

ABSTRAK

Salah satu permasalahan yang sejak lama terjadi di Indonesia adalah masalah perekonomian. Dalam sudut pandang Islam, potensi zakat di Indonesia masih sangat besar perannya untuk membantu pergerakan ekonomi. Peran Lembaga Amil Zakat (LAZ) sebagai pengelola zakat harus mampu melayani *muzakki* dengan baik, memiliki citra lembaga yang baik dan dapat dipercaya, serta *muzakki*-nya memiliki ikatan yang kuat dengan Tuhan dimana faktor tersebut dapat mempengaruhi minat *muzakki* dalam membayar zakat. Selain itu, Kota Bandung merupakan kota dengan pelaksanaan ZIS tertinggi dibanding kota lainnya di Jawa Barat sehingga potensi zakatnya pun besar. Namun, Rumah Zakat sebagai LAZ menerima dana zakat yang jumlahnya masih jauh jika dibandingkan dengan target dan secara keseluruhan nasional.

Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, citra lembaga, dan religiusitas terhadap minat *muzakki* Kota Bandung dalam membayar zakat di Rumah Zakat.

Metode yang digunakan ialah metode kuantitatif dengan strategi yaitu survei, unit analisis yaitu individu, keterlibatan minimal, berlatarkan *non-contrived*, dan menggunakan metode *cross sectional*. Populasi penelitian ialah masyarakat Kota Bandung yang memenuhi syarat sebagai *muzakki* dan pernah melakukan pembayaran zakat di Rumah Zakat. Penelitian menggunakan jenis *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan jumlah sampel sebanyak 110 responden. Adapun teknik analisis data penelitian menggunakan SEM-PLS dimana kualitas layanan dan citra lembaga menggunakan *second order* yang datanya diolah menggunakan aplikasi SmartPLS 3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat *muzakki* sedangkan citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat *muzakki*. Citra lembaga berpengaruh paling besar terhadap minat *muzakki*.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, Rumah Zakat diharapkan memperkuat *branding* logonya dengan menaruhnya di berbagai atribut media untuk meningkatkan minat *muzakki* dalam berzakat.

Kata kunci: kualitas layanan, citra lembaga, religiusitas, minat