

Analysis Of Donor Satisfaction Toward The Services Of An Infaq Management Institution Using Importance Performance Analysis And Customer Satisfaction Index Methods

Ali Hamdan

STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo
alihamdan.sby@gmail.com

Saifuddin

STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo

M Jaenudin

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
mjaenudin.febis@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

This paper aims to analyze donor satisfaction with the services of an Infaq Management Institution using the Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) methods. In this study, a survey of 100 donors was conducted to collect data regarding their expectations and experiences with the provided services. The IPA method was used to identify factors influencing donor satisfaction, while the CSI method was applied to measure the overall level of satisfaction. The analysis results indicate that several service elements need improvement, including transparency in the reporting of infaq fund usage and responsiveness to donor inquiries. The physical evidence dimension was excluded from the analysis because it did not meet the reliability test (Cronbach's Alpha < 0.6). The validity test results show that all questionnaire items are valid (P-value < 0.05). The CSI score of 70.57% indicates that, in general, donors are satisfied with the services of the Infaq Management Institution (LMI). Based on the IPA analysis, there were no attributes in the main priority quadrant (Quadrant I), but four attributes should be maintained because of their high performance and high importance (Quadrant II), namely the implementation of the 3S principle (Smile, Greet, Serve), transparency in fund management, accuracy of fund allocation, and confidentiality of donor data. On the other hand, six attributes fall into the low-priority quadrant (Quadrant III), indicating potential improvements in reporting and communication aspects. These results provide strategic insights for LMI to maintain its service excellence and enhance areas that are still suboptimal to sustain and increase donor loyalty. This study provides recommendations for infaq management institutions to improve service quality to enhance donor satisfaction.

Keywords: Donor Satisfaction, Infaq Management Institution, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index.

Analisis Kepuasan Donatur Terhadap Layanan Lembaga Manajemen Infaq Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* Dan *Customer Satisfaction Index*

Ali Hamdan

STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo

alihamdan.sby@gmail.com

Saifuddin

STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo

M Jaenudin

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

mjaenudin.febis@upnjatim.ac.id

Abstrak

Makalah ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan donatur terhadap layanan lembaga manajemen infaq menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). Dalam penelitian ini, kami melakukan survei terhadap 100 donatur untuk mengumpulkan data mengenai harapan dan pengalaman mereka terkait layanan yang diberikan. Metode IPA digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan donatur, sementara CSI digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan secara keseluruhan. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat beberapa elemen layanan yang perlu ditingkatkan, termasuk transparansi laporan penggunaan infaq dan responsivitas terhadap pertanyaan donatur. Dimensi bukti fisik dikeluarkan dari analisis karena tidak memenuhi uji reliabilitas (Cronbach's Alpha < 0,6). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner valid (P-value < 0,05). Nilai CSI sebesar 70,57% mengindikasikan bahwa secara umum donatur merasa puas terhadap pelayanan LMI. Berdasarkan analisis IPA, tidak terdapat atribut yang masuk ke kuadran prioritas utama (kuadran I), namun terdapat empat atribut yang perlu dipertahankan karena kinerja dan harapan tinggi (kuadran II), yaitu penerapan 3S, transparansi pengelolaan dana, ketepatan sasaran dana, dan kerahasiaan data donatur. Sebaliknya, enam atribut masuk dalam kuadran prioritas rendah (kuadran III), menunjukkan adanya potensi perbaikan di aspek pelaporan dan komunikasi. Hasil ini memberikan masukan strategis bagi LMI untuk mempertahankan keunggulan layanan dan meningkatkan area yang masih kurang optimal dalam rangka menjaga dan meningkatkan loyalitas donatur. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi lembaga manajemen infaq untuk meningkatkan kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan donatur.

Kata Kunci

Kepuasan Donatur, Lembaga Manajemen Infaq, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index..

Pendahuluan

Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.¹ Pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, sehingga akan meningkatkan loyalitas dan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Oleh karena itu, memberikan pelayanan yang baik dan responsif harus menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang ingin membangun hubungan baik dan berkelanjutan dengan pelanggan mereka. Hal ini tentunya akan mempengaruhi kualitas pelayanan dan menjadi hal yang sangat penting untuk kepuasan pelanggan. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.² Kepuasan pelanggan tidak hanya dapat ditemukan di bisnis tetapi juga di lembaga non-profit seperti Lembaga Amil Zakat (LAZ).

LAZ adalah lembaga yang dibentuk oleh masyarakat atau yayasan dengan tujuan untuk melakukan pendistribusian, pengumpulan, dan pendayagunaan zakat.³ Salah satu lembaga amil zakat yang memberikan pelayanan kepada donatur adalah Lembaga Amil Zakat Nasional Lembaga Manajemen Infaq (LAZNAS LMI). LMI merupakan lembaga amil zakat berskala nasional yang bertugas menghimpun dana infaq, zakat, wakaf, dan kemanusiaan untuk disalurkan, didistribusikan, dan diberdayakan kepada orang yang membutuhkan sesuai dengan ketentuan yang ada secara profesional. Pada tahun 2023, LMI berhasil meraih penghargaan BAZNAS Award 2023 dengan nominasi “Pertumbuhan Muzakki Terbanyak di Indonesia”. Oleh karena itu, dibutuhkan kualitas pelayanan sebaik mungkin serta komitmen yang tinggi dari para amil, sebab donatur merupakan target utama dalam memperoleh dana zakat. Untuk itu perlu dilakukan penelitian pada Lembaga Manajemen Infaq untuk mengetahui kepuasan donatur terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

¹ Kasmir, *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik.* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017)

² Kotler, P. & Keller, K. L., *Manajemen Pemasaran.* Edisi 13 ed (Jakarta: PT Index, 2009)

³ Yuliafitri, I. & Khoiriyah, A. N., Pengaruh Kepuasan MUzakki, Transparansi dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi pada LAZ Rumah Zakat). *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 2016, hlm. 205-218.

