

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, LOKASI, DAN SHARIAH
COMPLIANCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi Kasus Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta)

*Effect Of Service Quality, Price, Location And Sharia
On Customer Satisfaction
(Case Study Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta)*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari
Program Studi Ekonomi Islam



ACC Munaqosah



Oleh:

FAUZYAH NABILA ISWANDI
16423121

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2021**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fauzyah Nabila

NIM 16423121

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, dan *Shariah Compliance* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 4 Maret 2021



Fauzyah Nabila

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, LOKASI DAN *SHARIAH COMPLIANCE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (HOTEL GRAND DAFAM ROHAN YOGYAKARTA)

Oleh :

Fauzyah Nabila

16423121



REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertandatangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Fauzyah Nabila

NIM Mahasiswa : 16423121

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan *Shariah Compliance* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta).

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta setelah dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.



Yogyakarta 4, Maret 2021


Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM.

NOTA DINAS

Skripsi : Skripsi

Kepada: Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Bedasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor 1257/Dek/60/DAATI/FIAI/IX/2020 tanggal 4 Maret 2021 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama : Fauzyah Nabila
NIM : 16423121
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan *Shariah Compliance* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, sudah diajukan untuk memnuhi syarat memperoleh gelar sarjana. Dengan ini, kami mengarapkan agar skripsi saudara tersebut diatas di munaqosahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb



Dosen Pembimbing

Dr. Anton Priyonugroho, SE, MM.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Shalawat serta salam tak lupa dipanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan contoh Akhlakul Kharimah bagi seluruh umat muslim. Rasa syukur yang tak berhenti penulis ucapkan kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, terimakasih karena senantiasa memberikan hamba-Nya ini keridhoan.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa terimakasih sedalam-dalamnya, terutama pada diri sendiri. Terimakasih, karena sudah sampai pada tahap ini, ingat perjuangan tidak berhenti sampai disini. Tak hanya itu, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua Orang Tua saya, terimakasih karena tak pernah lelah memberikan dukungan serta do'a untuk kesuksesan anak-anaknya.
2. Kepada kedua kakak saya, yang tak pernah lelah mendengar keluh kesah dan selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada adiknya.
3. Teruntuk keluarga bahagia, Yafi, Shalma, Yunita, Uci, Dhia dan Aisyah terimakasih, karena sudah menjadi partner dan teman yang baik, selalu memberikan support dan bantuannya selama perkuliahan hingga detik ini. Semoga dimanapun kalian berada, kebahagiaan dan kesuksesan selalu mengikuti kalian.
4. Terimakasih juga untuk Bang Rizki Habibi yang selalu memberi dukungan, motivasi, serta ilmu dan tenaganya dalam membantu penulis selama pembuatan skripsi ini.
5. Para responden yang sudah bersedia mengisi kuesioner penulis, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

7. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam Angkatan 2016 yang penulis banggakan. Semangat untuk kalian semua yang sedang berjuang.
8. Tak lupa, terimakasih kepada seluruh teman-teman yang membantu penulis dalam menyebarkan kuesioner, sehingga penulis dapat mencapai target responden.

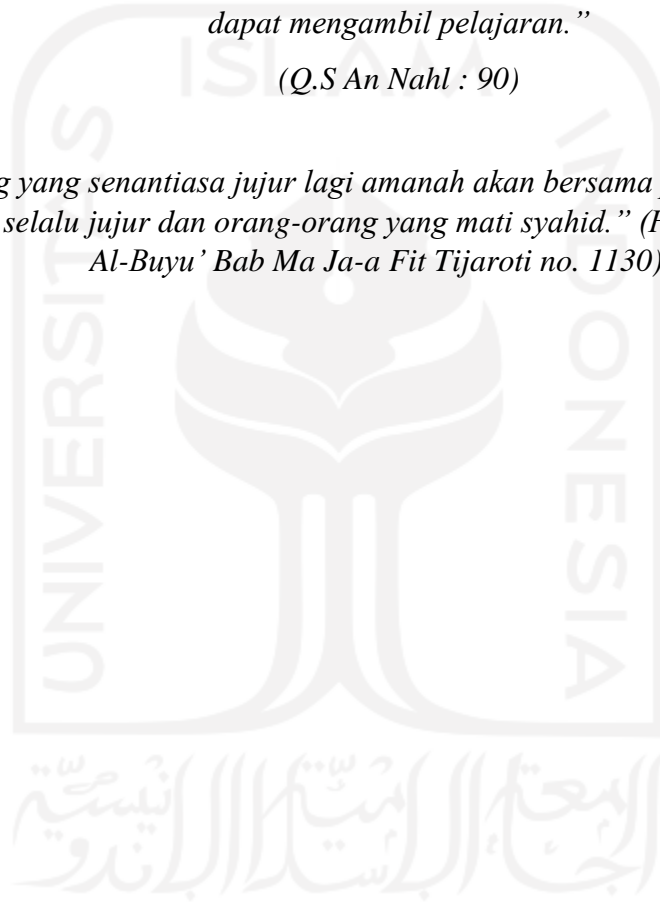


MOTTO

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebaikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

(Q.S An Nahl : 90)

“Pedagang yang senantiasa jujur lagi amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang selalu jujur dan orang-orang yang mati syahid.” (HR. Tirmidzi, Kitab Al-Buyu’ Bab Ma Ja-a Fit Tijaroti no. 1130)



ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, LOKASI DAN SYARIAH COMPLIANCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (HOTEL GRAND DAFAM ROHAN YOGYAKARTA)

FAUZYAH NABILA

16423121

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi dan syariah compliance terhadap kepuasan pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta, variabel independen pada penelitian ini yaitu Kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan *shariah compliance*. Dan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Data dalam penelitian ini didapat melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu dengan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji t dan uji F serta uji koefisien determinasi. Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada ujiasumsiklasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinearitas. Pada uji hipotesis variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan uji hipotesis *Shariah Compliance* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan uji F menunjukkan bahwa semua variabel bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini disebut ditunjukkan oleh hasil uji F yang menghasilkan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Variabel Kualitas Pelayanan adalah variabel yang paling dominan berpengaruh dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian besarnya koefisien determinasi (R Square) adalah 0,778 atau 77,8% yang berarti bahwa variabel dependen yaitu Y (Kepuasan Pelanggan) dapat dijelaskan oleh 4 variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan *Syariah Compliance* sebesar 77,8%. Sedangkan sisanya 22,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, Harga, Lokasi, *Shariah compliance*

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of *service quality, price, location and sharia compliance* on customer satisfaction at the Grand Dafam Rohan Hotel Yogyakarta. The independent variables in this study were service quality, price, location, and sharia compliance. And the dependent variable is customer satisfaction. The data in this study were obtained through distributing questionnaires to 100 respondents according to predetermined criteria. The data analysis method used is quantitative analysis, namely the validity and reliability test, classical assumption test, multiple regression analysis, t test and F test and the coefficient of determination test. Based on data analysis, the results showed that the indicators in this study were valid and reliable. In the cyclical test the data were normally distributed, heteroscedasticity and multicollinearity did not occur. In the hypothesis test, the variables *Service Quality, Price and Location* have a significant effect on customer satisfaction. And the Shariah Compliance hypothesis test has no significant effect on customer satisfaction. While the F test shows that all variables together have a positive and significant effect on customer satisfaction. This is called indicated by the results of the F test which produces a significant value ($0.000 < 0.05$). Service Quality Variable is the most dominant variable influencing customer satisfaction. The results of the study, the coefficient of determination (R Square) is 0.778 or 77.8%, which means that the dependent variable, namely Y (Customer Satisfaction), can be explained by 4 independent variables, namely Service Quality, Price, Location and Sharia Compliance of 77.8%. While the remaining 22.2% is influenced by other variables not examined in this study.

