

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Dan Perumusan Masalah.....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.2 <i>Social Marketing</i> (Pemasaran Sosial).....	15
2.1.2.1 Konsep <i>Social Marketing</i> .....	15
2.1.3 <i>Social Marketing Mix</i> .....	17
2.1.3.1 Konsep <i>Social Marketing Mix</i> .....	17
2.1.4 Jasa.....	21
2.1.4.1 Konsep Jasa .....	21
2.1.4.2 Karakteristik Jasa .....	21

2.1.5 Kualitas.....	23
2.1.5.1 Definisi Kualitas .....	23
2.1.6 <i>Service Quality</i> (Kualitas Layanan).....	24
2.1.6.1 Definisi Kualitas Layanan .....	24
2.1.6.2 Dimensi Kualitas Layanan .....	25
2.1.6.3 Model Kesenjangan Kualitas Layanan .....	28
2.1.6.4 Hubungan Organisasi <i>non-profit</i> dan Kualitas Layanan.....	33
2.1.7 <i>Reputation</i> (Reputasi).....	35
2.1.7.1 Definisi Reputasi .....	35
2.1.7.2 Sumber, Dampak, dan Penanganan Reputasi .....	35
2.1.7.3 Manfaat Reputasi .....	38
2.1.7.4 Dimensi Reputasi .....	40
2.1.7.5 Metode Pengukuran <i>Corporate Reputation</i> .....	43
2.1.8 Penelitian Terdahulu .....	46
2.1.9 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Reputasi .....	47
2.2 Kerangka Pemikiran.....	47
2.3 Hipotesis.....	52

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian.....	53
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	53
3.2.1 Metode Penelitian.....	53
3.2.2 Desain Penelitian.....	54
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	55
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data Informasi.....	64
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	66
3.6.1 Populasi.....	66
3.6.2 Sampel.....	67
3.6.2.1 Teknik Penarikan Sampel.....	68

3.7 Rancangan Analisis Data dan Hipotesis.....	68
3.7.1 Rancangan Analisis Data.....	68
3.7.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
3.7.2.1 Uji Validitas.....	69
3.7.2.2 Uji Reliabilitas.....	71
3.7.3 Teknik Analisis Data.....	74
3.7.4 Rancangan Uji Hipotesis.....	78
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian.....	80
4.1.1 Gambaran Umum DPU-DT.....	80
4.1.1.1 <i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i> DPU-DT Bandung.....	81
4.1.1.2 Motto, Visi dan Misi DPU-DT.....	87
4.1.2 Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	88
4.1.3 Gambaran Kualitas Layanan yang Dilakukan oleh DPU-DT Bandung .....	93
4.1.3.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Reliability</i> .....	94
4.1.3.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Responsiveness</i> .....	96
4.1.3.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Assurance</i> .....	98
4.1.3.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Empathy</i> .....	99
4.1.3.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Tangibles</i> .....	101
4.1.3.6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Compliance</i> .....	102
4.1.3.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan.....	105
4.1.4 Gambaran Reputasi.....	108
4.1.4.1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Reputasi.....	116
4.1.5 Hasil Pengujian Statistik.....	118
4.1.5.1 Koefisien Korelasi.....	118
4.1.5.2 Analisis Regresi Sederhana.....	119
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	123

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	131
5.2 Saran.....	132
Tabel 1.1 Potensi Zakat Di Indonesia .....	2

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>134</b>
----------------------------	------------

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

**Irfan Firmansyah, 2014**

*PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP REPUTASI*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 1.2 Realisasi Penerimaan Zakat .....	2
Tabel 1.3 Jumlah Penerimaan Zakat Oleh BAZNAS.....	2
Tabel 1.4 Rekapitulasi Kepercayaan Konsumen Menurut Perspektif Konsumen.....	3
Tabel 1.5 Rekapitulasi Rata-rata Skor Penilaian Mengenai Kepercayaan Konsumen.....	4
Tabel 1.6 Beberapa LAZ Di Kota Bandung.....	5
Tabel 1.7 <i>Market Share</i> Beberapa LAZ Di Kota Bandung.....	6
Tabel 1.8 Hasil Survei LAZ.....	7
Tabel 1.9 Kualitas Layanan DPU-DT.....	10
Tabel 2.1 Definisi Kualitas Layanan Menurut Beberapa Ahli.....	24
Tabel 2.2 Definisi Reputasi Menurut Beberapa Ahli.....	35
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....	46
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	56
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data.....	64
Tabel 3.3 Skoring Kuesioner Skala Lima.....	66
Tabel 3.4 Populasi Donatur DPU-DT Bandung 2010-2012.....	67
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas Penelitian Variabel X (Kualitas Layanan).....	70
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Validitas Penelitian Variabel Y (Reputasi).....	71
Tabel 3.7 Hasil Pengujian Reliabilitas Penelitian Variabel Kualitas Layanan (X) dan Reputasi (Y).....	73
Tabel 3.8 Nilai Koefisien Korelasi.....	76
Tabel 3.9 Tabel Interpretasi Nilai $r$ .....	78
Tabel 4.1 Keterkaitan Antara Jenis Kelamin dan Usia Donatur DPU-DT Bandung.....	88
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan.....	89
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Tingkat	