Penelitian mengenai layanan kepuasan donatur telah dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya oleh Terdapat beberapa penelitian sebelumnya terkait kepuasan donatur pada suatu lembaga amil zakat. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Sutomo, Mukhamad Najib, dan Setiadi Djohar dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki (Studi Kasus LAZ PKPU Yogyakarta) dengan hasil penelitian yaitu atribut pelayanan yang harus ditingkatkan kinerjanya adalah permasalahan zakat diselesaikan dengan cepat dan segera serta karyawan merespon dan menindaklanjuti keluhan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan Muzakki Memengaruhi loyalitas dan nilai indeks kepuasan Muzakki sebesar 82,34% yang berarti bahwa Muzakki telah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan tingkat loyalitas Muzakki sebesar 84,7% yang berarti bahwa Muzakki telah loyal kepada LAZ PKPU Yogyakarta.⁴ Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Anwar dengan judul "Analisis Kepuasan Mustahiq Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Importance Performance Analysis* (Studi Kasus Pada Baitul Mal)" hasil penelitiannya yaitu prioritas atribut yang harus ditingkatkan kinerjanya yaitu kinerja dalam menyelesaikan masalah mustahiq terkait program zakat tepat waktu, Amil dapat menjelaskan informasi kepada mustahiq dengan jelas, Amil memiliki pengetahuan tentang zakat, zakat yang diberikan Baitul Mal kota Lhokseumawe telah memenuhi kebutuhan pokok mustahiq, dan zakat yang diberikan Baitul Mal kota Lhokseumawe mampu meningkatkan kesejahteraan mustahiq.⁵ Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Shoffan Maulana dan Ilmiawan Auwalin dengan judul "Analisis *Islamic Service Quality* Pada Kualitas Pendidikan Pondok Pesantren Al Rosyid Kabupaten Bojonegoro Dengan Metode *Importance Performance Analysis*" hasilnya adalah prioritas atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya yaitu keamanan dan kenyamanan (termasuk kebersihan, estetika, dan kecukupan) asrama, kualitas fasilitas mck (termasuk kecukupan jumlah dan kebersihan), kenyamanan (termasuk kebersihan dan estetika) ruang belajar, kualitas (termasuk porsi dan kesehatan) makanan di kantin. Penelitian ini juga menunjukkan tingkat kepuasan pengguna sebesar 85,4%.⁶ Penelitian lainnya yang dilakukan

⁴ Sutomo, Najib, M. & Djohar, S., Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki (Studi Kasus LAZ PKPU Yogyakarta). *Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 2017, hlm.59-70

⁵ Anwar, A., Analisis Kepuasan Mustahiq Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus Pada Baitul Mal). *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 2018, hlm. 34-39.

⁶ Maulana, S. & Auwalin, I., Analisis Islamic Service Quality Pada Kualitas Pendidikan Pondok Pesantren Al Rosyid Kabupaten Bojonegoro Dengan Metode Importance Performance Analysis. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan* The 6th ICO EDUSHA 2025

Vol. 6 .No.1 Juni 2025

E-ISSN. 2775-930X

oleh Yudi Siyamto dengan judul "Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Terhadap Kepuasan Nasabah" hasilnya prioritas atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya yaitu karyawan yang dapat dipercaya dan pihak bank mampu membantu memecahkan masalah nasabah. Penelitian ini juga menunjukkan tingkat kepuasan nasabah terhadap bank yang terdiri dari Bank Mega, Bank BNI, dan Bank Mandiri yaitu sebesar 80,8%.⁷ Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Fransiska Prihatini Sihotang dan Rani Oktarina dengan judul "Penggunaan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Dalam Menganalisis Pengaruh Sistem E-Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan" hasilnya prioritas atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya yaitu fitur aplikasi terlihat rapi dan tidak membingungkan, tampilan login terlihat rapi dan menarik, informasi yang jelas, informasi yang akurat, informasi tidak membingungkan, *response time* cukup cepat, cepat dalam memberikan informasi, dan melayani keluhan yang diberikan pelanggan (*e-care*). Penelitian ini juga menunjukkan tingkat kepuasan responden sebesar 93%.⁸

Berdasarkan uraian di atas, belum terdapat penelitian terkait kepuasan donatur di LMI, selain itu jumlah responden pada penelitian sebelumnya kurang dari 150 responden sehingga peneliti memperbesar jumlah responden pada penelitian ini. Di samping itu, penelitian ini berperan sebagai bahan pendukung dan pengembangan bagi LMI.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang bertujuan untuk memetakan hubungan antara kinerja dengan kepentingan dari masing-masing atribut/ Pernyataan sehingga dapat dilihat kuadran dari masing-masing atribut atau pernyataan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengukur tingkat kepuasan donatur LMI terhadap layanan berdasarkan dimensi empati, daya tanggap, kehandalan, dan jaminan.

Terapan, 6(10), 2019, hlm. 2025-2040

⁷ Siyamto, Y., Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) Dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(1), 2017, hlm. 63-76.

⁸ Sihotang, F. P. & Oktarina, R., Penggunaan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Dalam Menganalisis Pengaruh Sistem E-Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 3(1), 2022, hlm. 1-12

2. Menentukan atribut layanan yang menjadi prioritas perbaikan dan yang harus dipertahankan berdasarkan analisis IPA.

Selain itu, sebagian besar studi sebelumnya lebih banyak berfokus pada aspek eksternal lembaga (seperti saluran distribusi dana atau transparansi keuangan), namun belum secara mendalam mengevaluasi dimensi layanan non-fisik seperti empati, daya tanggap, kehandalan, dan jaminan dari perspektif donatur. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan melakukan pendekatan terintegrasi melalui uji validitas dan reliabilitas, penghitungan indeks kepuasan (CSI), serta pemetaan atribut layanan melalui metode IPA dalam konteks LMI sebagai studi kasus.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur tentang pengukuran kualitas layanan pada lembaga filantropi Islam, khususnya dengan menggabungkan metode IPA dan CSI yang masih jarang diterapkan secara simultan. Secara praktis, hasil penelitian ini menjadi masukan strategis bagi manajemen LMI dalam pengambilan keputusan berbasis data guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas donatur di masa depan.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan survei, yang bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan donatur terhadap layanan Lembaga Manajemen Infaq (LMI) dan menganalisis prioritas peningkatan layanan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Importance Performance Analysis* dengan pendekatan kuantitatif. *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat digunakan untuk merangking berbagai elemen dari kumpulan jasa dan mengidentifikasi tindakan yang diperlukan. Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa besar pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan. *Importance Performance Analysis* adalah salah satu metode dalam penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) dari suatu atribut layanan, produk, atau kebijakan menurut persepsi responden. Metode *Importance Performance Analysis* bertujuan untuk mengidentifikasi atribut-atribut yang penting bagi