Keyword: *Service Quality, Price, Location, and Shariah Compliance*

Maret 04, 2021

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

PEDOMAN TRANSLITERASI

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th.1987

Nomor: 05436/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ◌ْ	fathah dan ya	Ai	a dan i
◌َ◌ُ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...ى َ	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى...ى ِ	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...ى ُ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ -qāla

رَمَى -ramā

قِيلَ -qīla

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbu"ah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah ‘h’

- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu”ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h)

Contoh :

رُودَةُ الْاَطْفَالِ	- raudah al-atfāl
رُودَةُ الْاَطْفَالِ	- raudatul atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ	- al-Madīnah al-Munawwarah
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ	- al-Madīnatul-Munawwarah
طَالِحٌ	- talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā	الْحَجَّ - al-hajj
نَزَّلَ - nazalla	نُؤْمِرُ - nu”ima
الْبِرَّ - al-birr	

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti

huruf qamariah.



a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu الرَّجُلُ	الْقَلَمُ - al-qalamu
السَّيِّدُ - as-sayyidu	الْبَدِيعُ - al-badi'u
الشَّمْسُ - as-syamsu	الْجَلَالُ - al-jalalu

G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُ رَوْحًا - ta'khuzūna	إِنَّا - inna
الْأَنْوَاءُ - an-nau'	أُمُورٌ - umirtu
سَيِّئٌ - syai'un	أَكَلًا - akala

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّا لِلَّهِ	Wa innallāha lahuwa rāziqīn
وَإِنَّا لِرَبِّنَا	Wa innallāha lahuwa
لَمَّا كَانَتْ	Ibrāhīm al-Khalīl
لَهُ	Ibrāhīm al-Khalīl

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

مَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasīl
وَرَحْمَةً	
أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdu lillāhi rabbil al-‘ālamīn
دَالِلِ	

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan

dengan kata lain sehingga ada huruf har-kat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَ رِ وَفَتْ رِ بِ
وَاللّٰهُ
هُدًى
Nasrun minallāhi wa fathun qarīb

اللّٰهُمَّ رُجِعْهُ
Lillāhi al-amru jamī'an

Lillāhil-amru jamī'an

وَاللّٰهُ بِكُلِّ شَيْءٍ
عَلِيمٌ
Wallāha bikulli syai'n 'alīm

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

مِ ي ح ر ل ل ا ن َ ح ر ل ل ا ل ه ُ م س ب ُ
م ُ

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya, berupa ilmu, kesehatan dan kemudahan sehingga tugas akhir skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan *Shariah Compliance* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta)”** dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam tak lupa dipanjkatkan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat dan pengikutnya yang setia. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia guna memperoleh sarjana Ekonomi Islam.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan baik. Namun, tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak mungkin skripsi ini tidak akan terwujud. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada mereka yang telah banyak memberi bantuan kepada penulis dalam rangka penulisan skripsi ini :

1. Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Dr. Tamyiz Mukharrom, M.A., selaku dekan Fakultas Ilmu Agama Islam.
3. Dr. Rahmani Timorta Yulianti, M.Ag., selaku ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam
4. Soya Sobaya S.E.I., M.M, selaku ketua Program Studi Ekonomi Islam
5. Dr. Anton Priyo Nugroho SE, MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membantu memberikan pengarahan, motivasi, tenaga serta waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan
6. Bapak dan Ibu Dosen, serta para staff Fakultas Ilmu Agama Islam. Terimakasih atas segala ilmu dan bantuannya hingga detik ini, baik

selama masa perkuliahan dan saat proses dalam menyelesaikan skripsi ini

7. Bapak Iswandi dan Ibu Arnen selaku orang tua tercinta yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan penuh, baik moril dan materiil hingga detik ini
8. Kakak Rahma dan Abang Yudi yang selalu berusaha menjadi kakak yang baik untuk adik-adiknya
9. Keluarga bahagia dan teman-teman yang sudah bersedia membantu penulis selama ini
10. Teman seperjuangan UII Ekonomi Islam angkatan 2016
11. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah memberikan motivasi, arahan dan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap adanya kritik dan saran yang dapat membangun dan memotivasi dari semua pihak. Akhir kata, penulis berharap semoga yang penulis persembahkan dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membutuhkannya kelak. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Yogyakarta, 4 Maret 2021

Fauzyah Nabila

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	2
LEMBAR PENGESAHAN	3
REKOMENDASI PEMBIMBING	4
NOTA DINAS.....	5
PERSEMBAHAN	6
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xix
DAFTAR ISI.....	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxx
DAFTAR GAMBAR.....	xxxii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Telaah Pustaka	6
B. Landasan Teori.....	17
1. Hotel Syariah.....	17
2. Kualitas layanan	20
3. Harga.....	24
4. Harga Hotel	25
5. Lokasi.....	25

6. Syariah Compliance.....	26
7. Kepuasan Pelanggan	29
8. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan	31
C. Kerangka Pikir	32
D. Hipotesis Penelitian	33
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN	36
A. Desain Penelitian.....	36
B. Jenis Data	36
C. Lokasi Dan Waktu Pelaksanaan.....	37
D. Subjek dan Objek Penelitian	37
E. Populasi dan Sampel	37
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Definisi Konseptual Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	40
H. Teknik Analisis Data	42
1. Pengolahan Data	42
2. Pengujian Hipotesis.....	43
3. Uji Instrumen	43
4. Analisis Linier Regresi Sederhan (<i>Simple Regression</i>).....	46
5. Analisis Linier Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>).....	47
6. Uji T atau Uji Parsial	48
7. Uji F atau Uji Simultan.....	48
BAB IV.....	49
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	49
1. Sejarah Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta	49
B. Hasil Penelitian.....	49
1. Karakteristik Responden	49
2. Uji Asumsi Klasik.....	54
3. Analisis Regresi Linier Berganda	56
C. Pembahasan.....	60
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta.....	60

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta.	62
3. Pengaruh <i>Shariah Compliance</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta.....	64
BAB V.....	66
KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN	74



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Konseptual Variabel.....	76
Tabel 3.2 Rating Scale	76
Tabel 3.3 Uji Validitas	80
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.1 Asal Daerah.....	86
Tabel 4.2 jenis kelamin	87
Tabel 4.3 usia responden.....	88
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	88
Tabel 4.5 Pendapatan Responden	89
Tabel 4.6 Pengalaman Menginap.....	90
Tabel 4.7 frekuensi menginap	90
Tabel 4.8 kepentingan menginap	90
Tabel 4.9 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	91
Tabel 4.10 Hasil Uji Nilai Tolerance dan VIF	92
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Spearman's rho</i>	93
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model I	94
Tabel 4.13 Ringkasan Hasil Uji Nilai t Model I	94
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (F) Model I.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Berpikir.....68



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hotel merupakan bisnis yang bergerak pada sektor pelayanan jasa khususnya akomodasi, segmen pasarnya adalah pelanggan yang menggunakan jasa dan tempat tujuannya untuk istirahat atau urusan bisnis. Oleh karena itu mereka pelanggan mencari tempat yang bersih, nyaman dan aman adalah menjadi hal yang dibutuhkan. Ini merupakan kewajiban pihak hotel untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap pelanggan. Setiap pelanggan pasti menginginkan yang terbaik dalam setiap jasa yang ia beli dan terima karena itu adalah menjadi haknya. Setiap pelanggan berhak atas kenyamanan, keamanan, informasi yang benar dan jujur dan perlakuan atau pelayanan secara benar atas apa yang ia beli (Johan, 2007).

Pada saat ini semakin marak bisnis hotel yang cukup bersaing mengikuti trend pengelolaan pelayanan dengan konsep yang mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan, harga, lokasi dan syariah compliance. Persaingan yang ketat antar hotel tersebut menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan kualitas pelayanan yang maksimal, harga yang terjangkau, lokasi yang memadai dan syariah compliance yang sesuai dengan hotel syariah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan.

Sebuah bisnis perhotelan dikatakan berhasil adalah ketika dalam meraih kepuasan pengguna jasanya pada tahap awal ditentukan yaitu keunggulan produknya, karena sebagian besar produk berupa jasa dengan keberhasilan itu hanya dapat dipertahankan dan dikembangkan oleh sikap manusianya atau karyawan yang disebut sikap melaksanakan Service Excellence (pelayanan unggul) kepada pelanggan di Hotel tersebut. Dibuktikan di negara-negara maju bahwa untuk kepuasan para pelanggan maka dilakukan Service Excellence yaitu bagaimana cara para karyawan dalam melayani para pelanggan dengan sikap baik atau sopan. Maka para pelanggan merasa puas dan akan terus menerus menggunakan jasa hotel tersebut.

