



**PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN,
RELIGIOSITAS, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS MUZAKKI DI BAZNAS DKI JAKARTA**

SKRIPSI

RANIA NUR ALIFA 2210116040

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

2026



**PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN,
RELIGIOSITAS, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS MUZAKKI DI BAZNAS DKI JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Syariah**

RANIA NUR ALIFA 2210116040

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rania Nur Alifa

NIM : 2210116040

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 07 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Rania Nur Alifa)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rania Nur Alifa
NIM : 2210116040
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Religiositas, dan Kepercayaan terhadap
Loyalitas Muzakki di BAZNAS DKI Jakarta**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 07 Juli 2026

Yang menyatakan,


(Rania Nur Alifa)

SKRIPSI

PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN, RELIGIOSITAS, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS MUZAKKI DI BAZNAS DKI JAKARTA

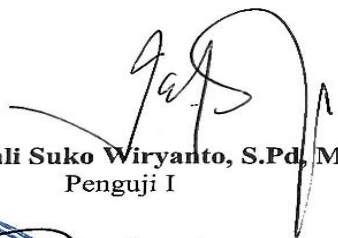
Dipersiapkan dan disusun oleh:

RANIA NUR ALIFA 2210116040

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 07 Juli 2026
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF
Ketua Penguji



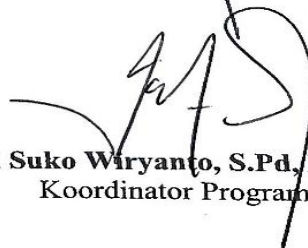
Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF
Penguji I



Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jusaidah, S.E, M.M.
Dekan



Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Juli 2026

***The Influence of Customer Relationship Management, Religiosity, and Trust on
Muzakki Loyalty at BAZNAS DKI Jakarta***

By Rania Nur Alifa

Abstract

Indonesia holds enormous zakat potential, particularly in DKI Jakarta as the nation's economic center. However, zakat collection through official institutions, including BAZNAS DKI Jakarta, remains suboptimal. This phenomenon is reflected in the large number of people who still prefer to distribute zakat directly to mustahiq without going through formal institutions, making the effort to build muzakki loyalty toward zakat management institutions a critical issue to address. This study aims to analyze the influence of Customer Relationship Management, Religiosity, and Trust on Muzakki Loyalty at BAZNAS DKI Jakarta. A quantitative approach was employed using purposive sampling technique involving 100 respondents. Data were collected through questionnaire instruments and analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The results indicate that Customer Relationship Management and Trust have a positive and significant effect on muzakki loyalty, whereas religiosity does not have a significant effect. These findings suggest that muzakki loyalty is more strongly shaped by the level of trust in the institution, as well as the quality of relationships built with muzakki than muzakki's religiosity. The implications of this study highlight the importance of strengthening trust and optimizing customer relationship management as key strategies for enhancing muzakki loyalty at Baznas DKI Jakarta.

Keywords: *Customer Relationship Management, Loyalty, Muzakki, Religiosity, Trust*

Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Religiositas, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Muzakki di BAZNAS DKI Jakarta

Oleh Rania Nur Alifa

Abstrak

Indonesia memiliki potensi zakat yang sangat besar, khususnya di DKI Jakarta sebagai pusat perekonomian nasional. Namun, penghimpunan zakat melalui lembaga resmi, termasuk BAZNAS DKI Jakarta, masih belum optimal. Fenomena ini tercermin dari masih banyaknya masyarakat yang lebih memilih menyerahkan zakat langsung kepada mustahik tanpa perantara lembaga formal. Sehingga upaya membangun loyalitas muzakki terhadap lembaga pengelola zakat menjadi persoalan yang perlu untuk diatasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Religiositas, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Muzakki pada BAZNAS DKI Jakarta. Pendekatan kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini dengan teknik *purposive sampling* yang melibatkan 100 responden. Pengumpulan data dilaksanakan melalui instrumen kuesioner dan diolah menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Manajemen Hubungan Pelanggan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Muzakki, sedangkan Religiositas tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa loyalitas muzakki lebih dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan lembaga serta kualitas hubungan yang dibangun dengan muzakki, dibandingkan religiositas muzakki. Implikasi penelitian menekankan pentingnya peningkatan kepercayaan serta optimalisasi manajemen hubungan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas muzakki di BAZNAS DKI Jakarta.

