

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Daarut Tauhid

1. Sejarah Singkat Daarut Tauhid Peduli

Darut Tauhid Peduli merupakan lembaga nirlaba yang bergerak di bidang pengelolaan dana zakat, infaq, sedekah dan waqaf. Darut tauhid Peduli didirikan oleh KH, Abdullah Gymnastiar pada tanggal 16 Juni 1999. Prioritas utama Darut Tuhid Peduli adalah untuk meningkatkan ekonomi dan pembelajaran bagi masyarakat sehingga dapat mewujudkan kemandirian masyarakat secara bersama-sama.

Pada tahun 2002 DT Peuli dikukuhkan sebagai Lembaga Amil Zakat Daerah Jawa Barat oleh Gubernur Jawa Barat pada tanggal 19 Agustus 2002. Kemudian di tetapkan menjadi Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) sesuai dengan SK Menteri Agama RI no. 257 tahun 2016 pada tanggal 11 Juni 2016.

DT Peduli memiliki kantor pusat yang beralamat di Jl. Lestari No 4 Sukasari, Bandung serta memiliki beberapa cabang kantor perwakilan yaitu Jawa Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, DIY Yogyakarta, Jawa Timur, Lampung, Sumatera Selatan, Banten, Kepulauan Riau, Jambi, Kalimantan Selatan, Nanggroe Aceh Darussalam, Sumatera Utara, dan Australia. Darut Tauhid Peduli juga kantor pelaksanaan program, yaitu Bekasi, Bogor, Cirebon, Garut, Karawang, Kuningan, Priangan Timur, Sukabumi, Cipaku, Solo, Metro Lampung, Lubuk Linggau dan Surabaya.

Darut Tauhid telah mempunyai legal formal Yaitu :

SK MENTERI AGAMA RI No.257 Thn 2016, Tentang Legalitas DPU DT Peduli sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) AKTA NOTARIS WIRATNI AHMADI,SH NO. 08, Tanggal 04 September 1990 BERITA NEGARA RI NO. 102, Tanggal 21 Desember 2004 KEMENKUMHAM RI NO. AHU-AH,01.06-0010422, Tanggal 07 Agustus 20018

a. Darut Tauhid Peduli Sumatera Utara

Darut Tauhid Peduli cabang Sumatera Utara terletak di kota Medan dan didirikan pada tanggal 13 Febbruari 2018 pertama kali anggota Darut Tauhid Peduli Medan hanya beranggotakan 3 orang dan dipimpin oleh Sutrisno sebagai kepala cabang pertama. Setelah dua tahun, posisi kepala cabang mengalami perubahan dan saat ini Darut Tauhid Peduli Medan memiliki 13 orang karyawan. 10 orang berada di kota Medan dan 3 orang menjadi wakil untuk unit Program Darut Tauhid Peduli di kota Pematang Siantar yaitu RPY (Rumah Yatim Peduli).

2. Visi dan Misi Darut Tauhid Peduli

a. Visi Darut Tauhid Peduli

Visi dari Darut Tauhid Peduli yaitu menjadi Model Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) yang amanah, profesional, akuntabel, dan terkemuka dengan daerah operasional yang merata.

b. Misi Darut Tauhid

Misi dari Darut Tauhid Peduli Yaitu mengoptimalkan potensi umat melalui Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) dan memberdayakan masyarakat

dalam bidang ekonomi, pendidikan, dakwah, dan sosial menuju masyarakat mandiri.

3. Logo LAZ DT Peduli

Gambar 4.1
Logo LAZ DT Peduli



Logo baru yang digunakan oleh Dt Peduli menampilkan bentuk Logotype bertuliskan nama lembaga yaitu Dt Peduli. Pada kata “dt” yang merupakan singkatan dari Daarut Tauhid terdapat aksesoris bentuk uluran tangan pada pemisah kedua huruf tersebut, uluran tangan dapat diartikan sebagai bantuan, kasih sayang, dan juga harapan. Dt Peduli ingin memberikan kesan sebagai lembaga amil zakat yang penuh dengan kasih sayang dan juga memberi harapan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Terdapat dua warna yang terkandung dalam logo Dt Peduli, yaitu warna orange dan juga biru. Warna orange melambangkan kehangatan, harapan dari energi. Sedangkan warna biru melambangkan profesional, ketenangan dan kenyamanan. Dt Peduli sebagai lembaga amal zakat ingin memberikan kesan sebagai lembaga yang profesional, dan juga memberikan kenyamanan bagi para donatur. Dt Peduli juga ingin memberikan kesan kehangatan dan memberikan harapan dan semangat bagi para penerima zakat.

Dt peduli menggunakan tipografi yang cenderung melengkung. Lengkungan dapat melambangkan keluwesan, ramah, dan sosial. Dt Peduli sebagai lembaga amil zakat ingin memberikan kesan yang tidak kaku pada masyarakat, keramahan, dan bersosial. Seperti pada tujuan barunya yaitu memberikan kebermanfaatan sebanyak-banyaknya dan seluas-luasnya tidak memandang dari segi suku, ras dan agama.

4. Program-Program Darut Tauhid

Secara garis besar, program-program penyaluran dan pemberdayaan dana zakat, infaq, sedekah dan waqaf Darut Tauhid terbagi dalam lima pilar, yaitu pilar pendidikan, pilar sosial (keanusiaan), pilar kesehatan, pilar ekonomi, dan pilar dakwah.

Kelima pilar diatas, diimplementasiikan dengan program-program sebagai berikut :

a. Pilar pendidikan

Pilar pendidikan adalah program dalam bidang pendidikan yang disalurkan kepada pelajar dari keluarga yang kurang mampu dan untuk memudahkan akses ilmu agama Islam sehingga terciptanya masyarakat madani. Beberapa programnya yaitu :

1) Baitul Qur'an

Baitul Qur'an merupakan program pemberian biaya *tahfidz al-qur'an* dan biaya asrama bagi peserta didik yang kurang mampu dan memmiliki kapasitas menghafal qur'an dengan baik.

2) Orang Tua Asuh

Orang Tua Asuh merupakan program pengasuhan atau bimbingan terhadap anak yatim, piatu, yatim piatu atau dhuafa.

3) Adzkia Islamic School (AIS)

Adzkia Islamic School (AIS) merupakan program bidang pendidikan berupa beasiswa untuk pelajar yang putus sekolah atau tidak mampu secara ekonomi.

4) Tebar Qur'an Ke Pelosok Negeri

Tebar Qur'an Ke Pelosok Negeri adalah program kebaikan dengan membagikan Al-Qur'an ke Masjid, Mushalah, Suaru, dan Pesantren di pelosok negeri.

b. Pilar Sosial (kemanusiaan)

Pilar sosial (kemanusiaan) adalah program tanggap bencana di wilayah bencana berupa bantuan bencana lokal maupun nasional, pembangunan fasilitas umum, dan fasilitas sosial di wilayah terdampak bencana,, *recovery* daerah dampak bencana,, serta pembangunan hunian untuk para korban terdampak bencana, beberapa programnya yaitu :

1) Peduli Banjir

Peduli Banjir adalah program bantuan untuk korban bencana banjir yang terjadi di berbagai kota.