Kegiatan Ekonomi Syariah akan berpengaruh terhadap sektor layanan jasa, yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan usahanya seperti travel islami, kuliner dengan konsep islami, serta terdapat usaha di bidang pariwisata dengan konsep syariah (Didin Hafidhudin, 2003). Dalam pelaksanaan operasional pengelolaan bisnis perhotelan, agar bisa disebut sebagai usaha hotel syariah, harus memenuhi kriteria-kriteria tertentu yang sudah ditetapkan oleh fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang penyelenggaraan. Fatwa yang mengatur terkait hotel syariah.

Kepuasan pelanggan salah satu yang diutamakan, terutama pada hotel syariah, karena hal itu dapat menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha perhotelan. Pelanggan yang tidak puas tentunya tidak akan kembali menggunakan jasa dari hotel tersebut, apalagi didukung dengan banyaknya pilihan hotel lain.

Di Yogyakarta sangat banyak terdapat penyedia jasa akomodasi hotel syariah yang menyediakan berbagai macam fasilitas, harga, makanan dan minuman halal dan keunikan sesuai dengan syariat islam. Semua itu dilakukan agar pelanggan menjadi tertarik dan pada akhirnya memilih jasa yang ditawarkan oleh hotel syariah. Pada penelitian ini penulis memilih Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta yang terletak di Jl. Janti Jl. Gedongkuning No.336, Mondalan, Banguntapan, Kec. Banguntapan, Bantul Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta adalah penginapan yang bernuansa islami dengan lokasi di di dekat pasar malioboro Yogyakarta.

Hal yang membedakan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta dengan hotel lain adalah pelayanan dan fasilitas yang diberikan mencerminkan nilai-nilai islami dan bernuansa religi. Salah satu contoh bahwa hotel ini mencerminkan nilai islami adalah semua karyawan hotel mengenakan busana yang menutup aurat, hotel juga hanya menyediakan makanan dan minuman yang halal serta ketersediaan sarana ibadah. Oleh karena itu, dengan diterapkannya etika-etika Islam dan nuansa religi, Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta diharapkan tetap dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan kenyamanan bagi para pelanggannya.

Berdasarkan latar belakang diatas, harga merupakan variabel dalam penelitian ini tidak ketinggalan untuk ikut berperan penting dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Harga merupakan nilai yang berperan sebagai alat tukar terhadap barang atau jasa, yang dapat ditukar dipasar. Dalam teori ekonomi harga merupakan suatu nilai yang dapat berbentuk mata uang dinar dan sebagai medium moneter yang memiliki nilai tukar. Harga biasanya mengacu pada jumlah data yang dibutuhkan untuk membeli produk (Herman, 2017). Harga memiliki berbagai indikator yaitu, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat (Triannah, 2017). Harga mempengaruhi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan serta kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sintya (2018), pada penelitiannya terkait jasa Transpotasi Online di Manado dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

kualitas pelayanan menjadi salah satu variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu jasa yang menjadi nilai tambah dari suatu produk dalam hal memberikan rasa nyaman serta mampu memenuhi ekpektasinya sehingga menyebabkan pelanggan puas dan ingin untuk menggunakan produk kembali (Lumanauw,

2015). Dari beberapa penelitian tentang kepuasan pelanggan seperti yang dilakukan Kurnia (2015) menyatakan bahwa hasil kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya yaitu lokasi, lokasi juga sangat berpengaruh dalam menentukan kepuasan konsumen. Perusahaan yang mempunyai lokasi strategis akan memberikan kenyamanan kepada pelanggan untuk mengakses produk atau jasa dari perusahaan tersebut (Nurul, 2016). Lokasi memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut: akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir yang luas, ekspansi, lingkungan, persaingan dan peraturan pemerintah. Menurut penelitian dari Agustariyani; Heriyanto, Meyzi berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mona Plaza Hotel Pekanbaru” menjelaskan bahwa dalam penelitian ini lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Agustariyani & Heriyanto, 2020).

Dan juga bagi wisatawan muslim, hotel berbasis syariah merupakan inovasi baru dibidang perhotelan yang dapat menarik minat mereka dan dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan tersendiri karena telah terjaminnya keamanan secara spritual. Hal ini dikarenakan adanya aturan yang berdasarkan pada syariat agama islam yang menjadikan hotel tersebut terbebas dari hal-hal yang dilarang agama. Maka syariah compliance secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Khairana Alandri, 2019).

Berkembangn keunikan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta yang berani memposisikan diri sebagai penyedia jasa perhotelan yang berdasarkan syariah Islam dan juga begitu pentingnya variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan muslim untuk memakai jasa perhotelan tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan *Sharia Compliance* di Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta)”**.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di hotel syariah Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di hotel syariah Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di hotel syariah Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta?

4. Bagaimana pengaruh peneran *shariah compliance* terhadap kepuasan pelanggan di hotel syariah Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di hotel syariah Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap pelanggan di hotel syariah Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di hotel syariah Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh *shariah compliance* terhadap kepuasan pelanggan di hotel syariah Hotel Grand Rohan Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi pihak penyedia jasa hotel berbasis syariah

Sebagai kontribusi positif bagi peneliti dan penyedia jasa hotel berbasis syariah untuk mengetahui lebih jauh mengenai pengaruh kualitas layanan, harga, lokasi dan *shariah Compliance* terhadap kepuasan pelanggan di hotel syariah Hotel Grand Dafam Rohan.

2. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur masyarakat dalam menentukan pilihan penginapan di hotel berbasis syariah yang berkualitas dalam segi pelayanan terhadap pelanggannya.

3. Bagi ilmu pengetahuan

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam kontribusi ilmu pengetahuan, mempunyai nilai kontributif bagi pengembangan keilmuan yang dijadikan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Sebagai upaya untuk menjaga keutuhan pembahasan ini agar terarah dan lebih sistematis, maka peneliti membagi penulisan ini menjadi lima bagian:

Bab I Pendahuluan

Dalam Bab I ini berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematik penulisan.

Bab II Landasan Teori

Dalam Bab II ini berisi mengenai uraian penelitian-penelitian terdahulu serta perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Teori-teori yang dijelaskan merupakan teori yang relevan dengan permasalahan dalam penelitian ini, seperti Kualitas Layanan, Pelanggan Muslim, model penelitian dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

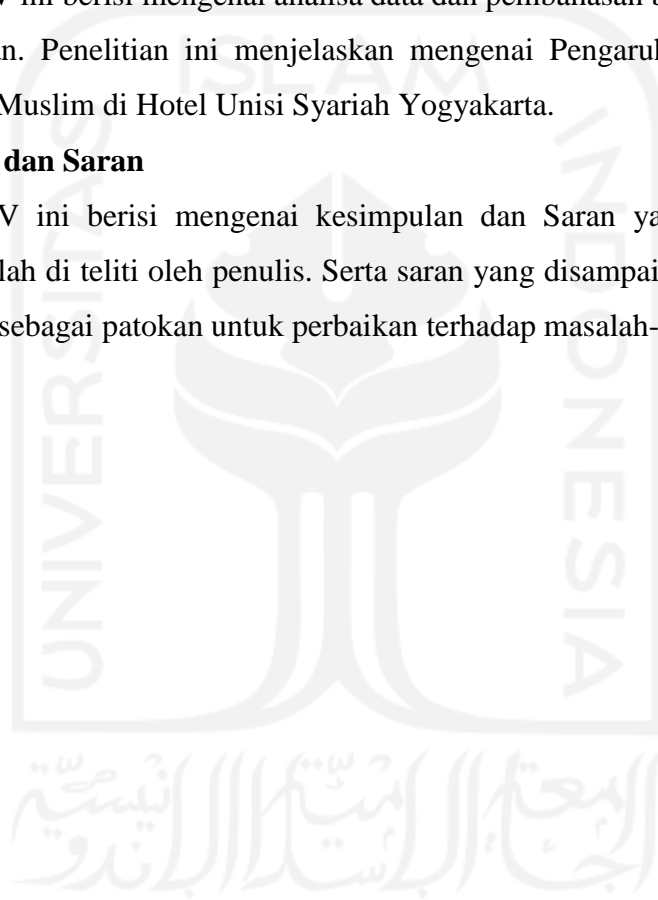
Dalam bab III ini berisi mengenai tata cara melaksanakan penelitian yang digunakan untuk mencari jawaban atas permasalahan penelitian yang ditetapkan. Pada bab ini meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