pelanggan/responden, Mengukur sejauh mana kinerja (performance) dari atribut-atribut tersebut, Menentukan prioritas perbaikan atau peningkatan layanan berdasarkan perbandingan antara pentingnya suatu atribut dan tingkat kinerjanya. Sedangkan karakteristik Metode *Importance Performance Analysis* adalah pendekatan kuantitatif, karena data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis secara statistik, Umumnya menggunakan skala Likert (misalnya 1–5 atau 1–7) untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja dan Dapat divisualisasikan dalam bentuk diagram kartesius (quadrant analysis).

Hasil

Bab ini menjelaskan hasil dari analisis yang diperoleh mengenai kepuasan donatur Lembaga Manajemen Infaq (LMI) menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dengan hasil analisis sebagai berikut.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah instrumen dalam penelitian dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan *software* SPSS dan reliabilitas dari variabel yang ada dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.⁹

Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas

Dimensi	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>		Keterangan
	Kinerja/Kepuasan	Harapan/Kepentingan	
Bukti Fisik (X_1)	0,473	0,463	Tidak Reliabel
Empati (X_2)	0,693	0,668	Reliabel
Daya Tanggap (X_3)	0,781	0,772	Reliabel
Kehandalan (X_4)	0,752	0,787	Reliabel
Jaminan (X_5)	0,742	0,727	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang disajikan dalam Tabel 1 diketahui bahwa terdapat nilai

⁹ Ghozali, I., *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. 8 ed. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016)

Cronbach's Alpha kurang dari 0,6 yaitu pada dimensi bukti fisik. Dengan demikian seluruh atribut pada dimensi bukti fisik dikeluarkan dari instrumen penelitian. Di samping itu dimensi empati, daya tanggap, kehandalan, dan jaminan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 dimensi tersebut dapat dikatakan sudah reliabel. Dikarenakan terdapat dimensi yang tidak reliabel, oleh karena itu perlu dilakukan pengujian ulang uji reliabilitas tanpa menyertakan dimensi bukti fisik. Berikut hasil uji reliabilitas instrumen penelitian tanpa dimensi bukti fisik.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian ulang uji reliabilitas yang disajikan dalam Tabel 2 diperoleh nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6 untuk keempat dimensi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kelayakan butir-butir dari suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel atau atribut. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan tanpa menyertakan dimensi bukti fisik. Suatu variabel atau atribut pertanyaan dikatakan valid jika nilai P-value yang dihasilkan kurang dari tingkat signifikansi (5%). Hasil uji validitas untuk setiap atribut disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

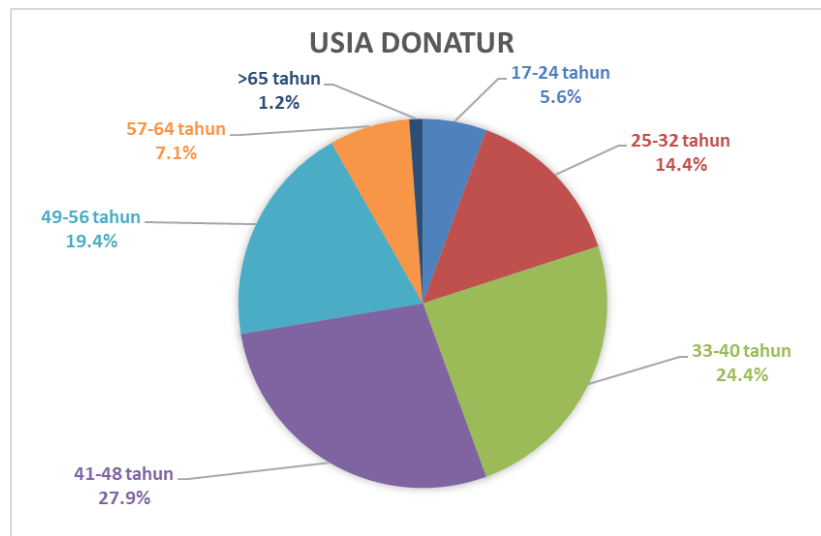
Dimensi	Atribut	Kinerja/Kepuasan	Harapan/Kepentingan	Keterangan
		P-Value	P-Value	
Empati (X_2)	$X_{2.1}$	0.000	0.000	Valid
	$X_{2.2}$	0.000	0.000	Valid
	$X_{2.3}$	0.000	0.000	Valid
Daya Tanggap (X_3)	$X_{3.1}$	0.000	0.000	Valid
	$X_{3.2}$	0.000	0.000	Valid
	$X_{3.3}$	0.000	0.000	Valid
Kehandalan (X_4)	$X_{4.1}$	0.000	0.000	Valid
	$X_{4.2}$	0.000	0.000	Valid
Jaminan (X_5)	$X_{5.1}$	0.000	0.000	Valid
	$X_{5.2}$	0.000	0.000	Valid

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa keseluruhan atribut pertanyaan mempunyai *P-value* kurang dari tingkat signifikansi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa keseluruhan atribut pertanyaan adalah valid dan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Analisa Deskriptif

Hasil analisis statistika deskriptif terkait layanan kepuasan donatur di LMI adalah sebagai berikut.