2) Peduli Yatim Palestina

Peduli Yatim Palestina adalah program penyaluran bantuan untuk anak-anak yatim dan fakir di Palestina.

3) Indonesia Bebas Asap

Indonesia Bebas Asap adalah program mendukung dalam mengatasi kebakaran hutan dan kabut asap seperti yang terjadi di Riau.

4) Dapur Umum Untuk Gaza

Dapur Umum Untuk Gaza merupakan program bantuan berupa pangan untuk Gaza, salah satu daerah konflik yang paling banyak mengalami krisis kemanusiaan.

5) Qurban Peduli Negeri

Qurban Peduli Negeri merupakan program penyembelihan dan pendistribusian daging qurban ke pelosok negeri sesuai dengan tuntunan syariah.

c. Pilar Kesehatan

Pilar kesehatan adalah program edukasi tentang kesehatan dan bantuan penanganan bagi masyarakat kurang mampu untuk pengobatan, baik dalam bentuk pemberian bantuan obat, biaya perawatan, penanganan administratif, ataupun rumah singgah untuk keluarga pasien saat menemani. Beberapa program nya yaitu:

1) Gerakan Aksi Peduli Dampak Covid 19

Gerakan Aksi Peduli Dampak Covid 19 merupakan program bantuan untuk korban dan membantu tenaga medis dalam melawan covid 19.

2) Cek Kesehatan Garis

Cek Kesehatan Garis merupakan program kesehatan untuk masyarakat pelosok dan kurang mampu.

3) Indonesia Darurat Kekeringan

Indonesia Darurat Kekeringan merupakan program membantu daerah yang mengalami kekeringan dan krisis air.

d. Pilar Ekonomi

Pilar ekonomi adalah program pemberdayaan SDA dan SDM dalam rangka menciptakan dan mengembangkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, seperti pemberian edukasi, pelatihan, pembinaan, pendampingan, pemberian modal dan pemasarannya. Beberapa programnya yaitu:

1) Ekonomi Tangguh

Ekonomi tangguh adalah program pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan dana zakat untuk mewujudkan keberdayaan mustahik meliputi : pertanian, peternakan, keterampilan, wirausaha, pendampingan, dan penyaluran usaha *micro finance*.

2) Petani Tangguh

Petani tangguh adalah program bantuan modal melalui pendayagunaan dana zakat untuk para petani kecil di pedesaan.

e. Pilar Dakwah

Pilar Dakwah adalah program dan aktivitas menyampaikan ajaran agama Islam yang besar, menyuruh untuk berbuat kebaikan dan menjauhi perbuatan munkar. Beberapa programnya yaitu :

1) Kajian Online

Kajian Online adalah program menyebarkan dakwah yang dapat dilihat dan didengar secara online.

2) Tabligh Akbar

Tabligh Akbar adalah acara pengajian Al-Qur'an berskala besar atau pertemuan keagamaan massal yang diadakan di seluruh Indonesia.

3) Safari Dakwah

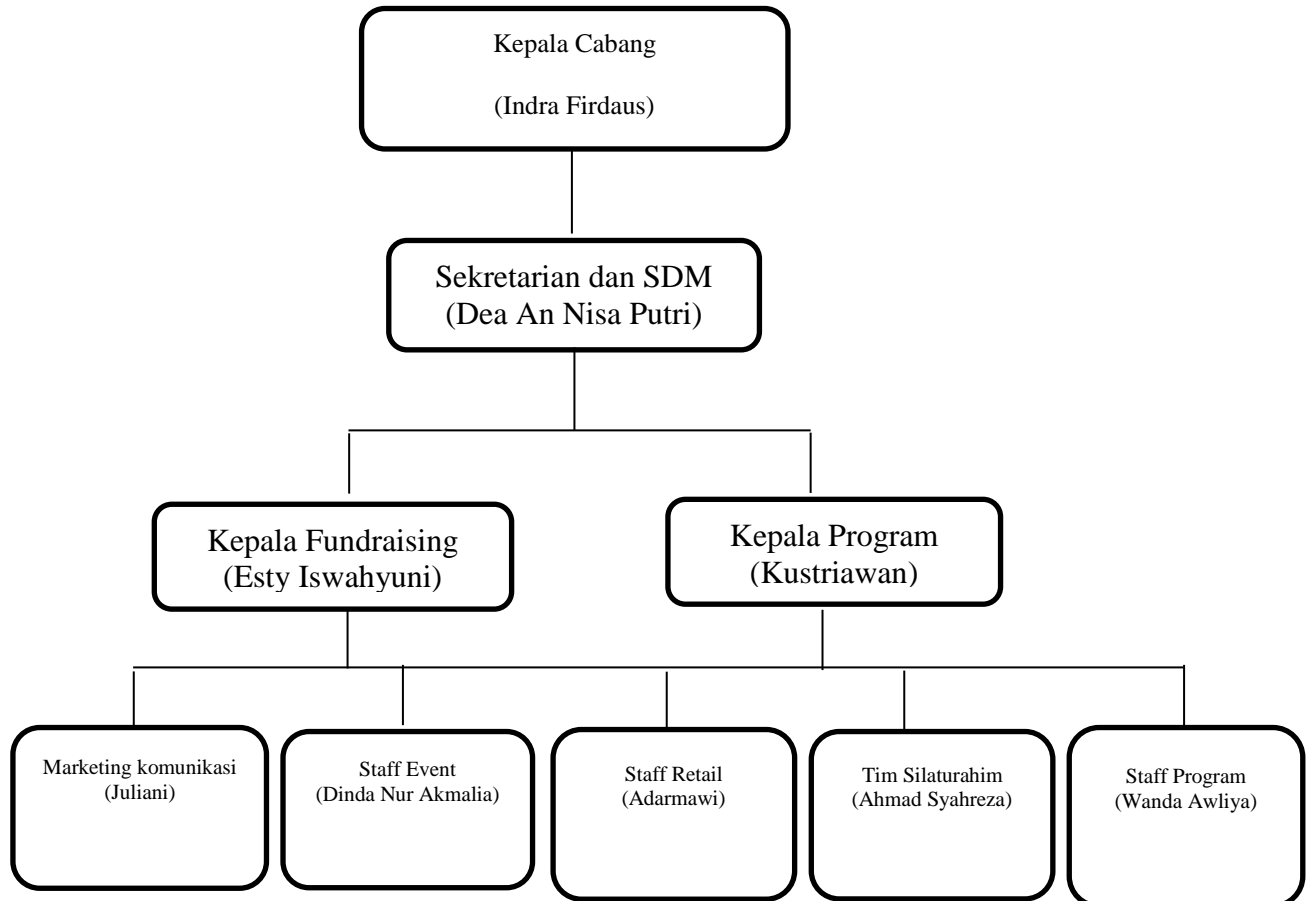
Safari Dakwah merupakan program dakwah yang merangkul seluruh kaum Muslimin melalui rumah-rumah Allah SWT, memperkenalkan sunnah Rasulullah SAW melalui obrolan-obrolan ringan, membacakan buku-buku Islami yang penting untuk di ketahui oleh seluruh masyarakat.