Kata Kunci: Kepercayaan, Loyalitas, Manajemen Hubungan Pelanggan, Muzakki, Religiositas



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GENAP TA. 2025/2026

Pada hari ini, Selasa, tanggal 7 Juli 2026, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir
bagi mahasiswa:

Nama : Rania Nur Alifa
NIM : 2210116040
Program Studi : Ekonomi Syariah S1
Judul Tugas Akhir :

**Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Religiositas, dan Kepercayaan terhadap
Loyalitas Muzakki di BAZNAS DKI Jakarta**

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang*, dengan Nilai Rata-Rata 84,37
dan Nilai Huruf A-

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF	Ketua	
2	Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si.CDIF	Anggota I	
3	Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 7 Juli 2026

Mengesahkan
a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Ekonomi Syariah S1

Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si., CDIF

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat, karunia, dan ridha-Nya sehingga skripsi berjudul “Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Religiositas, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Muzakki di BAZNAS DKI Jakarta” dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, dukungan, bimbingan, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta, serta kepada Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si., CDIF. selaku Plt. Koordinator Program Studi S1 Ekonomi Syariah.

Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada Bapak Faizi, S.E.I., M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga kepada Bapak Dr. Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF dan Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun selama proses ujian dan penyempurnaan skripsi ini.

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada ayah, almarhumah mama, adik, serta keluarga besar yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan, tiada henti. Teman-teman seperjuangan yang telah berjuang bersama selama perkuliahan. Diri sendiri, yang telah berjuang, bertahan, dan berusaha hingga saat ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, 07 Juli 2026

Rania Nur Alifa

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	13
2.1.2 Loyalitas	14
2.1.3 Loyalitas dalam Islam	16
2.1.4 Manajemen Hubungan Pelanggan.....	18
2.1.5 Religiositas.....	21

2.1.6 Kepercayaan.....	25
2.1.7 Konsep Zakat	27
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	29
2.3 Model Penelitian	39
2.4 Hipotesis.....	39

BAB III METODE PENELITIAN 41

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.1.1 Definisi Operasional.....	41
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	42
3.2 Populasi dan Sampel	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel.....	44
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3.1 Jenis Data	45
3.3.2 Sumber Data.....	45
3.3.3 Pengumpulan Data	45
3.4 Teknik Analisis Data.....	46
3.4.1 Teknik Analisis Data.....	46
3.4.2 Analisis Statistik Deskriptif	46
3.4.3 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	47
3.4.4 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	48
3.4.5 Uji Hipotesis	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 51

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	51
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	51
4.3 Analisis Data Deskriptif.....	56
4.4 Analisis dan Uji Hipotesis.....	61

4.4.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	61
4.4.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	67
4.4.3 Uji Hipotesis	69
4.5 Pembahasan.....	70
4.5.1 Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan terhadap Loyalitas Muzakki.....	70
4.5.2 Pengaruh Religiositas terhadap Loyalitas Muzakki.....	72
4.5.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Muzakki	74
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	 76
5.1 Simpulan	76
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	76
5.3 Saran.....	77
 DAFTAR PUSTAKA	 78
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Pertumbuhan Muzakki Per Pengelola Zakat Tahun 2020-2024.....	6
Tabel 2. Matriks Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3. Skala Likert	42
Tabel 4. Pengukuran Variabel Penelitian.....	43
Tabel 5. Interpretasi Nilai Responden.....	47
Tabel 6. Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 7. Usia Responden.....	52
Tabel 8. Domisili Responden.....	53
Tabel 9. Pekerjaan Responden	53
Tabel 10. Penghasilan Responden.....	54
Tabel 11. Frekuensi Pembayaran Zakat Maal.....	54
Tabel 12. Metode Pembayaran Zakat Maal	55
Tabel 13. Jenis Zakat Maal yang disalurkan.....	56
Tabel 14. Outer Loading	62
Tabel 15. Average Variance Extracted (AVE)	63
Tabel 16. Cross Loading	65
Tabel 17. Fornell-Lacker Creterium	66
Tabel 18. Uji Reliabilitas	67
Tabel 19. R-square	68
Tabel 20. Uji T. Statistik.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Potensi Zakat Provinsi Regional Jawa	2
Gambar 2. Realisasi ZIS BAZNAS DKI Jakarta	3
Gambar 3. Persentase Alasan Perseorangan Menjadi Muzakki yang Loyal.....	8
Gambar 4. Model Penelitian Empiris Menggunakan Data Primer	39
Gambar 5. Tanggapan terhadap Loyalitas Muzakki	57
Gambar 6. Tanggapan terhadap Manajemen Hubungan Pelanggan	58
Gambar 7. Tanggapan terhadap Religiositas	59
Gambar 8. Tanggapan terhadap Kepercayaan	60
Gambar 9. Output Penyesuaian SmartPLS	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi
- Lampiran 2. Kartu Monitoring Bimbingan
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 7. Output Outer Model SmartPLS 4.0
- Lampiran 8. Hasil Output Model PLS 4.0