Bab IV Analisa Data dan Pembahasan

Dalam bab IV ini berisi mengenai analisa data dan pembahasan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Penelitian ini menjelaskan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pelanggan Muslim di Hotel Unisi Syariah Yogyakarta.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Dalam bab V ini berisi mengenai kesimpulan dan Saran yang berkaitan dengan pembahasan yang telah di teliti oleh penulis. Serta saran yang disampaikan untuk hotel Unisi Syariah Yogyakarta sebagai patokan untuk perbaikan terhadap masalah-masalah yang ditemui selama penelitian.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis mengacu kepada beberapa tulisan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul skripsi yang penulis angkat sebagai bahan acuan. Adapun yang menjadi acuan penulisan antara lain:

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni, Dita Dwi judul penelitian “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Bakso”. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan baik melalui kajian pustaka telaaah pustaka maupun analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan melihat pengaruh pada koefisien regresi diperoleh bukti empiris bahwa kualitas pelayanan, harga dan nilai pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Wahyuni, 2016).

Penelitian Sumawati Rina judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk,dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Café Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta”. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi berganda, dengan Hasil uji kecocokan yang diperoleh menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan lebih dominan pengaruh pada kepuasan pelanggan (Sumawati, 2019)

Penelitian Siti, Nurhalimah dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi pada Bengkel Garasi di Ungaran). Dengan hasil penelitiannya yang menyimpulkan bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan,harga danlokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Penelitian ini dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden dengan R Square sebanyak 0,424 atau 42,4% (Siti N. , 2017)

Penelitian Erika Amelia (Thesis S2 UI) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Customer Untuk Menggunakan Jasa Hotel Syariah: Studi Kasus Hotel Sofyan Betawi” menunjukkan bahwa faktor yang berkaitan atribut syariah memiliki pengaruh yang sangat dominan dalam mempengaruhi kepuasan customer untuk menggunakan jasa hotel syariah. Penelitian ini menggunakan teknik analisa factor dan menggunakan teknik analisis Cross Tabulation Chi Square pada tingkat signifikasi $\alpha = 5\%$. Penelitian ini menghasilkan jawaban-jawaban atas kedua permasalahan tersebut di atas. Pertama, factor dominan yang mempengaruhi kepuasan customer untuk menggunakan jasa Hotel Sofyan Betawi adalah faktor syariah yang terdiri dari 5 atribut factor, yaitu keinginan untuk ikut serta dalam rangka memajukan ekonomi syariah, adanya sertifikat hotel syariah yang diterima hotel sofyan

dari MUI, kebijakan hotel sofyon meniadakan minuman dan makanan yang haram, kebijakan hotel sofyon menyisahkan zakat dari harga produk jasa yang ditawarkan.

Penelitian A.A, Astri Purwati; Sherly berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grand Hawaii Hotel Pekanbaru” . Hasil penelitian dari penelitian ini yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Grand Hawaii Hotel Pekanbaru. berdasarkan penguji dan pengamatan secara bersama (simultan), variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Grand Hawaii Hotel Pekanbaru (A.A & Sherly, 2016).

Penelitian Syadri yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Berprinsip Syariah terhadap Kepuasan Konsumen Pada hotel Amanah Kota Jambi”. Setelah dilakukan analisis data pada penelitian ini maka didapati berdasarkan angket yang disebar terhadap 100 responden terhadap pernyataan mengenai kualitas pelayanan yang ada pada pengunjung Hotel Amanah Kota Jambi. Kemudian diketahui bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat konsumen di Hotel Amanah Kota Jambi, hal ini berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan uji Regresi Linier Sederhana diketahui nilai t hitung lebih besar dari t tabel $5,639 \geq 1,984$ pada taraf signifikan 5% atau 2,34 pada taraf 1% artinya diketahui bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat konsumen pada Hotel Amanah Kota Jambi, berdasarkan nilai R Square yaitu sebesar 24,5% sisanya 75,5% dipengaruhi oleh faktor lain selain dari faktor kualitas pelayanan (Syadri, 2019).

Penelitian Risma Nur Maulidya dkk (2019) yang berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Bogor”. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan metode Part Least Square (PLS) melalui software SmartPLS 3.0. Penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian Indra, Firdiyansyah “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam”. Dengan hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi yang diteliti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan survey, sampel yang digunakan yaitu 100 orang responden dan mendapatkan nilai R Square sebesar 0,584 (Indra, 2017).

Penelitian Adhyamata, Firmansyah Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Soto Seger Mbok Giyem Cabang Sukoharjo). Dengan hasil penelitiannya yang menyimpulkan bahwa variabel harga, fasilitas dan kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitain ini menggunakan survey sampel adalah 100 responden (Adhyamata, 2016)

Penelitian Nopita sari, efi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen di Toko Sumber Pangestu Motor Karanganyar”. Dengan hasil penelitian yang menyimpulkan bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian di Toko Sumber Pangestu Motor Karanganyar baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dengan menggunakan sampel 145 responden dan didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0,850 (Nopita sari, 2017).

Penelitian Zahra Ehsani , Mohammad Hossein Ehsani yang berjudul “Effect Of Quality and Price On Customer Satisfaction and Commitment in Iran Auto Industry” variabel penelitian ini kualitas, harga dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan dan berpengaruh signifikan (Zahra Ehsani , 2015)

Penelitian Fitria Salahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari (2015) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Kepuasan dan loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya”. metode pengumpulan datanya menggunakan probability sampling dengan pendekatan sampling tidak disengaja. Untuk hasil tersebut, penulis menemukan bahwa kualitas perspektif Islam memberikan pengaruh yang signifikan dampak terhadap kepuasan pelanggan, tetapi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, kepuasan pelanggan memberi signifikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, perspektif Islam kualitas layanan tidak langsung berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

Penelitian Irma Istifadatul Chusna (2017) yang berjudul “Analisis Pengaruh Tingkat Pelayanan Hotel Muslim terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Muslim Kediri tahun 2006”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dengan teknik probability sampling dengan kategori simple random sampling. Data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan atau yang memakai data tersebut dengan memakai kuesioner. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tingkat pelayanan hotel tidak berpengaruh secara signifikan

terhadap kepuasan konsumen. Diketahui nilai Sig untuk Tingkat Pelayanan (X) adalah 0,364, maka $0,364 > 0,05$ yang berarti hipotesis (H_0) diterima atau H_1 ditolak (tidak diterima).

Penelitian Rendy Gulla, Sem George Oroh dan Ferdy Roring (2015) yang berjudul “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Manado Grace Inn”. Penelitian ini menghasilkan secara simultan variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial variabel harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan promosi tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian Sartika Mohan Sjendry Loindong (2016) yang berjudul “ Analisis Kualitas dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado”. Penelitian ini berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan.