4) Majelis Ta'lim Manajemen Qolbu

Majelis Ta'lim Manajemen Qolbu merupakan program kajian keilmuan secara kolosal dengan konsep manajemen qolbu yang dilaksanakan diberbagai kota.

5. Struktur Organisasi LAZ DT Peduli Sumatera Utara

Gambar 4.2
Struktur Kepengurusan LAZ DT Peduli



Deskripsi Jabatan LAZ DT Peduli:

a. Kepala Cabang bertugas sebagai:

- 1) Melakukan perencanaan, pengelolaan, monitoring dan evaluasi fungsi dan pencapaian fundraising cabang dengan detail.
- 2) Menjalankan roda organisasi lembaga di kantor cabang, Memastikan berjalannya aktivitas lembaga di wilayah cabang yang diamanahkan, Menggerakkan tim yang dipimpinnya untuk bergerak aktif dan progresif dalam menguatkan peran lembaga di masyarakat,

Memastikan berjalannya fungsi-fungsi organisasi di cabang, Operasional dan HRD, Komunikasi, Fundraising dan Implementasi Program.

- 3) Melakukan koordinasi dengan LAZ DT Peduli Pusat untuk menyatukan visi pengembangan jejaring lembaga di masyarakat.
- 4) Memenuhi KPI untuk mencapai target fundraising, target pengembangan tata kelola organisasi cabang serta membangun reputasi lembaga dari sisi aktivasi program masterpiece atau lokal dan kesadaran kepada publik di wilayah masing-masing secara masif.

b. Sekretariat dan SDM bertugas sebagai:

- 1) Memilah pos, surat, paket kiriman, pemesanan
- 2) Menjawab dan menerima telepon, pengetikan, dokumen, dan surat menyurat.
- 3) Menyapa dan menanggapi klien
- 4) Membuat agenda kegiatan.
- 5) Mengelola buku harian.

c. Kepala Fundraising bertugas sebagai:

- 1) Menyusun program penggalangan dana yang berkesinambungan untuk penyelenggaraan kegiatan maupun program sosial organisasi.
- 2) Menginisiasi kegiatan yang ditujukan untuk menghimpun dana, guna memenuhi kebutuhan keuangan internal organisasi.
- 3) Bekerja sama dengan perusahaan atau tempat usaha untuk menambah pemasukan.

- 4) Membuat laporan keuangan bulanan hingga tahunan dan dipublikasikan kepada masyarakat.

d. Kepala Program

- 1) Melakukan penyiapan bahan dan data rencana pelaksanaan kegiatan maupun program.
- 2) Melakukan penyusunan anggaran atau pembiayaan kegiatan maupun program sosial.
- 3) Melaporkan hasil pelaksanaan kegiatan maupun program sosial kepada pimpinan pengurus.

a. Marketing Komunikasi bertugas sebagai:

- 1) Merancang, membuat dan menjalankan iklan. Sebuah iklan memiliki kekuatan yang besar untuk menyampaikan informasi sebuah produk atau layanan terhadap pasar atau konsumen.
- 2) Membuat promosi yang beda dengan iklan sebuah promosi biasanya diadakan pada saat ada momen besar
- 3) Menjaga hubungan baik kepada semua pihak memiliki hubungan langsung ataupun tidak terhadap perkembangan perusahaan.

b. Staff Event bertugas sebagai:

- 1) Membantu klien untuk menyelenggarakan acara yang diinginkan dan sesuai dengan anggarannya.
- 2) Mengajukan konsep-konsep yang menarik kepada klien.
- 3) Memberikan usul dan saran mengenai vendor untuk acara kepada klien.

4) Mengorganisasi acara secara keseluruhan dalam berbagai aspek kebutuhan.

c. Staff Retail bertugas sebagai:

1) Bertugas untuk menganalisa kebutuhan pelanggan dengan menemukan atau mencari produk-produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

2) Memberikan informasi dan menyakinkan pelanggan untuk membeli produk pada organisasi tersebut.

d. Tim Silaturahmi bertugas sebagai:

Membuat pertemuan atau acara untuk menjalin silaturahmi pada para donatur

e. Pelayan Program bertugas sebagai:

1) Menyiapkan, pembinaan dan pelaksanaan kegiatan dibidang penyusunan program, penelitian dan pengembangan.

2) Pengelolaan dan pelenggaraan kegiatan perencanaan pembangunan dibidang penyusunan program

3) Pengoordinasian dan pengendalian pelaksanaan kegiatan perencanaan pembangunan dibidang penyusunan program, penelitian dan pengembangan.

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik responden

Karakteristik responden merupakan subjek penelitian yang akan diberi perlakuan penelitian, atau yang akan dilakukan riset berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan dan usia, dimana dari hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian tersebut.

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut ini

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	50	59,5%
Perempuan	34	40,5%
Total	84orang	100%

Sumber : data primer

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel 4.1 tersebut, dapat dilihat bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 50 orang dengan persentase sebesar 59,5% dan responden perempuan yaitu sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 40,5%. Sebagian besar responden yang ada adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki hal ini dikarenakan pada umumnya dapat dilihat dalam kegiatan berqurban lebih banyak laki-laki yang melakukannya karena laki-laki lebih memahami untuk menentukan kualitas hewan qurban serta dalam kegiatan

penyembelihan maupun pembagian, sedangkan kebanyakan wanita lebih kepada mengelola hewan qurban yang dibagikan.

b. Berdasarkan Usia

Keragaman responden berdasarkan umur atau usia dapat ditunjukkan pada tabel 4.2

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	Persentase
22-26 tahun	10	11,9%
27-31 tahun	18	21,4%
32 – 36 tahun	30	35,7%
Lebih dari 36 tahun	26	31%
Total	84 orang	100%

Berdasarkan karakteristik usia responden pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa jumlah responden pada usia 22-26 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase sebesar 11,9%, responden yang berumur 27-31 tahun sebanyak 18 orang dengan persentase sebesar 21,4%, responden yang berumur 32-36 tahun sebanyak 30 orang dengan persentase sebesar 35,7%, dan responden yang berumur lebih dari 36 tahun sebanyak 26 orang dengan persentase sebesar 31%. Hal tersebut dikarenakan pada usia 32-36 adalah posisi usia yang masih aktif bekerja yang memiliki fokus lebih tinggi dalam mendekatkan diri kepada Allah salah satunya dengan berqurban.

c. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Guru/Dosen	11	13,1%
Karyawan Swasta	20	23,8%
PNS	25	29,8%
Wiraswasta dan lain – lain	28	33,3%
Total	84 orang	100%

Berdasarkan karakteristik pekerjaan responden pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa responden dengan pekerjaan sebagai guru/dosen sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar 13,1%, karyawan swasta sebanyak 20 orang dengan persentase sebesar 23,8%, pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 25 orang dengan persentase sebesar 29,8%, dan wiraswasta dan lain-lain sebanyak 28 orang dengan persentase sebanyak 33,3%. Berdasarkan karakteristik pekerjaan responden sebagian besar responden adalah wiraswasta dan lain-lain yaitu sebesar 28% hal ini dikarenakan pada lokasi penelitian terletak pada lokasi yang memiliki lingkup lingkungan masyarakat yang berwirausaha dan bisnis lainnya.