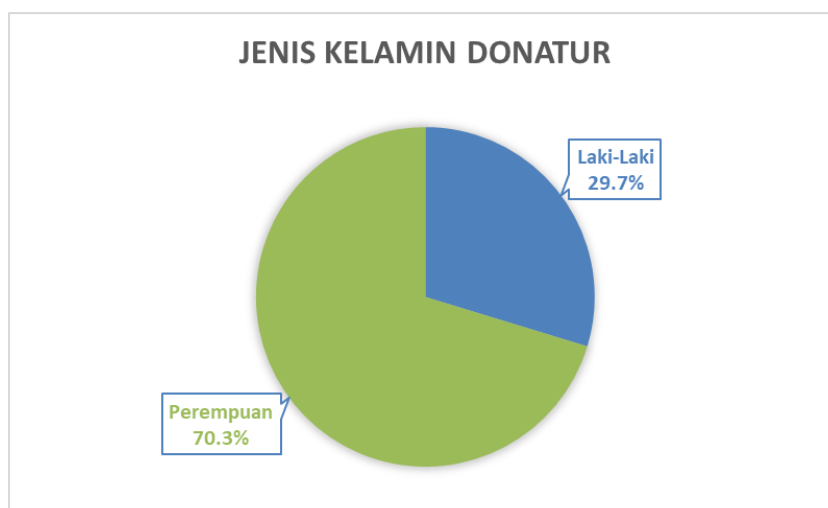
- a. Hasil analisis karakteristik donatur LMI berdasarkan usia



Gambar 1. Persentase Donatur LMI Berdasarkan Usia

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa dari 340 donatur LMI mayoritas berada pada rentang usia 41 - 48 tahun dengan cakupan sebanyak 27,9% atau 95 donatur; diikuti rentang usia 33 - 40 tahun sebanyak 24,4% atau 83 donatur; rentang usia 49 - 56 tahun sebanyak 19,4% atau 66 donatur; rentang usia 25 - 32 tahun sebanyak 14,4% atau 49 donatur; rentang usia 57 - 64 tahun sebanyak 7,1% atau 24 donatur; rentang usia 17 - 24 tahun sebanyak 5,6% atau 19 donatur; serta rentang usia donatur paling sedikit terletak pada rentang usia > 65 tahun dengan cakupan sebanyak 1,2% atau 4 donatur.

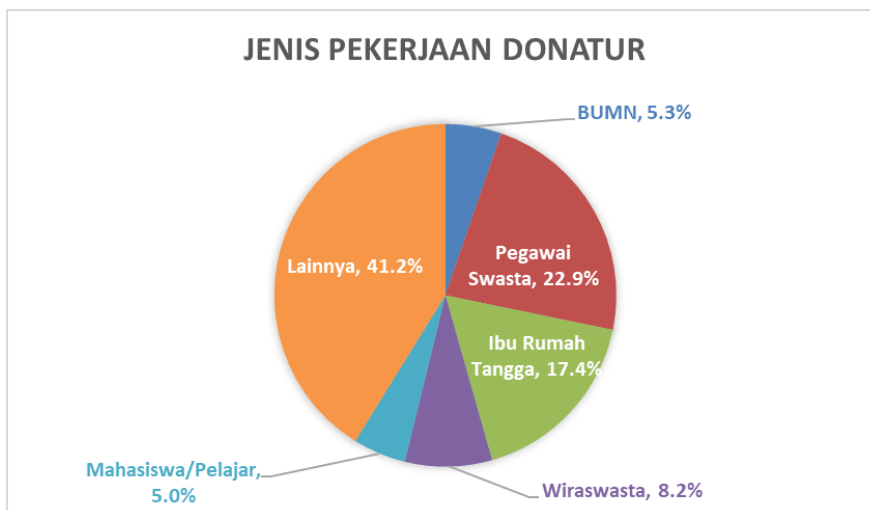
b. Hasil analisis karakteristik donatur LMI berdasarkan jenis kelamin



Gambar 2. Persentase Donatur LMI Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 2 menunjukkan bahwa dari 340 donatur LMI mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan cakupan sebesar 70,3% atau sebanyak 239 donatur dan sisanya adalah donatur berjenis kelamin laki-laki dengan cakupan sebesar 29,7% atau sebanyak 101 donatur.

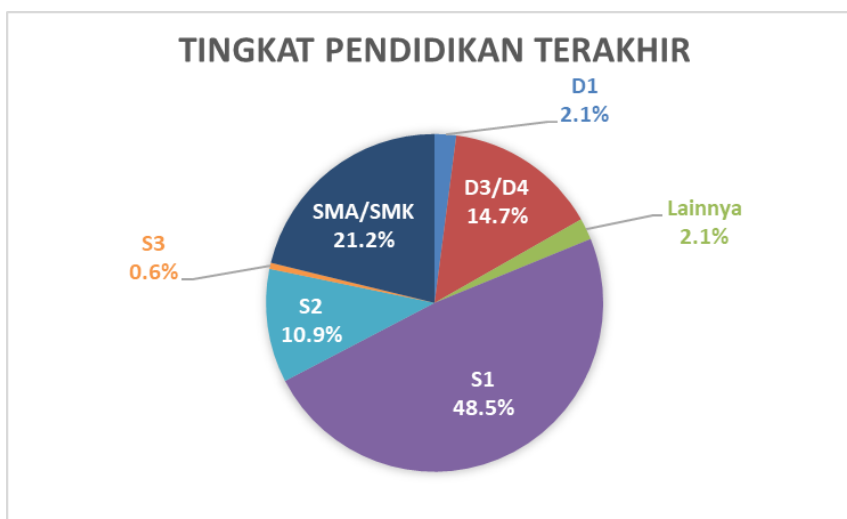
c. Hasil analisis karakteristik donatur LMI berdasarkan jenis pekerjaan



Gambar 3. Persentase Donatur LMI Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan Gambar 3 menunjukkan bahwa dari 340 donatur LMI mayoritas bekerja pada bidang lainnya dengan cakupan sebesar 41,2% atau sebanyak 140 donatur, 78 donatur atau sebesar 22,9% donatur bekerja sebagai pegawai swasta, 59 donatur atau sebesar 17,4% donatur bekerja sebagai ibu rumah tangga, 28 donatur atau sebesar 8,2% donatur bekerja sebagai wiraswasta, 18 donatur atau sebesar 5,3% donatur bekerja sebagai pegawai BUMN, dan sisanya 17 donatur atau sebesar 5% donatur masih berstatus sebagai mahasiswa atau pelajar.

