseluruhan evaluasi seseorang mengenai positif atau negatifnya untuk menampilkan suatu perilaku tertentu.
- b. *Subjective norm* merupakan kepercayaan seseorang mengenai tuntutan dari orang lain yang dianggap penting baginya untuk bersedia menampilkan atau tidak menampilkan suatu perilaku tertentu sesuai dengan tuntutan.

²⁵Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: ANDI, 2007), hlm. 36

- c. *Perceived behavioral control* adalah persepsi seseorang tentang kemampuannya untuk menampilkan suatu perilaku tertentu.

Theory of Planned Behaviour (TPB) merupakan salah satu model yang dapat digunakan untuk menilai perilaku seseorang, dan teori ini telah diakui sebagai model terbaik untuk memahami perubahan perilaku dan telah dibuktikan sesuai untuk menilai perilaku loyalitas. Oleh karena itu model *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang di gagas oleh Azjen digunakan untuk mengeksplorasi perilaku terencana. Penelitian ini mengenai Pengaruh Kepuasan Muzakki, Akuntabilitas, dan Transparansi terhadap Loyalitas Muzakki dalam *Theory of planned behavior* (TPB). Dimana norma subjektif tercermin melalui variable kepuasan muzakki, akuntabilitas, dan transparansi, sedangkan kontrol perilaku tercermin melalui variable Loyalitas Muzakki.

2. Zakat

a. Definisi Zakat

Zakat merupakan salah satu dari rukun Islam. Sehingga zakat secara normatif merupakan suatu kewajiban mutlak yang dimiliki oleh setiap orang muslim. Oleh sebab itu, zakat menjadi salah satu landasan keimanan seorang muslim, dan zakat juga dapat dijadikan sebagai indikator kualitas keislaman yang merupakan bentuk komitmen solidaritas seorang muslim dengan sesama muslim yang lain.

Zakat adalah salah satu pilar penting dalam ajaran Islam. Secara Etimologi, Zakat memiliki arti berkembang (*an-namaa*), mensucikan (*at thaharatu*) dan berkah (*al-barakatu*). Sedangkan secara Terminologi, zakat

mempunyai arti mengeluarkan sebagian harta dengan persyaratan tertentu untuk diberikan pada kelompok tertentu (mustahik) dengan persyaratan tertentu pula.²⁶

Dalam pengertian istilah *syara'*, zakat mempunyai banyak pemahaman diantaranya. Wahab Zauhaili dalam karyanya *al-fiqih al-islami wa adillatuhu*, mendefinisikan dari 4 mazhab, yaitu :²⁷

- 1) Mazhab Maliki, zakat adalah mengeluarkan sebagian yang tertentu dari harta yang tertentu pula yang sudah mencapai nishab (batas jumlah yang mewajibkan zakat) kepada yang berhak menerimanya, maka kepemilikan itu penuh dan sudah mencapai haul (setahun) selain barang tambang dan pertanian.
- 2) Mazhab Hanafi mendefinisikan zakat adalah menjadikan kadar tertentu dari harta tertentu pula sebagai hak milik, yang sudah ditentukan oleh pembuat syari'at semata-mata karena Allah SWT.
- 3) Menurut Mazhab Syafi'i, zakat adalah nama kadar yang dikeluarkan dari harta atau benda dengan cara-cara tertentu.
- 4) Mazhab Hambali, zakat adalah sebagai hak (kadar tertentu) yang diwajibkan untuk dikeluarkan dari harta tertentu untuk golongan yang tertentu dalam waktu tertentu pula.

²⁶Asminar, *Pengaruh Pemahaman, Transparansi dan Peran Pemerintah terhadap Motivasi dan Keputusan membayar zakat pada BAZNAS kota Binjai*. At-Tawwasuth. Vol 3, 2017. Hlm. 264.

²⁷Dania, *Pengaruh Religiusitas muzakki, Akuntabilitas dan Kredibilitas Lembaga Amil Zakat terhadap keputusan membayar zakat di Lembaga Amil Zakat*". Yogyakarta : UII Yogyakarta, 2018. Hlm. 14.

b. Landasan dan Hukum Zakat

Terdapat banyak dalil-dalil Al-Qur'an dan hadits yang menjelaskan tentang kewajiban berzakat diantaranya adalah :