2. Statistik Deskriptif

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan akan menggambarkan penilaian kepuasan konsumen tentang bagaimana sistem pelayanan yang diberikan instansi

kepada masyarakat. Tanggapan dari responden mengenai kualitas pelayanan lembaga ditunjukkan pada tabel 4.4 sebagai berikut :

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Jlh
1	Karyawan LAZ DT Peduli Sumut sigap dalam melayani masyarakat	0	2	19	25	38	84
2	Merasa aman dan nyaman dalam berinteraksi pada karyawan LAZ DT Peduli Sumut	1	3	18	37	25	84
3	Karyawan LAZ DT Peduli Sumut tanggap dalam menjelaskan program kegiatan mereka yang tidak diketahui masyarakat	0	0	20	45	19	84
4	Karyawan LAZ DT Peduli Sumut memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat	0	0	15	21	48	84
5	Karyawan LAZ DT Peduli Sumut melayani dengan ramah/senyum	0	0	30	25	29	84

Berdasarkan tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada tabel 4.4 tersebut, dapat diketahui bahwa karyawan LAZ DT Peduli Sumut sigap dalam melayani masyarakat sebesar 2 responden tidak setuju, 19 responden kurang setuju, 25 responden setuju dan 38 responden sangat setuju. Tingkat merasa aman dan nyaman dalam berinteraksi pada karyawan LAZ DT Peduli Sumut sebesar 1 responden sangat tidak setuju, 3 responden tidak setuju, 18 responden kurang setuju, 37 responden setuju dan 25 responden sangat setuju mengenai karyawan

LAZ DT Peduli Sumut tanggap dalam menjelaskan program kegiatan mereka yang tidak diketahui masyarakat 20 responden kurang setuju, 45 responden setuju, dan 19 responden sangat setuju. Mengenai karyawan LAZ DT Peduli Sumut memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat 15 responden kurang setuju, 21 responden setuju, 48 responden sangat setuju. Mengenai karyawan LAZ DT Peduli Sumut melayani dengan ramah/senyum 30 responden kurang setuju, 25 responden setuju dan 29 responden sangat setuju.

b. Harga

Harga menggambarkan bagaimana penilaian konsumen tentang harga jual hewan qurban pada kalangan masyarakat, tanggapan masyarakat mengenai harga jual hewan qurban ditunjukkan pada tabel 4.5 sebagai berikut :

Tabel 4.5
Tanggapan Responden mengenai Harga

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Jlh
1	Harga hewan Qurban pada LAZ DT Peuli Sumut sesuai dengan kualitas yang ada	0	0	17	35	32	84
2	Harga hewan Qurban pada LAZ DT Peduli dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat	1	0	18	35	30	84
3	Harga hewan qurban pada LAZ DT Peduli Sumut bervariasi	0	2	22	30	30	84
4	Harga Hewan Qurban pada LAZ DT Peduli lebih murah daripada yang lain	0	0	30	28	26	84
5	Harga hewan Qurban pada LAZ DT Peduli Sumut dapat berubah-ubah setiap tahun	2	0	27	38	17	84

Berdasarkan tanggapan responden mengenai harga jual hewan qurban pada tabel 4.5 tersebut, dapat dilihat bahwa harga hewan qurban pada LAZ DT Peduli Sumut sesuai dengan kualitas yang ada sebesar 17 responden kurang setuju, 35 responden setuju dan 32 responden sangat setuju. Mengenai harga hewan qurban pada LAZ DT Peduli dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat sebesar 1 responden sangat tidak setuju, 18 responden kurang setuju, 35 responden setuju dan 30 responden sangat setuju. Mengenai harga hewan qurban pada LAZ DT Peduli Sumut bervariasi sebesar 2 responden tidak setuju, 22 responden kurang setuju, 30 responden setuju, dan 30 responden sangat setuju. Kemudian harga hewan qurban pada LAZ DT Peduli Sumut lebih murah daripada yang lainnya sebesar 30 responden kurang setuju, 28 responden setuju dan 26 responden sangat setuju. Kemudian harga hewan qurban pada LAZ DT Peduli Sumut dapat berubah-ubah setiap tahun sebesar 2 responden sangat tidak setuju, 27 responden kurang setuju, 38 responden setuju dan 17 responden sangat setuju.

c. Transparansi

Transparansi menggambarkan bagaimana penilaian konsumen tentang transparansi segala jenis informasi yang diberikan oleh lembaga kepada masyarakat, tanggapan masyarakat mengenai transparansi lembaga ditunjukkan pada tabel 4.6 sebagai berikut :

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Transparansi

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Jlh
1	Mudah untuk mengakses informasi Jual Beli Hewan Qurban pada LAZ DT Peduli Sumut	2	1	13	25	43	84
2	Pengumuman kebijakan Harga Hewan Qurpan Pada LAZ DT Peduli Sumut mudah didapatkan oleh publik	0	2	30	22	30	84
3	Mudah untuk Mengakses data jumlah pengqurban pada LAZ DT Peduli Sumut disetiap waktu	0	0	15	35	34	84
4	Mudah untuk mengakses penyebaran hewan Quban LAZ DT Peduli Sumut setiap tahunnya	1	3	21	37	22	84
5	Mudah untuk mengakses dokumen publik tentang anggaran qurban pada LAZ DT Peduli Sumut	0	1	19	31	33	84

Berdasarkan tanggapan responden mengenai transparansi pada tabel 4.6 tersebut, dapat dilihat bahwa mudah untuk mengakses informasi jual beli hewan qurban pada LAZ DT Peduli Sumut sebesar 2 responden sangat tidak setuju, 1 responden tidak setuju, 13 responden kurang setuju, 25 responden setuju dan 43 responden sangat setuju. Kemudian pengumuman kebijakan harga hewan qurban pada LAZ DT Peduli Sumut mudah didapatkan oleh publik sebesar 2 responden tidak setuju, 30 responden kurang setuju, 22 responden setuju, dan 30 responden sangat setuju. Kemudian mudah untuk mengakses data jumlah pengqurban pada LAZ DT Peduli Sumut disetiap waktu sebesar 15 responden kurang setuju, 35 responden setuju dan 34

responden sangat setuju. Kemudian mudah untuk mengakses penyebaran hewan qurban LAZ DT Peduli Sumut sebesar 1 responden sangat tidak setuju, 3 responden tidak setuju, 21 responden kurang setuju, 37 responden setuju, dan 22 responden sangat setuju. Kemudian mudah untuk mengakses dokumen publik tentang anggaran qurban pada LAZ DT Peduli Sumut sebesar 1 responden tidak setuju, 19 responden kurang setuju, 31 responden setuju, 33 responden sangat setuju.