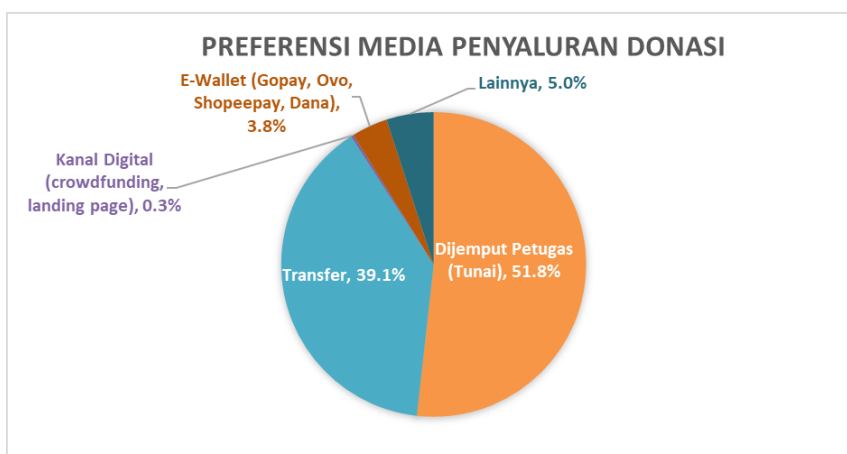
d. Hasil analisis karakteristik donatur LMI berdasarkan tingkat pendidikan terakhir



Gambar 4. Persentase Donatur LMI Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Berdasarkan Gambar 4 menunjukkan bahwa dari 340 donatur LMI mayoritas donatur memiliki tingkat pendidikan terakhir S1 dengan cakupan sebesar 48,5% atau sebanyak 165 donatur; sebanyak 72 donatur atau sebesar 21,2 % donatur berpendidikan terakhir SMA/SMK; sebanyak 50 donatur atau sebesar 14,7% donatur berpendidikan terakhir D3/D4; sebanyak 37 donatur atau sebesar 10,9% donatur berpendidikan terakhir S2; sebanyak 7 donatur atau sebesar 2,1% donatur berpendidikan terakhir D1; sebanyak 2 donatur atau sebesar 0,6% berpendidikan terakhir S3; sedangkan 7 donatur lainnya atau sebesar 2,1% donatur memiliki tingkat pendidikan terakhir lainnya.

e. Hasil analisis karakteristik donatur LMI berdasarkan media penyaluran donasi



Gambar 5. Preferensi Media Pembayaran Oleh Donatur Lembaga Manajemen Infaq

Berdasarkan Gambar 5 menunjukkan bahwa dari 340 donatur LMI mayoritas menyukai pembayaran donasi secara tunai melalui pembayaran jemput bola oleh petugas dengan cakupan

sebesar 51,8% atau sebanyak 176 donatur. Sebanyak 133 donatur atau sebesar 39,1% donatur memilih melakukan penyaluran donasi melalui transfer bank; 14 donatur atau sebesar 3,8% donatur memilih melakukan penyaluran donasi melalui pembayaran via *e-wallet* seperti Gopay, Shopeepay, Ovo, dan Dana; hanya 1 donatur atau sebesar 0,3% donatur yang memilih melakukan penyaluran donasi melalui kanal digital seperti *crowdfunding* dan *landing page*; sedangkan sisanya yaitu sebanyak 17 donatur atau sebesar 5% donatur memilih melakukan penyaluran donasi melalui media lainnya yang tidak disebutkan dalam survey.

Hasil analisis karakteristik donatur LMI berdasarkan domisili responden

Tabel 3 Karakteristik Domisili Responden

Domisili Responden	Jumlah Responden	Domisili Responden	Jumlah Responden
Sidoarjo	41	Sumenep	5
Mojokerto	38	Kalimantan Selatan	4
Kediri	32	Probolinggo	4
Magetan	26	Banyuwangi	3
Surabaya	24	Bondowoso	2
Pasuruan	22	Lampung	2
Blitar	20	Palembang	2
Trenggalek	14	Semarang	2
Bangkalan	13	Balikpapan	1
Tulungagung	11	Bantul	1
Madiun	10	Depok	1
Malang	10	Garut	1
Nganjuk	9	Gorontalo	1
Pacitan	8	Jember	1
Bojonegoro	6	Jogjakarta	1
Ngawi	6	Kepulauan Riau	1
Ponorogo	6	Sampang	1
Pamekasan	5	Wamena	1
Situbondo	5		

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa dari 340 donatur LMI yang menjadi responden terdapat 5 domisili dengan jumlah responden terbanyak yaitu Sidoarjo sebanyak 41 donatur, Mojokerto sebanyak 38 donatur, Kediri sebanyak 32 donatur, Magetan sebanyak 26 donatur, dan Surabaya sebanyak 24 donatur. Secara deskriptif sebaran donatur yang menjadi responden masih

belum merata sebab terdapat beberapa area kantor LMI cabang yang tidak ada respondennya.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) atau lebih dikenal dengan indeks kepuasan konsumen merupakan metode yang menggunakan indeks untuk mengukur tingkat customer satisfaction berdasarkan atribut-atribut tertentu. Atribut yang diukur dapat berbeda untuk masing-masing industry, bahkan untuk masing-masing perusahaan. Hal ini tergantung pada kebutuhan informasi yang ingin didapatkan perusahaan pada konsumen.¹⁰

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan indeks yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut-atribut tertentu. Customer satisfaction index (CSI) adalah analisis kuantitatif berupa persentase pelanggan yang senang dalam suatu survei kepuasan pelanggan. CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa.¹¹ Secara umum jika nilai CSI diatas 50 persen dapat dikatakan bahwa pelanggan sudah merasa puas, sedangkan nilai CSI dibawah 50 persen dapat dikatakan bahwa pelanggan merasa belum puas. Penelitian ini nilai CSI dibagi menjadi lima kriteria dari tidak puas sampai dengan sangat puas sebagai berikut:

Tabel 5 Nilai Customer Satisfaction Index

Nilai CSI (%)	Kriteria Nilai CSI
81-100	Sangat Puas
66-80	Puas
51-65	Cukup Puas
34-50	Tidak Puas
0-33	Sangat Tidak Puas

Sumber: (Sukardi & Chandrawatisma, 2006)

Setelah mendapatkan nilai CSI maka dapat diketahui dengan menyamakan nilai CSI dengan tabel diatas dan dapat disimpulkan kecil atau besarnya kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan.

