

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

## **Rambe Khairuddin Ery (2018): "Pengaruh Reputasi Organisasi terhadap Kepercayaan Muzakki di Lemabaga Amil Zakat Swadaya Ummah Pekanbaru".**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perbedaan hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh reputasi organisasi terhadap kepercayaan *muzakki*. Dimana penelitian yang telah dilakukan sebelumnya ada yang berpengaruh signifikan dan ada yang tidak berpengaruh sama sekali.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara reputasi organisasi terhadap kepercayaan *muzakki*, bagaimana tinjauan ekonom islam tentang pengaruh reputasi organisasi terhadap kepercayaan *muzakki* di Lembaga Amil Zakat Swadaya Ummah Pekanbaru. Permasalahan penelitian ini adalah apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara reputasi organisasi terhadap kepercayaan *muzakki*, bagaimanakah reputasi organisasi lembaga amil zakat Swadaya Ummah Pekanbaru menurut *muzakki*.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, sumber data yang digunakan adalah data primer, sekunder dan tertier. Sebanyak 11.216 *muzakki* yang ada di LAZ Swada Ummah, diambil sampel sebanyak 99 responden, pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan rumus *slovin*. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis statistik *deskriptif*.

Setelah penulis melakukan penelitian, dapat diketahui bahwa reputasi LAZ Swadaya Ummah Pekanbaru tergolong baik, kemudian hubungan dengan pengujian hipotesis penelitian didapatkan hasil terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi organisasi terhadap kepercayaan *muzakki*. Berdasarkan koefisien korelasi (R) menunjukkan bahwa nilai R sebesar  $0,555 > R$  tabel 5% (99-2) 0,198. Hal ini terjadi hubungan yang sangat erat antara reputasi organisasi terhadap kepercayaan *muzakki* karena nilai mendekati 1. Persamaan regresi yang diperoleh yaitu  $Y=10,973 + 0,2,07X$ . Nilai 10,973 merupakan konstanta yang apabila variabel bebas dianggap nol (0) maka nilai Kepercayaan *Muzakki* sebesar 10,973. Nilai 0,207 merupakan koefisien regresi Reputasi Organisasi. Artinya setiap peningkatan reputasi organisasi sebesar 1, maka akan meningkatkan kepercayaan *muzakki* sebesar 0,207, dengan asumsi variabel lain tetap.

Tinjauan ekonomi Islam tentang pengaruh reputasi organisasi terhadap kepercayaan *muzakki* di lembaga amil zakat Swadaya Ummah Pekanbaru telah sesuai dengan perspektif ekonomi syariah, karena LAZ Swadaya Ummah telah melakukan 5 faktor dasar pembentuk reputasi organisasi yang sesuai menurut ekonomi islam yaitu komunikasi, sikap profesionalisme, kepercayaan publik, inovasi produk, dan tanggung jawab sosial.