1. Keputusan Masyarakat dalam Menjadi Shahibul Qurban

Keputusan masyarakat dalam menjadi shahibul qurban merupakan keputusan yang dilakukan masyarakat untuk membuat keputusan pembelian hewan qurban, dimana keputusan ini didasarkan pada kebutuhan masyarakat untuk mereka gunakan atau konsumsi atau untuk memenuhi keinginan mereka.

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Masyarakat
Menjadi Shahibul Qurban

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Jlh
1	Saya memutuskan menjadi shahibul qurban pada LAZ DT Peduli Sumut sesuai dengan keinginan karena harga dan pelayanan yang bagus	0	2	20	25	37	84
2	Saya memutuskan menjadi shahibul qurban pada LAZ DT Peduli Sumut karena berdasarkan pengalaman orang lain	0	3	26	35	20	84
3	Saya memutuskan menjadi shahibul qurban pada LAZ DT Peduli Sumut karena adanya kebutuhan ibadah	0	0	10	30	44	84
4	Saya memutuskan menjadi	2	3	21	31	27	84

	Shahibul Qurban pada LAZ DT Peduli Sumut setelah membandingkan dengann LPZ yang lain						
5	Saya memutuskan menjadi Shahibul qurban pada LAZ DT Peduli Sumut karena kualitas hewan qurbannya lebih baik dibandingkan dengan yang lain	0	0	19	35	30	84

Berdasarkan tannggapanresponden mengenai keputusan masyarakat menjadi shahibull qurban pada tabel 4.7 tersebut, dapat dilihat memutuskan menjadi shahibul qurban pada LAZ DT Peduli Sumut sesuai dengan keinginan karena harga harga dan pelayanan yang bagus sebesar 2 responden tidak setuju, 20 responden kurang setuju, 25 responden setuju, dan 37 responden sangat setuju. Kemudian memutuskan menjadi shahibul qurban pada LAZ DT Peduli Sumut karena berdasarkan pengalaman orang lain sebesar 3 responden tidak setuju, 26 responden kurang setuju, 35 responden setuju dan 20 responden sangat setuju, kemudian memutuskan menjadi shahibul qurban pada LAZ DT Peduli Sumut karena adanya kebutuhan ibadah sebesar 10 responden kurang setuju, 30 responden setuju, dan 44 responden sangat setuju. Kemudian memutuskan menjadi shahibul qurban pada LAZ DT Ppeduli Sumut setelah membandingkan dengan LPZ lainnya sebesar 2 responden sangat tidak setuju, 3 responden tidak setuju, 21 responden kurang setuju, 31 responden setuju dan 27 responden sangat setuju. Kemudian memutuskan menjadi shahibul qurban pada LAZ DT Peduli Sumut karena kualitas hewan qurbannya lebih baik dibandingkan dengan yang lain

sebesar 19 responden kurang setuju, 35 responden setuju dan 30 responden sangat setuju.

1. Metode Analisis Data

Mengenai tujuan dilakukannya analisis data adalah untuk dijadikan sebagai pembahasan dan mendapatkan kesimpulan dari seluruh jumlah data yang telah dikumpulkan dimana sebelumnya telah dilakukan penelitian terdahulu, adapun analisis data yang dilakukan antara lain :

a. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkatan kevalidan suatu instrument. Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat suatu alat ukur mampu melakukan fungsi. Suatu skala dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

1) Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau bisa dikatakan sebagai variabel akibat karena adanya variabel independen. Adapun variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan masyarakat menjadi shahibul qurban pada LAZ DT Peduli Sumut.

Tabel 4.8
Uji Validitas Keputusan Masyarakat

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	11,92	28,439	,829	,931
p2	11,77	26,948	,868	,923
p3	11,71	27,387	,800	,935
p4	11,87	26,260	,885	,919
p5	12,06	26,466	,831	,930

Dengan memiliki jumlah responden sebanyak 84 responden, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r *product moment pearson* dengan df (*defree of freedom*) = $n-2$ maka dapat dibuat $df = 84-2 = 82$, sehingga didapati r tabel = 0,181, dengan demikian butir pernyataan dikatakan valid jika r hitung > r tabel yang dapat dilihat dari *item correlation*, otuput dapat dilihat dibawah ini :

No Butir	r hitung	r table	Keterangan	Hasil
1	0.829	0.181	r hitung > r tabel	Valid
2	0.868	0.181	r hitung > r tabel	Valid
3	0.800	0.181	r hitung > r tabel	Valid
4	0.885	0.181	r hitung > r tabel	Valid
5	0.779	0.181	r hitung > r tabel	Valid

Data dalam tabel diatas telah dirangkum dalam tabel hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS versi 23 tentang keputusan masyarakat.

Tabel 4.9
Uji Realibilitas Keputusan Masyarakat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,941	5

Adapun uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel diatas yang terletak pada kolom *cronbach's Alpha*, jika nilai Alpha > 0,60 maka dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel, dimana nilai dari *cronbach's Alpha* adalah 0,941 maka dapat dinyatakan reliabel.

2) Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau dikatakan sebagai faktor timbulnya sebuah perubahan dari variabel dependen. Dimana variabel independen pada penelitian ini adalah Kualitas pelayanan, Harga, dan Transparansi.

a) Kualitas Pelayanan

Merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Sehingga defenisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya

pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas Pelayanan

Hasil data yang telah dirangkum dalam tabel frekuensi dibawah ini menunjukkan berapa besar frekuensi yang menjawab pernyataan tentang kualitas pelayanan adapun hasil uji validitas dan reliabilitas untuk kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10
Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	11,55	27,986	,881	,935
p2	11,46	27,264	,894	,933
p3	11,49	28,277	,900	,932
p4	11,57	28,248	,829	,944
p5	11,74	28,943	,811	,947

Dengan memiliki jumlah responden sebanyak 84 responden, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r *product moment pearson* dengan df (*defree of freedom*) = $n-2$ maka dapat dibuat $df = 84-2 = 82$, sehingga didapati r tabel = 0,181, dengan demikian butir pernyataan dikatakan valid jika r hitung > r tabel yang dapat dilihat dari *item correlation*, output dapat dilihat dibawah ini :

No Butir	r hitung	r table	Keterangan	Hasil
1	0.881	0.181	r hitung > r tabel	Valid
2	0.894	0.181	r hitung > r tabel	Valid
3	0.900	0.181	r hitung > r tabel	Valid
4	0.829	0.181	r hitung > r tabel	Valid
5	0.811	0.181	r hitung > r tabel	Valid

Data dalam tabel diatas telah dirangkum dalam tabel hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS versi 23 tentang keputusan masyarakat.