قِيَمُونَ وَيُؤْتُونَ بِالْمَعْرُوفِ يَأْمُرُونَ بِغَيْرِ أُولِيَاءَ بَعْضُهُمْ وَالْمُؤْمِنَاتُ وَالْمُؤْمِنُونَ
حَكِيمٌ عَزِيزٌ إِنَّ اللَّهَ سَيَرْحَمُهُمْ لِيَنَّكَ أَوْ وَرَسُولُهُ اللَّهُ وَيُطِيعُونَ الزَّكَاةَ وَيُؤْتُونَ الصَّلَاةَ

Artinya : Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka taat pada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana (QS. At-Taubah (9) : 71).²⁸

Menurut Tafsir Al-Mukhtashar / Markaz Tafsir Riyadh, di bawah pengawasan Syaikh Dr. Shalih bin Abdullah bin Humaid (Imam Masjidil Haram). Orang-orang mukmin, laki-laki maupun perempuan, yang beriman kepada Allah dan RasulNya, sebagian mereka merupakan penolong bagi sebagian yang lain. Mereka memerintahkan manusia untuk beriman dan mengerjakan amal shalih serta melarang mereka dari perbuatan kafir dan maksiat-maksiat, menjalankan shalat, memberikan zakat, taat kepada Allah dan Rasul-Nya dan mereka menghindar dari perkataan yang mereka dilarang melakukannya. Mereka itu akan di rahmati oleh Allah, lalu dia akan menyelamatkan mereka dari siksaNya dan memasukan mereka ke dalam surga-Nya, sesungguhnya Allah Maha perkasa dalam kerajaan-Nya lagi Maha Bijaksana dalam penetapan ajaran-ajaran syariat dan hukum-hukum-Nya.²⁹

²⁸QS. At-Taubah : 71. Diakses diReferensi: <https://tafsirweb.com/3087-quran-surat-at-taubah-ayat-71.html> pada 30 Mei 2020 di Palembang.

²⁹QS. At-Taubah : 71. Diakses diReferensi: <https://tafsirweb.com/3087-quran-surat-at-taubah-ayat-71.html> pada 30 Mei 2020 di Palembang.

Hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Umar ra. Bahwasannya Rasulullah SAW bersabda :

“Aku diperintahkan untuk memerangi manusia hingga mereka bersaksi bahwa tidak ada ilah selain Allah dan bahwa Muhammad adalah Rasulullah, menegakkan shalat, menunaikan zakat. Jika mereka melakukan hal itu maka darah dan harta mereka akan dilindungi kecuali dengan hak Islam dan perhitungan mereka ada pada Allah ta’ala.”(Riwayat Bukhari dan Muslim).³⁰

3. Kepuasan Muzakki

Menurut Tjiptono (2004) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja produk aktual yang dirasakan setelah memakainya.³¹

Sedangkan menurut Zeithaml, Bitner dan Dwayne (2009) adalah penilaian pelanggan atas produk atau jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.³² Menurut Kottler dan Keller kepuasan didefinisikan sebagai perasaan pelanggan yang puas atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) dengan ekspektasi pelanggan. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan tidak akan puas. Hal sebaliknya akan terjadi, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang

³⁰Romadona Adawiyah, *Pengaruh Pengelolaan dan Pendayagunaan Zakat Produktif terhadap Pemberdayaan Mustahiq di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Selatan*. Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang (tidak diterbitkan). Hlm. 17.

³¹ Tjiptono, *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi Edisi Kedua: Yogyakarta. 2004. Hlm. 146.

³² Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner dan Dwayne D. Gremler, *Services Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm (5 th ed)*. New York: McGraw-Hill. 2009. Hlm. 104.

dihasilkan dari perbandingan *performance* melebihi ekspektasi, maka pelanggan merasa sangat puas.³³

Menurut teori Kottler dalam jurnal Suwardi (2011), menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator Kepuasan konsumen dapat dilihat dari :

1. *Re-purchase* : membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
2. Menciptakan *Word-of-Mouth* : Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
3. Menciptakan Citra Merek : Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
4. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama : Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

4. Akuntabilitas

Akuntabilitas publik diperlukan bagi aparat pemerintah untuk dapat menjawab tindakan mereka dan responsif terhadap entitas dari otoritas yang telah mereka jalankan (ADB, 1995). Akuntabilitas sendiri menurut UU KIP adalah kejelasan fungsi, pelaksanaan, dan pertanggungjawaban secara organ perusahaan secara transparansi sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif. Dengan kata lain akuntabilitas adalah bentuk tanggungjawab suatu entitas atas suatu otoritas yang diberikan.

³³ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management (13th ed)*. New Jersey: Upper Saddle River. 2009. Hlm. 164.

