

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	II
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	III
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	IV
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	V
ABSTRACT	VI
ABSTRAK	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	XIII
DAFTAR TABEL	XV
DAFTAR GAMBAR.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 Teori Jaringan Sosial (<i>Social Network Theory</i>).....	19
2.1.2 Teori Modal Sosial (<i>Social Capital Theory</i>).....	21
2.1.3 Konsep Kinerja Organisasi Nirlaba (<i>Non-Profit Organizational Performance</i>).....	25
2.2 Variabel.....	26
2.2.1 <i>Followers</i>	26
2.2.2 Reputasi (<i>Google Appearance</i>).....	21
2.2.3 Kinerja Lembaga Zakat.....	25
2.2.4 Ukuran Lembaga Zakat.....	31
2.2.5 Inflasi.....	31
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	33
2.2.1 Hubungan antara <i>Followers</i> CEO terhadap Kinerja Lembaga Amil Zakat	33

2.2.2 Hubungan antara Reputasi (<i>Google Appearance</i>) CEO terhadap Kinerja Lembaga Amil Zaka.....	35
2.2.3 Hubungan Antara Modal Sosial CEO Terhadap Kinerja Lembaga Zakat Dengan Ukuran Lembaga Amil Zakat Sebagai Variabel Kontrol.....	36
2.2.4 Hubungan Antara Modal Sosial CEO terhadap Kinerja Lembaga Zakat dengan Tingkat Inflasi Provinsi Sebagai Variabel Kontrol.....	38
2.3 Penelitian Terdahulu.....	40
2.4 Kerangka Pemikiran.....	48
2.5 Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	
3.1.1 Variabel Terikat (Dependent Variabel).....	54
3.1.2 Variabel Bebas (Independent Variabel).....	54
3.1.3 Variabel Kontrol.....	54
3.2 Populasi dan Sampel.....	54
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	56
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	58
3.4.1 Data <i>Followers</i> CEO.....	58
3.4.2 Data Reputasi (<i>Google Appearance</i>) CEO.....	59
3.4.3 Data Kinerja Lembaga Zakat.....	59
3.4.4 Data Ukuran Lembaga Zakat.....	59
3.4.5 Data Tingkat Inflasi Provinsi.....	59
3.5 Metode Analisis.....	60
3.5.1 Pemilihan Model Regresi Data Panel.....	63
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.5.3 Uji Hipotesis.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Statistik Deskriptif.....	69
4.2 Analisis Data.....	72
4.2.1 Pemilihan Model.....	72
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.3 Uji Hipotesis.....	75
4.3.1 Pengujian Overall Model Fit.....	76
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	77
4.3.3 Uji Statistik T.....	78
4.4 Interpretasi Hasil.....	79
4.4.1 Pengaruh <i>Followers</i> CEO Terhadap Kinerja Lembaga Zakat.....	79
4.4.2 Pengaruh Reputasi (<i>Google Appearance</i>) CEO Terhadap Kinerja Lembaga Zakat.....	81

4.4.3 Pengaruh Variabel Kontrol Ukuran Lembaga Zakat Terhadap Kinerja Lembaga Zakat.....	83
4.4.4 Pengaruh Variabel Kontrol Tingkat Inflasi Provinsi Terhadap Kinerja Lembaga Zakat.....	85
BAB V PENUTUP.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Keterbatasan.....	89
5.3 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya.....	44
Tabel 4. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	69
Tabel 4. 2 Tabel Penentuan Model Terbaik	72
Tabel 4. 3 Uji Multikolinieritas dengan Nilai VIF.....	74
Tabel 4. 4 Pengujian Heteroskedastisitas.....	75
Tabel 4. 5 Pengujian Autokorelasi	75
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Hasil Regresi.....	76

FEB UNDIP