Tabel 4.11
Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,950	5

Adapun uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel diatas yang terletak pada kolom *cronbach's Alpha*, jika nilai Alpha > 0,60 maka dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel, dimana nilai dari *cronbach's Alpha* adalah 0,950 maka dapat dinyatakan reliabel.

b) Harga

Menurut kotler harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang memberikan pemasukan bagi pemasaran, sedangkan elemen-elemen lainnya (produk, distribusi, dan

promosi) justru membutuhkan dana besar. Harga bukan hanya angka-angka di label harga. Harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakann banyak fungsi. Menurut Porter, ada lima kekuatan pokok yang berpengaruh dalam persaingan suatu industri. Adapun hasil validitas dan realibilitas untuk harga adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12
Uji Validitas Harga

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	11,48	24,204	,893	,941
p2	11,44	23,599	,921	,936
p3	11,54	25,143	,860	,947
p4	11,52	25,096	,893	,942
p5	11,60	25,087	,808	,955

Dengan memiliki jumlah responden sebanyak 84 responden, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r *product moment pearson* dengan df (*defree of freedom*) = $n-2$ maka dapat dibuat $df = 84-2 = 82$, sehngga didapati r tabel = 0,181, dengan demikian butir pernyataan dikatakan valid jika r hitung > r tabel yang dapat dilihat dari *item correlation*, otuput dapat dilihat dibawah ini :

No Butir	r hitung	r table	Keterangan	Hasil
1	0.893	0.181	r hitung > r tabel	Valid
2	0.921	0.181	r hitung > r tabel	Valid
3	0.860	0.181	r hitung > r tabel	Valid
4	0.893	0.181	r hitung > r tabel	Valid
5	0.808	0.181	r hitung > r tabel	Valid

Data dalam tabel diatas telah dirangkum dalam tabel hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS versi 23 tentang keputusan masyarakat.

Tabel 4.13
Uji Realibilitas Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,955	5

Adapun uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel diatas yang terletak pada kolom *cronbach's Alpha*, jika nilai Alpha > 0,60 maka dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel, dimana nilai dari *cronbach's Alpha* adalah 0,955 maka dapat dinyatakan reliabel.

c) **Transparansi**

Transparansi adalah kejujuran dan keterbukaan sehingga tersusun akuntabilitas yang pada umumnya dianggap sebagai dua pilar utama tata kelola perusahaan yang baik. Implikasi dari transparansi adalah bahwa semua tindakan organisasi harus

cukup teliti untuk mendapatkan pengawasan publik. Adapun hasil uji validitas dan realibilitas pada transparansi adalah :

Tabel 4.14
Uji Validitas Transparansi

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	11,48	25,024	,815	,931
p2	11,31	24,939	,844	,926
p3	11,40	25,087	,828	,928
p4	11,60	24,220	,855	,924
p5	11,79	24,460	,853	,924

Dengan memiliki jumlah responden sebanyak 84 responden, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r *product moment pearson* dengan df (*defree of freedom*) = $n-2$ maka dapat dibuat $df = 84-2 = 82$, sehingga didapati r tabel = 0,181, dengan demikian butir pernyataan dikatakan valid jika r hitung > r tabel yang dapat dilihat dari *item correlation*, otuput dapat dilihat dibawah ini :

No Butir	r hitung	r table	Keterangan	Hasil
1	0.893	0.181	r hitung > r tabel	Valid
2	0.921	0.181	r hitung > r tabel	Valid
3	0.860	0.181	r hitung > r tabel	Valid
4	0.893	0.181	r hitung > r tabel	Valid
5	0.808	0.181	r hitung > r tabel	Valid

Data dalam tabel diatas telah dirangkum dalam tabel hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS versi 23 tentang keputusan masyarakat.

Tabel 4.15
Uji Realibilitas Transparansi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,940	5

Adapun uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel diatas yang terletak pada kolom *cronbach's Alpha*, jika nilai Alpha > 0,60 maka dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel, dimana nilai dari *cronbach's Alpha* adalah 0,940 maka dapat dinyatakan reliabel.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tergantung dengan skala interval . Tujuan dari regresi linier berganda ini untuk memodelkan hubungan linier antara variabel penjelas (independen) dan variabel respon (dependen). Hasil analisi regresi linear berganda ditunjukkan pada tabel 4.16 berikut ini :

Tabel 4.16
Hasil Regresi Linear berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,538	,708		,760	,450
	kualitas pelayanan	,334	,100	,335	3,330	,001
	Harga	,481	,113	,459	4,265	,000
	Transparansi	,176	,108	,167	1,619	,109

a. Dependent Variable: keputusan masyarakat

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,538 + 0,334 X_1 + 0,481 X_2 + 0,176 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut :

1. Koefisien regresi keputusan masyarakat (Y) adalah 0,538 yang artinya apabila nilai dari variabel lainnya tetap constant, maka keputusan masyarakat adalah sebesar 0,538 satuan.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X₁) adalah 0,334 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai kualitas pelayanan sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (konstant), maka keputusan masyarakat akan mengalami kenaikan atau penurunan 0,334 satuan.
3. Koefisien regresi harga (X₂) adalah 0,481 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai harga sebesar 1 satuan dan nilai

dari variabel lainnya tetap (konstant), maka keputusan masyarakat akan mengalami kenaikan ataupun penurunan sebesar 0,4881 satuan.

4. Koefesien regresi transparansi (X3) adalah 0,176 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurutan nilai transparansi sebesar 1 satuan dan nilai dari variabbel lainnya tetap (konstant), maka keputusan masyarakat akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,176 satuan.

c. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear Ordinary Least Square (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Model analisis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi :

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametik (statistik inferensial). Dengan kata lain, uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah data empirik yang didapatkan dari lapangan itu sesuai dengan distribusi teoritik tertentu. Dimana Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi normal. Metode pengujian normalitas yaitu *Kolmoorov SmirnovTest* (KS Test) dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika signifikan lebih besar

dari 0,05 maka menunjukkan distribusi data yang digunakan dalam model analisis regresi berdistribusi normal. Hasil dari uji normalitas di tunjukkan pada tabel 4.17 sebagai berikut :

Tabel 4.17
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitaspelayanan	Harga	transparansi	Keputusanmasyarakat
N		84	84	84	84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	14,56	14,33	14,37	14,82
	Std. Deviation	6,520	6,198	6,178	6,503
	Most Extreme Differences				
	Absolute	,091	,079	,090	,084
	Positive	,091	,079	,090	,084
	Negative	-,081	-,072	-,079	-,080
Test Statistic		,091	,079	,090	,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,081 ^c	,200 ^{c,d}	,091 ^c	,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.17 tersebut dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov Test* (KS Test), dari hasil pengujian diketahui bahwa nilai signifikannya pada variabel kualitas pelayanan $0,081 > 0,05$, harga $0,200 > 0,05$, transparansi $0,091 > 0,05$, dan keputusan masyarakat $0,200 > 0,05$. Maka dapat dinyatakan model regresi yang digunakan tersebut berdistribusi normal.