Pendapatan.....	90
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Rata-rata Memberikan Donasi Zakat Perbulan.....	90
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Tahun Bergabung.	91
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan LAZ Lain yang Digunakan dan Pekerjaan.....	92
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi dan Usia.	92
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung dalam Memberikan Layanan dan Fasilitas Secara Baik saat Berdonasi.....	94
Tabel 4.9 Tanggapan Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU- DT Bandung dalam Memberikan Layanan Sesuai dengan yang Dijanjikan.....	95
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Keakuratan DPU-DT Bandung dalam Memberikan Pencatatan/Laporan.....	95
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung untuk Bersedia Membantu Donaturnya saat Dibutuhkan..	96
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung dalam Memberikan Layanan yang Cepat.....	97
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung dalam Memberikan Kemudahan saat Berzakat.....	97
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung Memiliki Karyawan yang Sopan dan Santun ketika Melayani Donatur.....	98
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Karyawan DPU- DT Bandung dalam Memberikan Informasi Layanan Zakat.....	99
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Karyawan DPU- DT Bandung dalam Memberikan Kepedulian terhadap Donatur saat Terjadi Masalah.....	100

Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Karyawan DPU-DT Bandung dalam Memberikan Perhatian yang Dalam Terhadap Donatur saat Melayani.....	100
Tabel 4.18 Tanggapan Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung Memberikan Jam Operasi yang Sesuai dengan Kebutuhan Donatur.....	101
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung dalam menanggapi Keluhan dan Saran dengan Baik.....	102
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung Menjalankan Layanan Sesuai dengan Prinsip Syariah...	103
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung dalam Memberikan Sanksi Bagi Karyawan yang Tidak Amanah.....	103
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung dalam Mendistribusikan Zakat pada Orang yang Tepat Sesuai dengan Syariah.....	104
Tabel 4.23 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan.	105
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung untuk Dapat Dipercayai Donaturnya.....	108
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung Dapat Dikagumi Donaturnya.....	109
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung dalam Mengembangkan Produk yang Inovatif.....	109
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung Memiliki Produk yang Menarik dan Berkualitas Tinggi.	110
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Efisiensi dan Efektivitas DPU-DT Bandung dalam Penggunaan Dana Donatur.....	111
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT Bandung Meningkatkan Penerimaan Dana.....	111

Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT	
Bandung Memiliki Kepemimpinan yang Kuat.....	112
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT	
Bandung Memiliki Visi yang Baik dan Jelas.....	112
Tabel 4.32 Tanggapan Mengenai Persepsi Responden terhadap DPU-DT	
Bandung dalam Menciptakan Tempat Yang Nyaman untuk Bekerja Bagi Karyawannya.....	113
Tabel 4.33 Tanggapan Mengenai Persepsi Responden terhadap DPU-DT	
Bandung dalam Menciptakan Tempat Yang Nyaman untuk Bekerja Bagi Karyawannya.....	114
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT	
Bandung dalam memiliki Program-program yang Bertujuan Baik	114
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT	
Bandung Bertanggungjawab Terhadap Lingkungan Sekitarnya.....	115
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan DPU-DT	
Bandung dalam Memperlakukan Karyawan, Donatur dan Penerima Donasi dengan Baik.....	115
Tabel 4.37 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Reputasi .....	116
Tabel 4.38 Korelasi.....	119
Tabel 4.39 Interpretasi Nilai $r$ .....	119
Tabel 4.40 Model Summary .....	120
Tabel 4.41 Output ANOVA.....	120
Tabel 4.42 Output Persamaan Regresi.....	121



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Market Share</i> Beberapa LAZ Di Kota Bandung Tahun 2012.....	6
Gambar 2.1 Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial.....	14
Gambar 2.2 Model Analisis Kesenjangan oleh Parasuraman <i>et al</i> .....	29
Gambar 2.3 Perluasan Model Analisis Kesenjangan Kualitas Layanan.....	30
Gambar 2.4 Model Kesenjangan Layanan Internal oleh Frosh dan Kumar (2000).....	31
Gambar 2.5 Model Kesenjangan Layanan Internal oleh Luk dan Layton (2002).....	33
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran.....	51
Gambar 2.7 Paradigma Penelitian.....	52
Gambar 4.1 Hasil Kontinum Kualitas Layanan.....	107
Gambar 4.2 Hasil Kontinum Reputasi.....	118

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	ADMINISTRATIF
LAMPIRAN 2	KUESIONER PENELITIAN DAN HASIL WAWANCARA
LAMPIRAN 3	UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS MANUAL
LAMPIRAN 4	OUTPUT VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL X DAN Y
LAMPIRAN 5	DATA ORDINAL VARIABEL X DAN Y
LAMPIRAN 6	DATA INTERVAL VARIABEL X DAN Y
LAMPIRAN 7	REKAPITULASI TOTAL SKOR VARIABEL X DAN Y
LAMPIRAN 8	OUTPUT REGRESI DAN KORELASI VARIABEL X DAN Y
LAMPIRAN 9	PROFIL DPU-DT BANDUNG
LAMPIRAN 10	CATATAN BIMBINGAN
LAMPIRAN 11	RIWAYAT HIDUP