Analisis CSI dilakukan untuk mengetahui indeks kepuasan donatur dan dijadikan acuan

¹⁰ Khoirunnisa, S. & Astutik, S. P., Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang di Terminal Domestik Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo (oyolali Dengan Metode Customer Satisfaction Index. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 2022, pp. 2723-2328.

¹¹ Budhi, I. G. K. T. P. & Sumiari, N. K., Pengukuran Customer Satisfaction Index Terhadap Pelayanan di Century Gym. *Jurnal Ilmiah SISFOTENIKA*, 11(1), 2017, pp. 25-37.

pembentukan strategi khusus guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelayanan oleh lembaga.

Tabel 6 Hasil *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Atribut	Rata-Rata Skor Harapan	Weight Factor	Rata-Rata Skor Kinerja	Weight Factor
$X_{2,1}$	3,729411765	10,36089461	3,597058824	38,64004226
$X_{2,2}$	3,414705882	9,818705524	3,408823529	33,52799151
$X_{2,3}$	3,332352941	9,615384615	3,338235294	32,0418552
$X_{3,1}$	3,458823529	9,776347001	3,394117647	33,81465904
$X_{3,2}$	3,3	9,547610979	3,314705882	31,50711623
$X_{3,3}$	3,467647059	9,818705524	3,408823529	34,04780533
$X_{4,1}$	3,505882353	9,894950864	3,435294118	34,69053362
$X_{4,2}$	3,573529412	10,08132836	3,5	36,02592342
$X_{5,1}$	3,726470588	10,56421552	3,667647059	39,36723842
$X_{5,2}$	3,723529412	10,521857	3,652941176	39,178444
Total				352,841609
Nilai CSI				$\frac{352,841609}{5}$ $\times 100\%$ $= 70,57\%$

Berdasarkan Tabel 6 hasil perhitungan nilai CSI diperoleh nilai sebesar 70,57% Nilai tersebut berada pada interval nilai “66 – 80” pada Tabel 2.1 yang berarti secara keseluruhan donatur LMI puas terhadap layanan yang telah diberikan. Walaupun sudah mendapatkan nilai CSI yang baik, pihak LMI perlu meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan di LMI.

Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

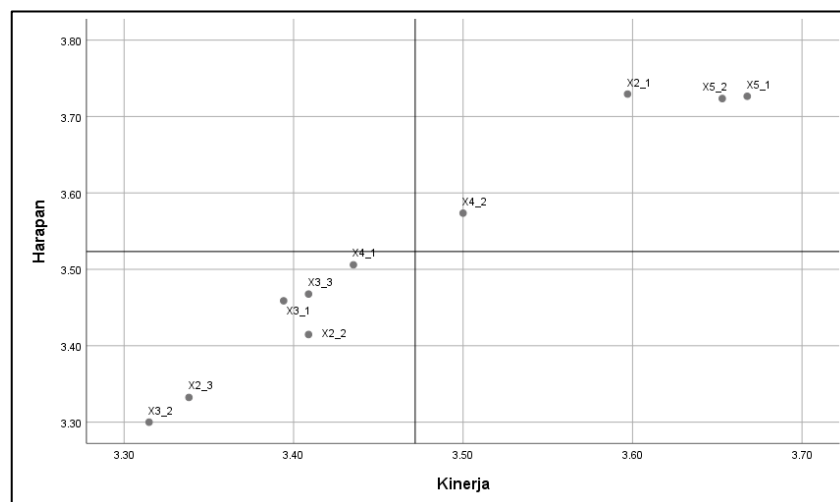
Metode Importance Performance Analysis (IPA) diperkenalkan oleh Martila dan James pada 1977. IPA digunakan untuk mengukur hubungan antara prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai kuadran analisis dan persepsi konsumen. Pada diagram kartesius, sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi skor tingkat kepentingan.¹² IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisis yang memudahkan usulan perbaikan kinerja. IPA bertujuan untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut pelanggan sangat mempengaruhi loyalitas dan

¹² Tjiptono, F., *Pemasaran Jasa: Prinsip Penerapan dan Penelitian.* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014)
 The 6th ICO EDUSHA 2025
 Vol. 6 .No.1 Juni 2025
 E-ISSN. 2775-930X

kepuasan mereka, dan faktor-faktor pelayanan perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan pelanggan.

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode deskriptif kualitatif-kuantitatif dalam menganalisis data penelitian untuk menjawab perumusan masalah mengenai sampai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja suatu layanan. Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan pengguna jasa dapat menghasilkan suatu diagram kartesius yang dapat menunjukkan letak faktor-faktor atau unsur-unsur yang dianggap mempengaruhi kepuasan pengguna jasa. Penerapan teknik IPA dimulai dengan identifikasi atribut-atribut dapat dikembangkan dengan mengacu kepada literatur-literatur, melakukan interview, dan menggunakan penilaian manajerial.¹³

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk membandingkan penilaian konsumen antara kepentingan (*importance*) dengan kinerja (*performance*). Berikut hasil analisis IPA untuk lima dimensi.



Gambar 6. Diagram Kartesius IPA Kepuasan Donatur

Hasil visualisasi dari Gambar 6 menggambarkan penentuan pemetaan yang dijelaskan pada Tabel 7 berikut.