Krina (2003) menyimpulkan bahwa akuntabilitas berhubungan dengan kewajiban dari institusi pemerintahan maupun aparat yang bekerja didalamnya untuk membuat kebijakan ataupun aksi yang sesuai dengan nilai yang berlaku atau yang dibutuhkan masyarakat. Akuntabilitas publik menuntut adanya pembatasan tugas yang jelas dan efisien dari aparat birokrasi. Prinsip ini menunjukkan ukuran seberapa besar tingkat penyelenggaraan pelayanan publik dengan ukuran nilai-nilai atau norma-norma eksternal yang dimiliki oleh stakeholder yang berkepentingan pada pelayanan tersebut.³⁴

Indikator akuntabilitas digunakan sebagai alat ukur berdasarkan akuntabilitas. Penetapan alat ukur digunakan untuk membandingkan dan menilai kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan sesuai dengan rencana, pedoman dan peraturan Usaha untuk membuat para aparat pemerintahan mampu bertanggungjawab untuk setiap perilaku pemerintah dan responsive pada identitas dimana mereka memperoleh kewenangan.

Adapun indikator Akuntabilitas menurut Loina Lalolo Krina P (2003) dibagi menjadi lima yaitu:³⁵

- a. Proses pembuatan sebuah keputusan yang dibuat secara tertulis, tersedia bagi warga yang membutuhkan, dengan setiap keputusan yang diambil

³⁴Aizalia Taraferuatie Taufik, *Pengaruh kualitas layanan dan akuntabilitas pengelolaan dana zakat pada lembaga amil zakat terhadap loyalitas muzakki*. Hlm 5

³⁵ Loina Lalolo Krina P, *Indikator & Alat Ukur Prinsip Akuntabilitas, Transparansi & Partisipasi*. Jakarta: Sekretariat Good Public Governance Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. 2003.

sudah memenuhi standar etika dan nilai-nilai yang berlaku, dan sesuai dengan prinsip-prinsip administrasi yang benar.

- b. Akurasi dan kelengkapan informasi yang berhubungan dengan cara-cara mencapai sasaran suatu program.
- c. Kejelasan dan sasaran kebijakannya yang telah diambil dan dikomunikasikan.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa akuntabilitas adalah kemampuan seseorang untuk memperjelaskan, mempertanggungjawabkan dan dapat dipersalahkan atas semua hasil pekerjaan yang ditanggungkan kepadanya. Bagus atau buruknya hasil pekerjaan yang telah diselesaikan seseorang, jika ia mampu menjelaskan, mempertanggungjawabkan dan dapat disalahkan maka pekerja tersebut telah bersikap akuntabel.

5. Transparansi

Transparansi menurut KNKG (2006), merupakan kondisi dimana lembaga menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Sedangkan menurut NCG (National Committee on Governance) dalam Sri Fadilah, 2012, para pengelola wajib menjalankan prinsip keterbukaan dalam proses keputusan dalam menyampaikan informasi. Keterbukaan dalam menyampaikan informasi maksudnya adalah bahwa informasi yang disampaikan harus lengkap, benar dan tepat waktu kepada semua pihak pemangku

kepentingan.³⁶Transparansi dapat diukur dengan beberapa indikator. Menurut Nico Ardianto (2007), Indikator transparansi yaitu:³⁷

1. Ada tidaknya kerangka kerja hukum bagi transparansi
 - 1) Adanya peraturan perundang-undangan yang mengatur persoalan transparansi. Adanya kerangka kerja hukum yang memberi definisi yang jelas tentang peran dan tanggung jawab bagi semua aspek kunci dari manajemen fiskal.
 - 2) Adanya basis legal untuk pajak.
 - 3) Adanya basis legal untuk pertanggungjawaban belanja dan kekuasaan memungut pajak dari pemerintah daerah.
 - 4) Adanya pembagian peran dan tanggung jawab yang jelas dari masing-masing tingkatan pemerintahan.
2. Adanya akses masyarakat terhadap transparansi anggaran.
 - 1) Adanya keterbukaan dalam kerangka kerja anggaran (proses penganggaran).
 - 2) Diumumkannya setiap kebijakan anggaran.
 - 3) Dipublikasikannya hasil laporan anggaran (yang telah diaudit oleh lembaga yang berwenang [BPK RI])

³⁶Indri Yuliafitri dan Asma Nur Khoiriyah jurnal yang berjudul, “pengaruh kepuasan muzakki, transparansi, dan akuntabilitas pada lembaga amil zakat terhadap loyalitas muzakki”(studi persepsi pada LAZ Rumah Zakat)