Adapun perbedaan skripsi ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian, tempat penelitian, serta variabel yang digunakan. Objek dalam penelitian ini yaitu pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta dan variabel yang digunakan adalah variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *shariah compliance*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel dependennya yaitu kepuasan pelanggan. Selain itu perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada variabel tentang *shariah compliance* terhadap kepuasan pelanggan pada hotel tersebut.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode dan Hasil	Perbedaan dengan Penelitian Selanjutnya
1	Penelitian Dwi Dita, Wahyuni (2016) dalam jurnalnya yang berjudul penelitian “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Terhadap Kepuasan Konsumen pada Depot Bakso”	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan baik melalui kajian pustaka maupun analisis dengan data menggunakan analisis agresi berganda dengan melihat pengaruh pada koefisien regresi diperoleh bukti empiris bahwa kualitas pelayanan,	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu di variabel dependennya dimana penelitian sebelumnya menggunakan nilai sedangkan penelitian ini

		harga dan nilai pelanggan berpengaruh secara simulan terhadap kepuasan pelanggan.	lokasi dan syariah compliance.
2	Penelitian Sumawati Rina (2019) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Garden Café Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta”.	Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda, dengan hasil uji kecocokan yang diperoleh menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan lebih dominan berpengaruh pada kepuasan konsumen.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabelnya yaitu kualitas produk dan pelayanan, sedangkan dalam penelitian ini membahas harga, lokasi dan juga syariah compliance.
3	Penelitian Siti Nurhalimah (2017), dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus Bengkel Garasi di Ungaran)”.	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (eksplanatory research) dengan pendekatan kuantitatif. Sampel sebanyak 112 orang responden yang menginap di Hotel Pelangi Malang minimal dua kali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan analisis menyimpulkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan, harga, lokasi sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu variable Y yang konsen ke pelanggan yang menggunakan jasa hotel syariah
4	Penelitian Erika Amelia (Thesis S2 UI) yang berjudul “Faktor-Faktor	Penelitian ini menggunakan teknik analisa factor dan menggunakan teknik analisis	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu metode

	<p>yang Mempengaruhi Keputusan Customer untuk Menggunakan Jasa Hotel Syariah: Studi Kasus Hotel Sofyan Betawi”</p>	<p>Cross Tabulation Chi Square pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Penelitian ini menghasilkan jawaban-jawaban atas kedua permasalahan tersebut di atas. Pertama, factor dominan yang mempengaruhi keputusan customer untuk menggunakan jasa Hotel Sofyan Betawi adalah faktor syariah yang terdiri dari 5 atribut factor, yaitu keinginan untuk ikut serta dalam rangka memajukan ekonomi syariah, adanya sertifikat hotel syariah yang diterima hotel sofyan dari MUI, kebijakan hotel sofyan meniadakan minuman dan makanan yang haram, kebijakan hotel sofyan menyisihkan zakat dari harga produk jasa yang ditawarkan, kebijakan hotel sofyan menyisihkan dana social untuk kepentingan umat Islam. Kedua, ada hubungan antara beberapa karakteristik responden, yang terdiri atas jenis kelamin, agama, pendidikan, penghasilan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusannya untuk menjadi customer Hotel Sofyan Betawi.</p>	<p>penelitian penelitian sebelumnya menggunakan teknik analisa factor dan teknik analisa cross, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif analisis berganda.</p>
--	--	--	--

5	<p>Penelitian A.A, Astri Purwati; Sherly (2016) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan pada Grand Hawai Hotel Pekanbaru”</p>	<p>Metodologi yang digunakan adalah analisis sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Grand Hawai Hotel Pekanbaru.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada variabel independennya dimana penelitian terdahulu hanya memiliki satu variabel kualitas pelayanan saja sedangkan penelitian ini memiliki empat variabel independen</p>
6	<p>Penelitian Syadri (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Berprinsip Syariah terhadap Minat Konsumen pada hotel Amanah Kota Jambi”.</p>	<p>Setelah dilakukan analisis data pada penelitian ini maka didapati berdasarkan angket yang disebar terhadap 100 responden terhadap pernyataan mengenai kualitas pelayanan yang ada pada pengunjung Hotel Amanah Kota Jambi. Kemudian diketahui bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat konsumen di Hotel Amanah Kota Jambi, hal ini berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan uji Regresi Linier Sederhana diketahui nilai t hitung lebih besar dari t tabel $5,639 \geq 1,984$ pada taraf signifikan 5% atau 2.34 pada taraf 1% artinya diketahui bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat konsumen pada Hotel Amanah Kota Jambi,</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu berbeda dalam menentukan objek penelitiannya.</p>

		berdasarkan nilai R Square yaitu sebesar 24,5% sisanya 75,5% dipengaruhi oleh faktor lain selain dari faktor kualitas pelayanan.	
7	Penelitian Risma Nur Maulidya dkk (2019) yang berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Bogor”.	Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan metode Part Least Square (PLS) melalui software SmartPLS 3.0. Penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu metodenya dimana penelitian terdahulu menggunakan teknik least square sedangkan penelitian ini menggunakan teknik Rating Scale.
8	Penelitian Firdiyansyah Indra (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam”	Adapun hasil dari penelitian ini, menyimpulkan bahwa tiga variabel independen yaitu kualitas pelayanan, harga, lokasi yang diteliti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan survey sampel yang digunakan yaitu 100	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu yang diteliti adalah kualitas pelayanan, harga, lokasi sedangkan penelitian ini kualitas pelayanan, harga dan lokasi dan syariah compliance terhadap kepuasan pelanggan

		orang responden dan mendapatkan nilai R Square sebesar 0,584.	
9	Penelitian Firmansyah Adhyamata (2016). Berjudul “Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus di Soto Seger Mbok Giyem Cabang Sukoharjo)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, harga, fasilitas dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan survey sampel adalah 100 responden.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu di variabelnya dimana penelitian terdahulu meneliti harga, fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan sedangkan penelitian ini tidak meneliti fasilitas.
10	Penelitian Nopita Sari (2017) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan lokasi terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen di Toko Sumber Pangestu Motor Karanganyar”	Hasil penelitian menunjukkan harga, lokasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan di Toko Sumber Pangestu Motor Karanganyar baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dengan menggunakan sampel 145 responden dan didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0,850.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian sebelumnya hanya 3 variabel sedang penelitian ini menggunakan 4 variabel.
11	Penelitian Zahra Ehsani (2015) yang berjudul “Effect Of Quality and Price On Customer Satisfaction and Commitment in Iran Auto Industry”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas pelayanan, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan bahwa kualitas pelayanan, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu berbedanya variabelnya dimana penelitian sebelumnya hanya variabel harga dan kualitas pelayanan sedangkan penelitian ini

			variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi dan syariah compliance.
12	Penelitian Fitria Salahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari (2015) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Kepuasan dan loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya”.	metode pengumpulan datanya menggunakan probability sampling dengan pendekatan sampling tidak disengaja. Untuk hasil tersebut, penulis menemukan bahwa kualitas perspektif Islam memberikan pengaruh yang signifikan dampak terhadap kepuasan pelanggan, tetapi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, kepuasan pelanggan memberi signifikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, perspektif Islam kualitas layanan tidak langsung berpengaruh pada loyalitas pelanggan.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik kuesioner Rating Scale.
13	Penelitian Irma Istifadatul Chusna (2017) yang berjudul “Analisis Pengaruh Tingkat Pelayanan Hotel Muslim terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Muslim Kediri tahun 2006”.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dengan teknik probability sampling dengan kategori simple random sampling. Data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan atau yang memakai data tersebut dengan memakai kuesioner. Pada	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitiannya berbeda dalam menentukan objek sehingga hasilnya tidak akan sama.

		<p>penelitian ini menggunakan metode analisis uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tingkat pelayanan hotel tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Diketahui nilai Sig untuk Tingkat Pelayanan (X) adalah 0,364, maka $0,364 > 0,05$ yang berarti hipotesis (H_0) diterima atau H_1 ditolak (tidak diterima).</p>	
14	<p>Penelitian Rendy Gulla, Sem George Oroh dan Ferdy Roring (2015) yang berjudul “Analisi Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Manado Grace Inn”.</p>	<p>Penelitian menghasilkan secara simultan variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial variabel harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan promosi tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu berbeda dalam variabel yang digunakan dimana penelitian terdahulu mempunyai variabel promosi sedangkan penelitian ini variabel lokasi dan syariah compliance</p>
15	<p>Penelitian Sartika Mohan Sjendry Loindong (2016) “Analisis Kualitas dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado”</p>	<p>Penelitian ini berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu variabelnya</p>

B. Landasan Teori

1. Hotel Syariah

Hotel merupakan dari bahasa perancis, yaitu hostel, diambil dari bahasa Latin Hospes. Hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan dan penginapan berikut makan dan minum (Sri, 1993). Sedangkan Syariah dijelaskan bahwa secara harfiah memiliki makna “jalan menuju sumber air”, dalam pengertian teknis, syariah berarti sistem hukum dan aturan perilaku yang sesuai dengan ajaran Alquran dan Hadist (Lewis, 2007) Sementara itu, syariah bermakna hukum-hukum yang diperundangkan Allah SWT kepada Hamba-Nya supaya mereka beriman dan beramal, agar membawa kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. Hukum-hukum ini dinamakan syariah karena kedudukannya yang lurus, sistemnya yang benar tidak menyimpang dari yang diperintah oleh Allah SWT (Borham, 2002).