¹³ Wudjanarko, S. W., Sulastrri, D. & Wahyuni, A., *Metode Importance Performance Analysis (IPA) untuk Mengukur Kinerja Prasarana Kereta Api Melalui Kepuasan Pelanggan.* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020)

Tabel 7 Pemetaan Hasil Analisis *Importance Performance*

Kuadran	Atribut	Keterangan
Pertahankan Prestasi (II)	$X_{2.1}$	Penerapan 3S (Senyum, Sapa, dan Salam)
	$X_{4.2}$	Keakuratan dan transparansi pengelolaan dana umat
	$X_{5.1}$	Dana tepat sasaran
	$X_{5.2}$	Kerahasiaan data donatur
Prioritas Rendah (III)	$X_{2.2}$	Rutin memberikan laporan ke donatur sebelum diminta
	$X_{2.3}$	Melibatkan donatur dalam setiap program kerja LMI
	$X_{3.1}$	Kecepatan, kesigapan, ketepatan waktu, dan ketanggapan Amil LMI dalam merespon Donatur LMI
	$X_{3.2}$	Pemberian <i>broadcast</i> melalui chat pribadi (<i>whatsapp</i>)
	$X_{3.3}$	Amil LMI memiliki produk <i>knowledge</i> yang baik
	$X_{4.1}$	Ketelitian, keakuratan, dan kejelasan dari amil LMI

Tabel 7 menunjukkan bahwa tidak terdapat atribut yang perlu diprioritaskan utama untuk diperhatikan, hal ini dapat dilihat pada kuadran I yang berarti bahwa aspek yang dianggap penting oleh donatur namun tidak terlaksanakan dengan baik oleh lembaga. Pada kasus ini tidak ada variabel yang termasuk dalam kategori kuadran I dikarenakan hal yang dianggap penting oleh donatur sudah terlaksana dengan baik oleh lembaga. Lalu atribut yang perlu dipertahankan karena kinerja sesuai dengan harapan donatur dalam hal ini adalah kuadran II meliputi variabel penerapan 3S (Senyum, Sapa, dan Salam); transparansi dan keakuratan data pengelolaan dana umat; dana tepat sasaran; dan kerahasiaan data donatur. Adapun atribut yang memiliki prioritas rendah berpengaruh terhadap kepuasan donatur karena memiliki kinerja di bawah harapan donatur dalam hal ini adalah kuadran III yang meliputi variabel rutin memberikan laporan ke donatur; melibatkan donatur dalam setiap program kerja; kecepatan, kesigapan, ketepatan waktu, dan ketanggapan Amil LMI dalam merespon Donatur LMI; pemberian *broadcast* melalui chat; amil LMI memiliki produk *knowledge* yang baik; dan ketelitian, keakuratan, dan kejelasan

dari amil LMI. Sedangkan atribut yang dianggap kurang penting menurut donatur karena kinerja telah melebihi harapan donatur sehingga tidak perlu dilakukan perbaikan dalam hal ini adalah kuadran IV. Pada kasus ini tidak ada variabel yang termasuk dalam kategori kuadran IV dikarenakan pelayanan yang diberikan LMI kepada donatur sudah cukup baik, di samping itu harapan donatur terkait pelayanan yang diberikan oleh LMI lebih kecil dibandingkan dengan kinerja yang sudah dicapai oleh LMI.

Diskusi

Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa donatur Lembaga Manajemen Infaq (LMI) merasa puas terhadap layanan yang mereka terima, dengan beberapa atribut pelayanan menempati posisi strategis untuk dipertahankan. Hal ini menjawab tujuan awal penelitian, yaitu untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan donatur serta memetakan atribut layanan berdasarkan kepentingan dan kinerja melalui pendekatan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA).

Dari perspektif teoritis, hasil ini mengonfirmasi relevansi teori SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, terutama pada dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Keempat dimensi ini terbukti mampu merepresentasikan kualitas layanan yang dirasakan donatur dalam konteks lembaga filantropi Islam. Dimensi-dimensi tersebut, ketika dikelola dengan baik, berperan penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas donatur. Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa transparansi pengelolaan dana, kecepatan pelayanan, serta etika personal Amil sangat berpengaruh terhadap kepuasan donatur di lembaga zakat. Namun, penelitian ini memberikan kebaruan metodologis karena tidak hanya menggunakan pendekatan SERVQUAL atau CSI secara terpisah, melainkan mengintegrasikan keduanya dalam kerangka Importance Performance Analysis (IPA) untuk memetakan prioritas perbaikan secara visual dan strategis.

Secara ilmiah, dimensi-dimensi yang berada di kuadran II menunjukkan bahwa harapan dan kinerja telah selaras, yang merupakan pertanda kuat bahwa LMI telah menjalankan pelayanan sesuai standar yang diharapkan oleh donatur. Hal ini penting karena kesesuaian

antara harapan dan persepsi kinerja adalah inti dari kepuasan konsumen. Sebaliknya, atribut yang berada di kuadran III menunjukkan area yang secara strategis kurang mendapat perhatian dari donatur atau belum dianggap krusial dalam membentuk kepuasan mereka. Meski begitu, dalam jangka panjang, dimensi ini tidak boleh diabaikan, karena persepsi donatur dapat berubah seiring waktu, sebagaimana dikemukakan oleh Kotler dan Keller bahwa persepsi pelanggan bersifat dinamis dan sensitif terhadap interaksi layanan yang berulang.

Dibandingkan dengan penelitian sejenis, seperti studi oleh Amiruddin yang meneliti kepuasan donatur di LAZ lain, ditemukan perbedaan signifikan pada metode pembayaran donasi. Mayoritas donatur LMI masih memilih metode jemput bola, berbeda dengan kecenderungan nasional yang mulai bergeser ke pembayaran digital. Ini menunjukkan bahwa preferensi donatur LMI masih berbasis pada proses interaksi personal langsung, yang dapat mencerminkan nilai kepercayaan dan kemudahan aksesibilitas.

Meski memberikan gambaran menyeluruh mengenai persepsi dan kepuasan donatur LMI, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penggunaan accidental sampling membatasi generalisasi hasil pada populasi yang lebih luas. Kedua, dimensi yang digunakan hanya mencakup empat aspek pelayanan non-fisik karena dimensi fisik dinyatakan tidak reliabel. Ketiga, tidak dilakukan analisis lanjutan seperti regresi atau SEM yang dapat menunjukkan hubungan sebab-akibat antar dimensi secara mendalam.

