

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat pada BAZNAS Kabupaten Padang Pariaman” disusun oleh Insan Nia, Program Studi S1 Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pengelolaan zakat yang akuntabel, transparan, dan didukung oleh kualitas pelayanan yang baik guna meningkatkan minat muzakki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. BAZNAS sebagai lembaga pengelola zakat dituntut untuk menerapkan prinsip-prinsip tersebut agar mampu meningkatkan kepercayaan dan partisipasi muzakki. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat pada BAZNAS Kabupaten Padang Pariaman.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder, di mana data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada muzakki yang membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Padang Pariaman. Teknik pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan dengan menggunakan SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif terhadap minat muzakki dalam membayar zakat, di mana variabel akuntabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ sehingga H_1 diterima. Transparansi berpengaruh positif terhadap minat muzakki dalam membayar zakat dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_2 diterima. Sementara itu, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat, karena variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,444 > 0,05$ sehingga H_3 ditolak. Secara simultan, akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat, yang dibuktikan dengan hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kata Kunci: Akuntabilitas, Transparansi, Kualitas Pelayanan, Minat Muzakki, Zakat, BAZNAS

ABSTRACT

This thesis, entitled "**The Effect of Accountability, Transparency, and Service Quality on Zakat Payers' Interest in Paying Zakat at the National Zakat Agency (BAZNAS) in Padang Pariaman Regency,**" was written by Insan Nia, a student in the Islamic Accounting Undergraduate Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Sjech M. Djamil Djambek State Islamic University, Bukittinggi.

This research is motivated by the importance of accountable and transparent zakat management supported by good service quality to increase Zakat payers' interest in distributing Zakat through official institutions. BAZNAS, as a zakat management institution, is required to implement these principles to increase Zakat payers' trust and participation. The purpose of this study is to determine the effect of accountability, transparency, and service quality on Zakat payers' interest in paying Zakat at the BAZNAS in Padang Pariaman Regency.

This study uses a quantitative method with a survey approach. The data used consisted of primary and secondary data. Primary data were obtained through questionnaires distributed to muzakki (recipients of zakat) who pay zakat through the National Zakat Agency (BAZNAS) in Padang Pariaman Regency. Data processing techniques used validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing to determine the effect of independent variables on the dependent variable, both partially and simultaneously, using SPSS.

The results of this study indicate that accountability has a positive effect on muzakki's interest in paying zakat, with the accountability variable having a significance value of $0.005 < 0.05$, thus accepting H1. Transparency has a positive effect on muzakki's interest in paying zakat, with a significance value of $0.000 < 0.05$, thus accepting H2. Meanwhile, service quality does not have a significant effect on muzakki's interest in paying zakat, with the service quality variable having a significance value of $0.444 > 0.05$, thus rejecting H3. Simultaneously, accountability, transparency, and service quality influence the interest of zakat payers in paying zakat, as evidenced by the F-test results showing a significance value of $0.000 < 0.05$. Thus, H_0 is rejected and H_a is accepted, indicating that all independent variables together have a significant effect on the dependent variable.

Keywords: Accountability, Transparency, Service Quality, Interest of zakat payers, Zakat, BAZNAS