Dengan kata lain hotel merupakan suatu perusahaan yang menyediakan pelayanan dan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur dan istirahat kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan, serta mampu membayar pelayanan yang diterima dengan jumlah yang sesuai.

Sedangkan hotel syariah adalah suatu akomodasi dari salah satu bentuk pariwisata syariah, yang didalamnya menyediakan fasilitas-fasilitas untuk kepentingan pelanggan dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah dan tentunya tidak menyeleweng dari aturan syariah. Hotel syariah merupakan salah satu bisnis islam yang harus berdasarkan atas nilai-nilai syariah, baik dalam pelayanannya maupun manajemennya.

Adapun ketentuan terkaithotelsyariah berdasarkan Fatwa DSN-MUI No: 108/DSNMUI/X/2016 ialah sebagai berikut ini;

- a. Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas akses ponografi dan tindakan asusila
- b. Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, ponografi, dan tindakan asusila.
- c. Makan dan minuman yang disediakan hotel syariah wajib telah mendapat sertifikat halal dari MUI.
- d. Mendiakan fasilitas peralatan dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah termasuk fasilitas bersuci.
- e. Pengelola dan karyawan/karyawati hotel wajib mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah.
- f. Hotel syariah wajib memiliki pedoman dan panduan mengenai prosedur pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah.

g. Hotel syariah wajib menggunakan jasa lembaga keuangan syariah dalam melakukan pelayanan (Nomor:108/DSN-MUI/X/2016, 2016).

Dari ketentuan diatas, hotel pada dasarnya adalah usaha yang bersih karena tidak ada tuntutan atau kewajiban bagi pengusaha hotel untuk menyediakan fasilitas atau produk yang melanggar norma kesusilaan masyarakat. Juga tidak ada kewajiban bagi pengusaha yang bergerak di bidang kepariwisataan yang melanggar norma-norma syariah Islam. Bahkan dari ketentuan di atas, manajemen hotel ditegaskan untuk menjaga martabat hotel dengan melarang hal-hal yang ada kemungkinan melanggar susila, ketertiban umum, serta tindak kejahatan lainnya. Hal demikian jelas sangat sejalan dengan syariah Islam sehingga tidak perlu ada keberatan atau kendala-kendala di dalamnya.

Berdasarkan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif nomor 2 tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah, pemerintah membagi golongan menjadi hotel syariah hilal- 1 dan hotel syariah hilal-2. Hilal-1 adalah penggolongan untuk usaha hotel syariah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria usaha hotel syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan minimal wisatawan muslim. Sedangkan hotel syariah hilal-2 adalah penggolongan untuk usaha hotel syariah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria usaha hotel syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan moderat wisatawan muslim. Usaha hotel syariah adalah usaha hotel yang penyelenggaraannya harus memenuhi kriteria usaha hotel syariah yang mencakup aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan, dibawah ini adalah standar aspek-aspek Hotel Syariah untuk kategori Hilal-1 dan kategori Hilal-2 yang telah ditetapkan pemerintah.

Kategori Hilal-1 meliputi aspek produk yang terdiri dari 8 (delapan) unsur dan 27 (dua puluh tujuh) sub unsur, aspek pelayanan yang terdiri dari 6 (enam) unsur dan 20 (dua puluh) sub unsur, dan aspek pengelolaan yang terdiri dari 2 (dua) unsur dan 2 (dua) sub unsur, di bawah ini adalah kategori Hilal-1 yang telah ditetapkan pemerintah:

a. Produk

Ada beberapa macam produk yang telah ditetapkan pemerintah, setiap produk mempunyai beberapa sub unsur, berikut adalah macam-macam produk dan sub unsurnya:

1. Toilet umum(public rest room)

Tersedia penyekat antara urinoir satu dengan urinoir yang lain untuk menjaga pandangan, tersedia peralatan yang praktis untuk bersuci dengan air di urinoir dan kloset.

2. Tersedia sajadah (on request),tersedia Al-quran, tidak tersedia akses untuk pornografi dan tindakan asusila dalam bentuk apapun, tidak ada minuman beralkohol di minibar.

3. Kamar mandi tamu Tersedia peralatan yang praktis di kamar mandi tamu untuk bersuci dengan air di urinoir dan kloset, tersedia peralatan untuk berwudhu yang baik di kamar mandi tamu, tersedia kamar mandi tamu yang tertutup.

4. Dapur Tersedia dapur/pantry khusus yang mengolah makanan dan minuman yang halal yang terpisah dari dapur biasa, Dapur/pantry mengolah makanan dan minuman halal.
5. Ruang Karyawan Tersedia peralatan untuk bersuci yang baik dikloset karyawan, Tersedia penyekat antara urinoir satu dengan urinoir yang lain untuk menjaga pandangan, Tersedia peralatan untuk berwudhu di kamar mandi karyawan, Tersedia tempat ganti pakaian terhindar dari pandangan di masing-masing ruang ganti.
6. Ruang ibadah dalam kondisi bersih dan terawat, area sholat laki-laki dan perempuan ada pembatas/ pemisah, tersedia perlengkapan shalat yang baik terawat dan tersedia sirkulasi udara yang baik berupa alat pendingin/ kipas angin, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tersedia tempat laki-laki dan perempuan yang terpisah, tersedia tempat wudhu yang bersih dan terawat, tersedia instalasi air bersih untuk wudhu dan tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu dengan kondisi baik.
7. Kolam Renang Tersedia dalam ruangan dan atau terhindar dari pandangan umum.
8. SPA (Salus Per Aquam) Tersedia ruang terapi yang terpisah antara pria dan wanita, Tersedia bahan terapi yang berlogo halal resmi.

b. Pelayanan

Pemerintah menetapkan enam unsur pelayanan pada kriteria hotel syariah hilal-1. Berikut adalah macam-macam pelayanan beserta sub unsurnya:

1. Kantor Depan Melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan, memberikan informasi masjid terdekat dengan hotel, memberikan informasi jadwal waktu shalat, memberikan informasi kegiatan bernuansa Islami, memberikan informasi restoran/rumah makan halal.
2. Tata Graha Penyediaan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, penyediaan Al-Quran, Menyiapkan area/ruangan untuk shalat Jumat (bila tidak ada masjid yang dekat dengan hotel).
3. Makan dan Minum Tersedia pilihan makanan dan minuman halal, menyediakan Ta'jil pada bulan Ramadhan, menyediakan makan sahur pada bulan Ramadhan.
4. Olahraga, Rekreasi dan Kebugaran Pengaturan waktu penggunaan sarana kebugaran di bedakan untuk pria dan wanita, Instruktur kebugaran pria khusus untuk pria dan wanita khusus untuk wanita.
5. SPA (Salus Per Aquam) SPA (Salus Per Aquam) hanya melayani pijat kesehatan dan perawatan kecantikan, terapis pria khusus untuk pria dan terapis wanita khusus untuk wanita, terapis menghindari menyentuh dan melihat area sekitar organ intim, apabila tersedia bak rendam tidak digunakan secara bersama-sama, apabila tersedia aktivitas olah fisik dan jiwa tidak mengarah pada kemusyrikan.

Menurut definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Hotel syariah adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan dan penginapan berikut makan dan minumsesuai dengan ajaran Alquran dan Hadist atau hotel yang operasional dan layanannyatelah menyesuaikan dengan prinsip- prinsip syari'ah atau pedomanajaran Islam, guna memberikan suasana tenteram, nyaman, sehat,dan bersahabat yang dibutuhkan tamu, baik muslim maupun nonmuslim. Hotel syari'ah merupakan salah satu bisnis islami yang harus didasarkan atas nilai-nilai syari'ah, baik dalam pelayanan maupun manajemennya.

2. Kualitas layanan

Dalam Kamus lengkap Bahasa Indonesia disebutkan bahwa arti kata layan adalah membantu mengurus atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan seseorang, meladeni. Kualitas yang baik sangat penting dalam usaha perhotelan sehingga konsumen akan menyukai pelayanan yang diberikan oleh hotel tersebut dan pada akhirnya konsumen akan datang kembali (Sulastiyono, 2011).