Namun demikian, temuan ini memberikan implikasi praktis yang kuat bagi manajemen LMI. Atribut yang masuk kuadran II harus terus dijaga kualitasnya melalui pelatihan SDM, sistem monitoring dan evaluasi rutin, serta inovasi layanan digital. Sementara itu, aspek-aspek di kuadran III dapat mulai ditingkatkan secara bertahap, seperti memperkuat komunikasi digital dan meningkatkan partisipasi donatur dalam program kerja.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil analisis kepuasan donatur terhadap layanan yang diberikan oleh LMI yaitu sebagai berikut.

1. Berdasarkan analisis statistik secara deskriptif dapat diketahui bahwa karakteristik data donatur LMI mayoritas berjenis kelamin perempuan dan berusia 41– 48 tahun. Di

samping itu mayoritas donatur LMI berpendidikan terakhir S1 dan mayoritas pekerjaan donatur selain karyawan BUMN, karyawan swasta, ibu rumah tangga, wiraswasta, dan pelajar/mahasiswa. Adapun sebagian besar donatur lebih menyukai berdonasi secara tunai melalui petugas dengan cara dijemput langsung di rumah donatur.

2. Berdasarkan hasil analisis IPA diketahui bahwa atribut yang perlu dipertahankan karena kinerja sesuai dengan harapan donatur dalam hal ini adalah kuadran II meliputi variabel penerapan 3S (Senyum, Sapa, dan Salam); transparansi dan keakuratan data pengelolaan dana umat; dana tepat sasaran; dan kerahasiaan data donatur. Adapun atribut yang memiliki prioritas rendah berpengaruh terhadap kepuasan donatur karena memiliki kinerja di bawah harapan donatur dalam hal ini adalah kuadran III yang meliputi variabel rutin memberikan laporan ke donatur; melibatkan donatur dalam setiap program kerja; kecepatan, kesigapan, ketepatan waktu, dan ketanggapan Amil LMI dalam merespon Donatur LMI; pemberian *broadcast* melalui chat; amil LMI memiliki produk *knowledge* yang baik; dan ketelitian, keakuratan, dan kejelasan dari amil LMI. Di samping itu secara keseluruhan donatur LMI merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh LMI yang digambarkan melalui nilai CSI sebesar 70,57%.

Referensi

Anwar, A., 2018. Analisis Kepuasan Mustahiq Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus Pada Baitul Mal). *Jurnal Sistem Teknik Industri*, pp. 20(1), hlm.34-39.

Arianto, N. & Patilaya, E., 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Pepper Pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro. *Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumber daya Manusia dan Keuangan*, 6(2), hlm. 143-154.

Aunillah, A. M., 2022. *Tinjauan Hukum Islam Tentang Pemanfaatan Dana Infak Donatur Dompot Dhuafa untuk Usaha Budidaya Ikan Lele dan Kangkung (Studi Kasus Desa Ngararatu Kecamatan Natar Lampung Selatan)*, Lampung: UIN Raden Intan Lampung.

Budhi, I. G. K. T. P. & Sumiari, N. K., 2017. Pengukuran Customer Satisfaction Index Terhadap Pelayanan di Century Gym. *Jurnal Ilmiah SISFOTENIKA*, 11(1), hlm. 25-37.

Fathony, A., 2018. Optimalisasi Peran dan Fungsi Lembaga Amil Zakat Dalam Menjalankan Fungsi Sosial. *Jurnal Kajian Hukum Islam dan Hukum Ekonomi Islam*, 2(1).

- Ghozali, I., 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. 8 ed. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gumanti, F. L., 2021. *Pengaruh Sistem Layanan Jemput Zakat dan Transfer Rekening Terhadap Kepuasan Donatur LAZISMU Kota Medan*, Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Hendrianto, 2016. Kepuasan Muzakki Terhadap Kualitas Pelayanan Zakat Pada BAZ (Badan Amil Zakat) Kabupaten Kerinci. *Jurnal Al Falah: Journal Of Islamic Economics*, 1(2), hlm. 166.
- Kasmir, 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Khoirunnisa, S. & Astutik, S. P., 2022. Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang di Terminal Domestik Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo Boyolali Dengan Metode Customer Satisfaction Index. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), hlm. 2723-2328.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 ed. Jakarta: PT Index.
- Maulana, S. & Auwalin, I., 2019. Analisis Islamic Service Quality Pada Kualitas Pendidikan Pondok Pesantren Al Rosyid Kabupaten Bojonegoro Dengan Metode Importance Performance Analysis. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(10), hlm. 2025-2040.
- Mulyapradana, A. & Atik, L. I., 2018. Tata Kelola Administrasi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi di PT. BAM Kabupaten Tegal. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan (Juripol)*, 1(1), hlm. 14-24.
- Nikmatuniayah & Marliyati, 2015. Akuntabilitas Laporan Keuangan Lembaga Amil Zakat di Kota Semarang. *Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 31(2), hlm.. 485-494.
- Salam, H. A. & Jaharuddin, J., 2022. Analisis Pengelolaan Dana Zakat Produktif Pada Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Cabang Banten. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2), hlm. 18-38.
- Sihotang, F. P. & Oktarina, R., 2022. Penggunaan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) Dalam Menganalisis Pengaruh Sistem E-Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 3(1), hlm. 1-12.
- Siyamto, Y., 2017. Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI) Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(1), hlm. 63-76.
- Sukardi & Chandrawatisma, C., 2006. Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Pelanggan Terhadap Produk Cornet Produksi PT CIP. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 18(2), hlm. 106-117.
- Sunyoto, D. & Admojo, T., 2014. *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.

Sutomo, Najib, M. & Djohar, S., 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Lemmbaga Amil Zakat (LAZ) terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki (Studi Kasus LAZ PKPU Yogyakarta). *Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1), hlm. 59-70.

Tjiptono, F., 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wudjanarko, S. W., Sulastri, D. & Wahyuni, A., 2020. *Metode Importance Performance Analysis (IPA) untuk Mengukur Kinerja Prasarana Kereta Api Melalui Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Yuliafitri, I. & Khoiriyah, A. N., 2016. Pengaruh Kepuasan MUzakki, Transparansi dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi pada LAZ Rumah Zakat). *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), hlm. 205-218.