³⁷ Nico Ardianto, *Good e-Government: Transparansi dan Akuntabilitas Publik Melalui e-Government*.2007.Malang: Bayumedia Publishing. Hlm. 21

- 4) Adanya dokumentasi anggaran yang baik yang mengandung beberapa indikasi fiskal.
 - 5) Terbukannya informasi tentang pembelanjaan aktual.
3. Adanya audit yang independen dan efektif.
 - 1) Adanya lembaga audit yang independen dan efektif.
 - 2) Adanya kantor statistik yang akurasi datanya berkualitas.
 - 3) Adanya sistem peringatan dini (*early warning system*) dalam kasus buruknya eksekusi atau keputusan anggaran.
 4. Adanya keterlibatan masyarakat dalam pembuatan keputusan anggaran.
 - 1) Adanya keterbukaan informasi selama proses penyusunan anggaran.
 - 2) Adanya kesempatan bagi masyarakat sipil untuk berpartisipasi dalam proses penganggaran.

Jika dilihat dari definisi dan kriteria, tidak ada kriteria yang jelas mengenai seperti apa bentuk laporan keuangan itu sehingga sebuah laporan keuangan dapat disebut sebagai laporan keuangan yang transparan. Definisi dan kriteria tersebut hanya mencakup transparansi dalam pengelolaan keuangan, bukan laporan keuangan. Laporan keuangan memang merupakan salah satu hasil dari transparansi dan akuntabilitas keuangan publik. Hal ini berarti laporan keuangan yang disusun pun harus memenuhi syarat transparansi.³⁸

³⁸ Annisa Ningrum, *Akuntabilitas dan Transparansi Dalam Laporan Keuangan?*, <http://annisaningrum.blogspot.co.id/2010/07/akuntabilitas-dan-transparansi-dalam.html>, diakses pada 21 Februari 2016. 10 Hery, *Teori Akuntansi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009). Hlm. 114.

6. Loyalitas Muzakki

Menurut Kotler dan Keller (2016) definisi dari loyalitas pelanggan adalah bahwa loyalitas adalah Komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau lebih suka produk atau layanan di masa depan meskipun ada pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku.

Definisi tersebut sejalan dengan definisi loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh Yi dalam jurnal Iddrisu, Nooni, Fianko dan Mensah (2015)

Loyalitas pelanggan dapat didefinisikan dengan dua cara berbeda. Pertama, kesetiaan adalah sikap. Perasaan yang berbeda menciptakan keterikatan keseluruhan individu terhadap suatu produk, layanan, atau organisasi. Perasaan ini menentukan tingkat loyalitas individu (murni kognitif). Definisi kedua tentang kesetiaan adalah perilaku. Contoh perilaku loyalitas termasuk terus membeli layanan dari pemasok yang sama, meningkatkan skala dan atau ruang lingkup hubungan, atau tindakan rekomendasi.

Menurut griffin (2005) loyalitas pelanggan tampaknya merupakan ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan keuangan. Berbeda dari kepuasan, yang merupakan sikap, loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli.³⁹

³⁹ Griffin R. W, *Management Jilid 1*. Erlangga : Jakarta. 2003. Hlm. 31.

Menurut griffin (2005) indikator loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:⁴⁰

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur.

Pelanggan yang loyal adalah mereka yang melakukan pembelian barang ataupun jasa secara teratur bahkan mereka akan tetap membeli meskipun harganya mengalami kenaikan.

2. Membeli antar lini produk dan jasa.

Pelanggan yang loyal bukan hanya membeli satu jenis produk atau jasa saja dari sebuah perusahaan , melainkan mereka juga membeli produk ataupun jasa tambahan yang disediakan oleh perusahaan tersebut.

3. Mereferensikan kepada orang lain.

Pelanggan yang loyal selalu ingin mereferensikan suatu produk atau jasa yang digunakannya kepada orang lain, baik kepada teman maupun saudara. Mereka selalu berusaha mempengaruhi orang lain untuk menggunakan produk atau jasa yang sama dengan selalu menceritakan kelebihan produk atau jasa yang dia gunakan sampai orang tersebut mencoba menggunakannya.

4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Para pelanggan yang loyal selalu menolak apabila ditawari produk atau jasa dari perusahaan lain (pesaing). Mereka sudah memiliki kecintaan tersendiri terhadap produk atau jasa yang telah digunakan.