2) Multikoleniaritas

Adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam satu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel beban terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi digunakan matriks korelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Nilai Cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya problem multikolinearitas adalah tolerance < 0,01 atau sama dengan nilai VIF > 10. Hal ini berarti tidak terjadi multikoleniaritas dalam model regresi. Hasil dari uji multikoleniaritas ditunjukkan pada tabel 4.17 sebagai berikut :

Tabel 4.18
Hasil Uji Multikoleniaritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,538	,708		,760	,450		
	Kualitaspelayanan	,334	,100	,335	3,330	,001	,175	5,711
	Harga	,481	,113	,459	4,265	,000	,153	6,544
	Transparansi	,176	,108	,167	1,619	,109	,167	6,002

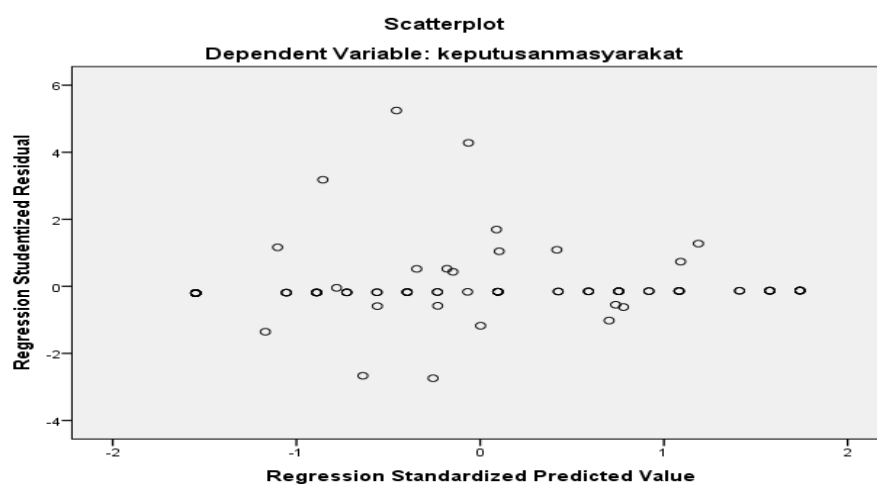
a. Dependent Variable: keputusanmasyarakat

Hasil pengujian multikoleniaritas pada tabel 4.18 tersebut menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada dibawah 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikoleniaritas.

3) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*.

Gambar 4.3
Uji Scatterplot



Berdasarkan gambar Scatterplot diatas dapat dilihat bahwa :

- 1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya dibawah atau diatas saja
- 3) Penyebaran titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola

Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

Selain pemakaian *Scatterplot* dalam pengujian heteroskedastisitas diatas dapat dilakukan juga uji heteroskedastisitas dengan pemakaian uji Glejser. Uji Glejser ini mengusulkan untuk meregas nilai absolut residual terhadap variabel bebas.

Tabel 4.19
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,789	,251		3,144	,002
	kualitaspelayanan	,052	,036	,380	1,456	,149
	Harga	-,021	,040	-,143	-,513	,609
	Transparansi	-,051	,038	-,357	-1,338	,185

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.19 tersebut yaitu dengan menggunakan *Uji Glejser* dapat diketahui

bahwa nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan ($0,149 > 0,05$), variabel harga ($0,609 > 0,05$), dan variabel transparansi ($0,185 > 0,05$), semua menunjukkan nilai signifikan lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa didalam model regresi yang digunakan dalam penelitian tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Hipotesis

1) Uji T

Uji T statistik menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan terhadap uji T dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

a) Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak

b) Jika $-t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.

Derajat bebas dalam penelitian ini adalah $df = n-1$ dua sisi/ $0,025 = 84-1 = 83$ maka tabel sebesar 1.663

Tabel 4.20
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,538	,708		,760	,450
	Kualitaspelayanan	,334	,100	,335	3,330	,001
	Harga	,481	,113	,459	4,265	,000
	Transparansi	,176	,108	,167	1,619	,109

a. Dependent Variable: keputusanmasyarakat

Berikut ini hasil yang didapat dari tabel 4.20 diatas dalam melihat pengaruh secara parsial atau atau secara sendiri-sendiri X1,X2,X3 terhadap Y

a) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat

- i. Dari penelitian diatas bahwa sig adalah $0,01 < 0,05$ maka Ho ditolak
- ii. Untuk t hitung =3,330 dan t tabel 1,663, jadi $3,330 > 1,663$ maka Ho ditolak

Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menjadi shahibul qurban sehingga kenaikan sebesar 0,334 artinya jika format dari informasi naik 1 satuan maka keputusan masyarakat menjadi shahibul qurban akan naik sebesar 0,334 dengan asumsi variabel lain konstan

Hal ini dikarenakan semakin bagus pelayanan karyawan maka akan meningkatkan kepuasan dari masyarakat. Temuan ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Lauw dan Kunto menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kendala daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.¹

b) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Masyarakat

- i. Dari penelitian diatas bahwa sig adalah $0,00 < 0,05$ maka H_0 ditolak
- ii. Untuk t hitung $=4,265$ dan t tabel $1,663$, jadi $4,265 > 1,663$ maka H_0 ditolak

Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menjadi shahibul qurban sehingga kenaikan sebesar $0,481$ artinya jika format dari informasi naik 1 satuan maka keputusan masyarakat menjadi shahibul qurban akan naik sebesar $0,481$ dengan asumsi variabel lain konstan

Hal ini dikarenakan harga yang ditetapkan oleh lembaga sesuai dengan kualitas produk. Dengan kata lain tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang. Menurut Fendy Tjiptono Maka apabila dengan

¹ Law, Jesica dan Yohannes Sondang Kunto. *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square Dan The Square* (Surabaya, Jurnal Manajemen Pemasaran:2013). Hlm 7

harga yang disesuaikan dengan kualitas barang akan memicu peningkatan keputusan pembelian pada konsumen.

- c) Pengaruh Transparansi Terhadap Keputusan Masyarakat
- i. Dari penelitian diatas bahwa sig adalah $0,109 > 0,05$ maka H_0 diterima
 - ii. Untuk t hitung $=1,619$ dan t tabel $1,663$, jadi $1,619 < 1,663$ maka H_0 diterima

Secara parsial transparansi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam menjadi shahibul qurban sehingga kenaikan sebesar $0,176$ tidak mempengaruhi dengan asumsi variabel lain konstan. Menurut Krina transparansi merupakan prinsip yang menjamin akses atau kebebasan bagi setiap orang untuk memperoleh informasi tentang bentuk kegiatan operasional perusahaan baik tentang kebijakan proses pembuatan, dan pelaksanaan serta hasil-hail yang di capai dalam hal ini lembaga pengelolaan zakat belum menjalankan keterbukaan terhadap publik tentang kebijakan proses pembuatan pelaksanaan serta hasil-hasil yang dicapai, maka ini menjadi salah satu alasan masyarakat untuk tidak melakukan keputusan terhadap LAZ DT PEDULI Sumut.²