Kualitas adalah produk dan jasa yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Oleh karena itu perusahaan perlu mengenal konsumen atau pelanggannya dan mengetahui kebutuhan dan keinginan. Kualitas merupakan bagian dari semua fungsi usaha yang lain. Selain itu, kualitas memerlukan suatu proses perbaikan yang terus menerus (continuos improvement process) yang dapat diukur, baik secara individual, organisasi, korporasi dan tujuan kinerja nasional (Muhammad Arif, 2016).

Sunyoto (2012) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah memiliki nilai guna, seperti yang ditentukan atau dengan kata lain, suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas, apabila berfungsi dan memiliki nilai guna seperti yang diinginkan.

Menurut definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara untuk memenuhi kepuasan pelanggan sesuai dengan apa yang diinginkan atau diharapkan oleh pelanggan. Bahwa kualitas adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu, dimana mutu tersebut dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas tidak hanya berfokus pada hasil akhir sebuah produk, tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan.

a. Kualitas Layanan

Kualitas Pelayanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat (Hermawan, 2018).

Service Quality atau kualitas pelayanan menurut (Lupiyoadi R. &, 2011) adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima, dengan pelayanan yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan ini menjadi hal pertama yang menjadi perhatian serius oleh perusahaan dengan waktu jangka panjang, yang tentunya melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Menurut (Kotler P. , 2010) kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan.

Pelayanan merupakan kegiatan yang ditawarkan oleh penyedia jasa kepada konsumen, bisa berupa benda dan objek lainnya, hal ini diungkapkan oleh (Lovelock, 2011) dengan pernyataan bahwa layanan adalah kegiatan ekonomi yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain.

Pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Asset pelanggan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. Karena itu tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan.

Kualitas pelayanan menjadikan hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Standard pelayanan hotel syariah adalah keramahan, keterbukaan, jujur, kesediaan untuk membantu, sopan dan bermoral.

Pada prinsipnya, kualitas pelayanan dibangun dengan faktor utama mengenai persepsi masyarakat atas layanan yang mereka terima dengan layanan yang mereka inginkan serta diharapkan, maka barulah layanan dapat dikatakan bermutu dan dapat dikatakan memuaskan. Sedangkan layanan yang kurang bermutu, merupakan layanan yang tidak seperti diharapkan. Kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan pelanggan semata. Sebab, sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan harus dilandasi dengan nilai-nilai syariah, guna mewujudkan nilai ketakwaan serta membuktikan nilai konsisten keimanan dalam rangka menjalankan kegiatan suatu bisnis. Tidak hanya berorientasi komitmen pada materi semata, namun sebagian dari nilai ibadah kepada Allah SWT.

Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu: (1) *Core service*, adalah pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen yang merupakan produk utamanya, misalnya Apotek produk utamanya adalah memberikan pelayanan kepada konsumen dalam sehari-hari. (2) *facilitating service*, adalah fasilitas pelayanan tambahan yang diberikan perusahaan kepada konsumen. (3) *supporting service*, adalah pelayanan tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak pesaing.

Dalam proses pelayanan ada tiga hal yang harus diperhatikan: (a) Penyedia layanan yaitu penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa. (b) Penerima layanan yaitu penerima layanan adalah mereka yang disebut sebagai konsumen atau nasabah yang menerima layanan dari perusahaan. (c) Jenis dan bentuk layanan yaitu jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri berbagai macam.

Menurut Parasuraman berpendapat bahwa terdapat lima dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan sebagai berikut yaitu sebagai berikut: (Tjiptono, Fandy, 2015)

1) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

Indikator yang dapat diukur dari *tangible* adalah sebagai berikut:

a) Penampilan luar fasilitas fisik perusahaan:

- 1) Kondisi gedung.
- 2) Kondisi sarana penunjang kegiatan sehari-hari.

b) Penampilan dalam perusahaan:

- 1) Kondisi kebersihan
- 2) Suasana dalam gedung
- 3) Sirkulasi udara (ventilasi)
- 4) Pencahayaan dalam ruangan
- 5) Poster, spanduk, kaligrafi sebagai sarana penunjang kegiatan perusahaan sehari-hari.

2) Keandalan (*Realibility*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

Indikator yang dapat diukur dari *reliability* adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan pelayanan sesuai janji.
- b. Melakukan pelayanan pada saat pertama.
- c. Memediasi pelayanan pada waktu yang dijanjikan.

3) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

Indikator yang dapat diukur dari *responsiveness* adalah sebagai berikut:

- a. Karyawan cepat tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- b. Pelayanan yang tepat pada pelanggan.
- c. Keinginan untuk membantu pelanggan..

4) Jaminan dan kepastian (*Assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

Indikator dari pengukuran *assurance* sebagai berikut:

- a. Karyawan memberi tahu pelanggan, apa pelayanan yang dibutuhkan pelanggan dan akan dikerjakan.
- b. Perilaku karyawan yang memberikan ketenangan bagi pelanggan bahwa transaksi yang dilakukan terjamin.

5) Perhatian individual (*empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

3. Harga

Harga merupakan elemen penting yang membantu dalam memprediksi perilaku pelanggan, sebelum, selama, dan setelah menggunakan produk atau layanan. Harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang dibebankan bisnis atau jumlah nilai yang dibayarkan pelanggan untuk keuntungan memiliki atau menggunakan produk/layanan (Hanif, 2010). Harga yang dirasakan digambarkan sebagai penilaian pelanggan individu mengenai produk/layanan dan harga rata-rata dengan membandingkan pesaing (Keaveney, 1995).

Menurut Basu Sawasta dan Irwan, harga adalah sejumlah uang adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari produk dan pelayanannya (Irawan, 2008). Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukar agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa. Sementara itu, dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan suatu barang dan jasa (Malau, 2017). Konsep harga yang dirasakan didasarkan pada pendekatan harga yang kompetitif. Banyak peneliti di bidang perhotelan dan pariwisata telah sepakat bahwa harga yang dirasakan merupakan komponen penting dari perilaku pasca pembelian pelanggan terhadap kualitas kinerja layanan hotel.

Indikator harga menurut (Kotler, Philip, Armstrong, & Garry, 2008), ada empat indikator yang mencirikan harga, yaitu:

a) Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga adalah harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis di suatu produk, yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Maksudnya adalah pelanggan cenderung melihat harga akhir dan memutuskan apakah akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan.

b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Terlebih dahulu harga yang tercantum pada sebuah produk, karena sebelum membeli konsumen sudah berfikir tentang sistem hemat yang tepat. Selain itu konsumen dapat berfikir tentang harga yang ditawarkan memiliki kesesuaian dengan produk yang ditawarkan.

c) Daya Saing Harga

Penawaran harga yang diberikan oleh produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain pada satu jenis produk yang sama.

d) Kesesuaian harga dengan manfaat

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjualsesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

4. Harga Hotel

Harga hotel setiap kamar sesuai dengan fasilitas masing-masing. Penetapan harga bergantung pada fasilitas, pelayanan, perlengkapan, luas kamar, dan lokasi. Penetapan harga kamar hotel berdasarkan rata-rata tingkat hunian kamar hotel yang dapat menjamin pengembalian investasi yang dilakukan merupakan suatu sistem penetapan tarif harga hotel berdasarkan nilai atau manfaat dari produk yang ditawarkan. Penetapan tarif harga hotel dengan cara memberikan tarif khusus atau diskon dalam bentuk paket-paket yang menarik dengan memberikan bermacam-macam fasilitas yang dapat dinikmati oleh calon pelanggan hotel.

Harga berpengaruh terhadap tingkat pendapatan. Untuk menentukan harga, gunakan analisis yang tepat sehingga tidak terjadi lonjakan harga pasar ketika harga tersebut dilansir. Harga yang benar untuk revenue management disesuaikan dengan nilai yang akan diperoleh customer setelah melakukan pembayaran.

Dalam bisnis hotel, hal ini terkait dengan kualitas dan kuantitas akomodasi serta brand. Hotel dapat memasang harga tinggi ketika branding telah berada di puncak available sehingga tidak akan mengecewakan customer (Sumarsono, 2019).