⁴⁰Ibid., Hlm. 31

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu diambil dari jurnal dan skripsi yang berhubungan dengan variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Yuliafitri dan Khoiriyah (2016)	Pengaruh kepuasan muzakki, transparansi, dan akuntabilitas lembaga amil zakat terhadap loyalitas muzakki. (Studi persepsi pada LAZ Rumah Zakat)	1. Kepuasan muzakki dan Transparaansi berpengaruh positif terhadap Loyalitas 2. Akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Muzakki
2	Nusantara (2015)	<i>The Relationships among service Quality, Customer Satisfaction, and Costumer Loyalty in Library Service</i>	Kepuasan berpengaruh positif terhadap Loyalitas
3	Nur Hayati (2017)	Transparasi Informasi dan Kepuasan terhadap Loyalitas Muzakki (Studi pada Muzakki di LAZIS UNS)	Kepuasan dan Transparansi berpengaruh positif terhadap Loyalitas
4	Rahmawati (2018)	Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Komitmen terhadap Loyalitas Muzakki di Baznas Mojokerto.	Kepuasan berpengaruh negatif terhadap Loyalitas muzakki
5	Hasnah (2013)	<i>Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas muzakki</i>	1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas. 2. Kepuasan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas muzakki
6	Inayah dan Muanisah (2018)	<i>Hubungan Kepercayaan, Transparansi, dan</i>	1. Akuntabilitas tidak berpengaruh

		<i>Akuntansi Terhadap Loyalitas Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (Studi Kasus di Kecamatan Tegalsari Banyuwangi).</i>	terhadap Loyalitas Muzakki 2. Transparansi berpengaruh positif terhadap Loyalitas Muzakki
7	Putri (2019)	<i>Pengaruh Akuntabilitas, Transaparansi dan Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat terhadap Loyyalitas Muzakki dalam Membayar Zakat Melalui Lemabga Amil Zakat (Studi Kasus di LAZ INSIATIF ZAKAAT INDONESIA Cabang D.I.Y).</i>	1. Akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Muzakki 2. Transparansi tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Muzakki

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber (2020)

C. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Kepuasan Muzakki terhadap Loyalitas Muzakki

Dalam *Theory of planned behavior* (teori perilaku terencana) Menerangkan bahwa perilaku seseorang akan muncul karena adanya niat untuk berperilaku. *Theory of planned behavior* dikhususkan pada perilaku spesifik seseorang dan untuk semua perilaku secara umum. Minat seseorang untuk berperilaku dapat di pengaruhi oleh tiga hal yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subyektif

(*subjective norm*), dan persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*).⁴¹

Teori ini bertujuan untuk menilai perilaku seseorang, dan teori ini telah diakui sebagai model terbaik untuk memahami perubahan perilaku dan telah di buktikan sesuai untuk menilai perilaku loyalitas. Dalam hal kepuasan muzakki penilaian muzakki atas rasa puas atau kecewa dalam menilai apakah produk atau jasa yang diberikan Baznas Kabupaten Ogan Komering Ilir sesuai dengan yang diharapkan. Membayar zakat ditempat yang sama adalah karena adanya faktor kepuasan atas kinerja lembaga amil zakat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi muzakki oleh karena itu kepuasan akan menimbulkan loyalitas muzakki.

Hal tersebut di dukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh oleh Yuliafitri dan Khoiriyah (2016)⁴² menunjukkan bahwa kepuasan muzakki berpengaruh positif terhadap loyalitas muzakki. Hasil penelitian Nusantara (2015)⁴³Nur Hayati (2017)⁴⁴ menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Kepuasan Muzakki berpengaruh positif terhadap Loyalitas Muzakki

⁴¹Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: ANDI, 2007), hlm. 36

⁴²Yuliafitri dan Asma Nur Khoiriyah, *Op. Cit.*, Hlm. 205

⁴³Pribanus Nusantara, *Op. Cit.*, Hlm. 264.

⁴⁴Nur Hayati, *Op. Cit.*, Hlm. 64.

2. Pengaruh Akuntabilitas terhadap Loyalitas Muzakki

Theory of Planned Behaviour(TPB) merupakan salah satu model yang dapat digunakan untuk menilai perilaku seseorang, dan teori ini telah diakui sebagai model terbaik untuk memahami perubahan perilaku dan telah dibuktikan sesuai untuk menilai perilaku loyalitas. Oleh karena itu model *Theory of Planned* (TPB) minat seseorang untuk berperilaku dapat dipengaruhi oleh yaitu subjective norma merupakan kepercayaan seseorang mengenai tuntutan dari orang lain yang di anggap penting baginya untuk bersedia menampilkan atau tidak menampilkan suatu perilaku tertentu sesuai dengan tuntutan.