²Pradanadi,Ibrahim, S, D. *Pengaruh Anggaran Berbasis Kinerja, Transparansi, Akuntabilitas, dan Pengawasan Internal Terhadap Kinerja Pegawai SekretaariatJendral DPR RI. Fakultas Ekonomi dan Bisnis(Universitas Bina Nusantara : 2015)*

Hal ini sama dengan penelitian Astuti yang menunjukkan bahwa transparansi tidak berpengaruh terhadap kinerja organisasi pada DPPKAD Grobongan dengan nilai signifikansi 0,266, yang berarti tidak signifikan karena berada di atas nilai signifikansi yang di syaratkan yaitu 0,005, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa transparansi yang kurang baik dapat menurunkan kinerja pemerintah daerah satuan kerja perangkat daerah, sama halnya dengan transparansi yang kurang baik juga dapat menimbulkan turunnya kepercayaan masyarakat untuk membuat keputusan pembelian kembali pada lembaga tersebut.³

2) Uji f (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan untuk menguji signifikan pengaruh kualitas pelayanan, ketetapan harga, dan kualitas barang terhadap keputusan masyarakat menjadi shahibul qurban secara simultan dan parsial. Adapun hasil dari Uji f adalah sebagai berikut :

a) Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak

³ Ratih, M, Astuti. *Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan fungsi Pemeriksaan Intern Terhadap Kinerja Pemerintah Daerah Pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah (Surakarta:2013), hlm.29

b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Dimana F_{tabel} ($V_1 = k$, $V_2 = n-k-1$) jadi ($V_1 = 3$, $V_2 = 84 - 3 - 1 = 80$), maka F_{tabel} dengan menggunakan uji satu sisi (5%) sebesar 2,72.

Tabel 4.21
Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3013,573	3	1004,524	161,776	,000 ^b
	Residual	496,749	80	6,209		
	Total	3510,321	83			

a. Dependent Variable: keputusanmasyarakat

b. Predictors: (Constant), transparansi, kualitaselayanan, harga

Hasil yang diterima dari output regresi linear berganda dari tabel 4.21 yaitu :

- Dari penelitian diatas bahwa signifikan adalah $0,000 < 0,005$ maka H_0 ditolak
- Untuk $F_{hitung} = 161,776$ dan $F_{tabel} 2,72$, jadi $161,776 > 2,72$ maka H_0 ditolak

Dengan demikian dari analisis diatas maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, harga dan transparansi

terhadap keputusan masyarakat menjadi shahibul qurban pada LAZ DT PEDULI Sumatera Utara.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk variasi perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen secara simultan dan nilai dari koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1, semakin besar koefisien determinasi yaitu semakin mendekati 1, maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependen. Variabel independen yang hampir semua memberikan informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen akan menunjukkan Adjusted R Square atau nilai R^2 yang mendekati satu. Hasil dari uji Koefisien Determinasi (R^2) ditunjukkan pada tabel 4.22 sebagai berikut:

Tabel 4.22
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,927 ^a	,858	,853	2,492

a. Predictors: (Constant), transparansi, kualitas pelayanan, harga

b. Dependent Variable: keputusan masyarakat

Dari tabel 4. 22 diatas variabel independen sebanyak 3 variabel (lebih dari 2 variabel) sehingga koefisien determinasi menggunakan nilai *adjusted R Square* sebesar 0,853, hal ini

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan transparansi mampu menerangkan variabel keputusan masyarakat dalam menjadi shahibul qurban pada LAZ DT PEDULI Sumatera Utara sebesar 85,3% sedangkan sisanya sebesar 14,7 % dijelaskan oleh variabel lain seperti promosi dan kepercayaan.

C. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat

- a. Dari penelitian diatas bahwa sig adalah $0,01 < 0,05$ maka H_0 ditolak
- b. Untuk t hitung $=3,330$ dan t tabel $1,663$, jadi $3,330 > 1,663$ maka H_0 ditolak

Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menjadi shahibul qurban sehingga kenaikan sebesar $0,334$ artinya jika format dari informasi naik 1 satuan maka keputusan masyarakat menjadi shahibul qurban akan naik sebesar $0,334$ dengan asumsi variabel lain konstan

Hal ini dikarenakan semakin bagus pelayanan karyawan maka akan meningkatkan kepuasan dari masyarakat. Temuan ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Lauw dan Kunto (2013) menunjukan bahwa pelayanan yang berkualitas dengan menunjukkan integritas setiap karyawan dalam memberikan arahan dan penjelasan akan memberikan kepuasan

terhadap masyarakat yang kemudian akan melakukan keputusan pembelian berlanjut terhadap lembaga tersebut.⁴

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Masyarakat

- a. Dari penelitian diatas bahwa sig adalah $0,00 < 0,05$ maka H_0 ditolak
- b. Untuk t hitung $=4,265$ dan t tabel $1,663$, jadi $4,265 > 1,663$ maka H_0 ditolak

Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menjadi shahibul qurban sehingga kenaikan sebesar $0,481$ artinya jika format dari informasi naik 1 satuan maka keputusan masyarakat menjadi shahibul qurban akan naik sebesar $0,481$ dengan asumsi variabel lain konstan

Hal ini dikarenakan harga yang ditetapkan oleh lembaga sesuai dengan kualitas produk. Dengan kata lain tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang. Maka sesuai dengan yang di kemukakan Fendy Tjiptono dengan harga yang disesuaikan dengan kualitas barang akan memicu peningkatan keputusan pembelian pada konsumen.⁵

3. Pengaruh Transparansi Terhadap Keputusan Masyarakat

- a) Dari penelitian diatas bahwa sig adalah $0,109 > 0,05$ maka H_0 diterima
- b) Untuk t hitung $=1,619$ dan t tabel $1,663$, jadi $1,619 < 1,663$ maka H_0 diterima

⁴Law, Jesica dan Yohannes Sondang Kunto. *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square Dan The Square* (Surabaya, Jurnal Manajemen Pemasaran:2013). Hlm 7

⁵ Fendy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Andi Offset*, (Yogyakarta : 1994), hlm.151

Secara parsial transparansi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam menjadi shahibul qurban sehingga kenaikan sebesar 0,176 tidak mempengaruhi dengan asumsi variabel lain konstan.

hal ini sama dengan penelitian Astuti (2013) yang menunjukkan bahwa transparansi tidak berpengaruh terhadap kinerja organisasi pada DPPKAD Grobongan dengan nilai signifikansi 0,266, yang berarti tidak signifikan karena berada di atas nilai signifikansi yang di syaratkan yaitu 0,005, sesuai dengan yang di kemukakan oleh Ratih bahwa setiap lembaga yang tidak melakukan prinsip keterbukaan terhadap publik dalam kebijakan proses pembuatan kegiatan, pelaksanaan kegiatan serta hasil-hasil yang dicapai maka ini akan menjadi salah satu alasan bagi masyarakat untuk tidak melakukan keputusan pembelian terhadap suatu lembaga.⁶

⁶ Ratih, M, Astuti. *Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan fungsi Pemeriksaan Intern Terhadap Kinerja Pemerintah Daerah Pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah (Surakarta:2013), hlm.29