Berdasarkan teori *Theori of Planned Behaviour* (TBP) minat seseorang untuk berperilaku dapat dipengaruhi oleh subjective norma kepercayaan seseorang mengenai tuntutan dari orang lain yang di anggap penting. Dalam rangka memberikan kemanfaatan untuk kepentingan umat, BAZNAS berupaya untuk memberikan jasa layanan di bidang kemanusiaan dan sosial seperti penghimpunan, pengelolaan, dan penyaluran dana BAZNAS. Salah satu bentuk pelayanan yang diberikan BAZNAS adalah dengan memberikan informasi kepada publik termasuk muzakki. Informasi bisa diungkapkan melalui laporan keuangan yang telah di Audit.

Selain tersebut didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hasil penelitian yang dilakukan oleh Farhati (2019)⁴⁵ Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap Loyalitas. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H2 : Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap Loyalitas Muzakki.

3. Pengaruh Transparansi terhadap Loyalitas Muzakki

Dalam *Theory of planned behavior* dikhususkan pada perilaku spesifik seseorang dan untuk semua perilaku secara umum. Minat seseorang untuk berperilaku dapat di pengaruhi oleh tiga hal yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subyektif (*subjective norm*), dan persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*).⁴⁶

Berdasarkan teori *Theori of Planned Behaviour* (TBP) minat seorang berperilaku yaitu Subjective norm merupakan kepercayaan seseorang mengenai tuntutan dari orang lain yang dianggap penting baginya untuk bersedia menampilkan atau tidak menampilkan suatu perilaku tertentu sesuai dengan tuntutan. Transparansi merupakan suatu keterbukaan dalam melakukan kegiatan di dalam perusahaan, dengan ditetapkannya transparansi lembaga diwajibkan mengungkapkan informasi secara relevan, akurat, informasi dapat di akses dengan mudah tentunya diiringi kebenaran informasi serta keadaan yang sebenarnya terjadi.

⁴⁵Nur Hayati, *Transparasi Informasi dan Kepuasan terhadap Loyalitas Muzakki (Studi pada Muzakki di LAZIS UNS)*. Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta. Hlm. 64.

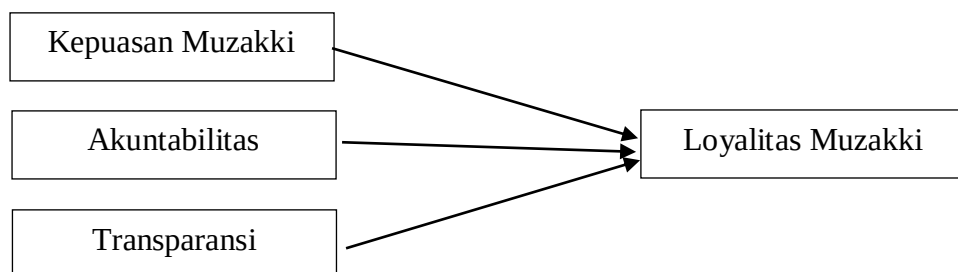
⁴⁶Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: ANDI, 2007), hlm. 36

Dengan demikian jika transparansi informasi keuangan berkembang maka loyalitas muzakki semakin tinggi, harapan muzakki dipengaruhi oleh pengalaman menyalurkan dana zakatnya melalui Baznas Ogan Komering Ilir apabila lembaga Amil Zakat menerapkan prinsip ini maka lembaga tersebut akan memberikan pelayanan yang baik dan juga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sehingga menimbulkan rasa percaya muzakki terhadap Lembaga Amil Zakat, disebabkan karena adanya rasa puas dan yakin atas layanan yang diberikan oleh lembaga tersebut.

Selain itu di dukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliafitri danKhoiriyah (2016)⁴⁷, Nur Hayati (2017), Inayah dan Muanisah (2018)⁴⁸ yang menyatakan bahwa transparansi berpengaruh positif terhadap loyalitas. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3 : Transparansi berpengaruh positif terhadap Loyalitas Muzakki.

D. Kerangka Pemikiran



Sumber : *Dibuat Oleh Peneliti (2020)*

⁴⁷Yuliafitri dan Asma Nur Khoiriyah, *Op. Cit.*, Hlm. 205

⁴⁸Nurul Inayah dan Zahrotul Muanisah, *Op. Cit.*, Hlm. 17.