Pengaruh harga hotel terhadap keputusan konsumen untuk menginap dapat disimpulkan bahwa harga hotel ada pengaruhnya terhadap keputusan konsumen untuk menginap. Dimana harga bersifat fleksibel (bisa disesuaikan dengan cepat) sesuai dengan persaingan harga di pasaran dan fasilitas yang diberikan oleh pihak hotel.

5. Lokasi

Lokasi adalah tempat atau berdirinya perusahaan atau tempat usaha. Deskripsi lain lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Lokasi fasilitas jasa seringkali tetap merupakan faktor keusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Dalam memilih lokasi untuk menjalankan suatu usaha para pengusaha/pelaku usaha perlu mempertimbangkan beberapa faktor, diantaranya: (Kotler, Philip dan Keller, & Kevin L, 2009).

Lokasi fasilitas jasa merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat ikatannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Secara garis besar, pertimbangan pengunjung yaitu mendatangi fasilitas

jasa atau penyedia jasa yang mendatangi pengunjung. Selain itu penyedia jasa mengkombinasikan.

Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, karena penyedia jasa harus mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografi dan pesaing.

- 1) Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau,
- 2) Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal
- 3) Lalu Lintas, ada 2 hal yang perlu diperhatikan yaitu pertama banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang yang besar terhadap terjadinya imoluse baying yaitu keputusan pembeli yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus. Kedua, kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran atau ambulans.
- 4) Fasilitas perpakiran, tempat parkir yang luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- 5) Ekspansi yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan dikemudianhari.
- 6) Lingkungan yaitu daerah yang mendukung jasa yang ditawarkan atau tempat usaha. Contohnya: Hotel dengan daerah yang berdekatan dengan tempat wisata di kota Yogyakarta.
- 7) Kompetisi yaitu lokasi pesaing. Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak.
- 8) Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang hotel berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk/tempat ibadah.

6. Syariah Compliance

Syariah compliance yaitu kepatuhan menjalankan prinsip syariah merupakan perwujudan yang khas dari prinsip kehati-hatian pada suatu bisnis syariah, karena kepatuhan dari prinsip syariah bagi perusahaan adalah hal yang sangat penting. Penerapan adalah hal terkait dengan praktek atau pelaksanaan sedangkan prinsip adalah suatu pernyataan fundamental atau kebenaran umum maupun individual yang dijadikan oleh seseorang kelompok sebagai sebuah pedoman berfikir atau bertindak. Dalam kamus lengkap Bahasa

Indonesia disebutkan bahwa arti kata prinsip adalah dasar, asas kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir (EM Zul Fajri & Ratu Aprilia Senja, 2008). Sementara itu, syari'ah berasal dari akar kata syara'a yang secara bahasa berarti jalan menuju sumber air, ini dapat pula diartikan sebagai jalan ke arah sumber pokok kehidupan (Totok Jumantoro, 2005). Sedangkan secara istilah syari'ah bermakna perundang-undangan yang diturunkan Allah SWT melalui Rasulullah Muhammad SAW untuk seluruh umat manusia baik menyangkut masalah ibadah, akhlak, makanan, minuman, pakaian maupun muamalah (interaksi sesama manusia dalam berbagai aspek kehidupannya meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat (Fuadi, 2017). Dari pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip-prinsip syari'ah pada hotel syariah adalah pelaksanaan pedoman-pedoman dalam operasional bisnis sehari-hari dengan berdasarkan nilai-nilai syariah dalam hal ini yang terkait dengan bisnis hotel.

Hotel syariah adalah bagian dari bisnis yang berprinsip syariah oleh karenanya etika bisnis didalamnya harus merujuk pada prinsip-prinsip ekonomi islam (Imaniyati, 2002). Hal ini didasarkan pada satu kaidah ushul "al-ashlu fi al-af'al al-taqayyud bi hukmi asy-syar'I" (bahwa hukum asal suatu perbuatan adalah terikat dengan hukum syara': baik yang wajib, sunnah, mubah, makruh atau haram). Maka dalam melaksanakan suatu bisnis harus senantiasa tetap berpegang teguh pada ketentuan syariat. Islam menetapkan prinsip-prinsip perekonomian, antara lain sebagai berikut (Basyir, 1992):

- a) Islam menentukan berbagai macam kerja yang halal. Jadi, kerja yang halal saja yang dipandang sah.
- b) Kerjasama kemanusiaan yang bersifat gotong royong dalam usaha memenuhi kebutuhan harus ditegakkan.
- c) Nilai keadilan dalam kerjasama kemanusiaan ditegakkan.

Kemudian prinsip-prinsip bisnis dalam islam meliputi:

- a) Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Berdasarkan prinsip ini, para pelaku bisnis syariah dalam menjalankan bisnisnya hendaknya tidak melakukan tiga hal: pertama, melakukan tindakan diskriminasi terhadap pihak lain. Dalam konteks hotel syariah berarti bahwa tidak ada diskriminasi pada karyawan, juga kepada konsumen baik berdasarkan ras, warna kulit dan agama. Kedua, terpaksa atau dipaksa melakukan bisnis yang terlarang seperti minuman beralkohol. Ketiga, menimbun kekayaan atau serakah, karena pada hakikatnya kekayaan adalah milik dan amanat Allah.

- b) Prinsip Kebolehan (ibadah)

Dengan prinsip ini berarti konsep halal dan haram pada barang/jasa yang dihasilkan dari sebuah usaha harus selalu diutamakan. Dalam hotel syariah, setiap apa yang diberikan dan disajikan kepada konsumen haruslah halal dan sesuai dengan syariat islam.

c) Prinsip Keadilan (al-'adl)

Keadilan memberikan pemahaman tentang perolehan atas sesuatu yang menjadi hak dalam aplikasinya di lembaga bisnis syariah keadilan mengarahkan pada transaksi yang jelas dan tidak mengandung unsur penipuan, baik dalam harga maupun jaminan produk dan jasa yang diberikan.

d) Prinsip Kehendak Bebas (al-hurriyah)

Dalam praktiknya di lembaga bisnis syariah para pelaku memiliki kebebasan untuk membuat produk dan jasa, artinya boleh melakukan inovasi terhadap produksi dan jasa sepanjang tidak bertentangan dengan syariah islam.

e) Prinsip Pertanggungjawaban

Islam mengajarkan bahwa semua perbuatan manusia akan diminta pertanggungjawaban di akhirat. Dalam implementasinya pada lembaga bisnis syariah. Diterapkan tiga hal. Pertama, dalam menghitung margin, keuntungan, nilai upah serta hal-hal lainnya. Kedua, economic return, bagi pemberi modal harus di hitung berdasarkan pada pengertian yang tegas bahwa besarnya tidak dapat diramalkan dengan probabilitas kesalahan nol dan tidak dapat ditetapkan terlebih dahulu (seperti sistem bunga). Ketiga, islam melarang semua transaksi gharar.

f) Prinsip Kebenaran : Kebajikan dan Kejujuran

Dalam konteks bisnis, yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan laba. Realisasi kebajikan adalah sikap kesukarelaan dan keramahahtamahan. Kemudian dengan kejujuran sebagai dasar bisnis akan mendapatkan kepercayaan dari pihak lain yang dapat mendorong meningkatkannya transaksi dan keuntungan.

g) Prinsip Kerelaan (ar-ridha)

Prinsip ini menjelaskan bahwa segala bentuk kegiatan ekonomi harus dilaksanakan suka rela, tanpa ada unsur paksaan antara pihak-pihak yang terlihat dengan kegiatan tersebut. Jadi pelaku bisnis syariah harus memegang teguh kebebasan bagi masing-masing pihak yang bertransaksi.

h) Prinsip Kemanfaatan

Prinsip kemanfaatan dalam kegiatan bisnis sangat berkaitan dengan objek transaksi bisnis. Objek tersebut tidak hanya label halal tapi juga memberikan manfaat bagi konsumen.

Kemudian secara khusus islam juga menetapkan nilai-nilai atau etika yang harus dipatuhi dalam kegiatan bisnis. Prinsip dasar yang telah ditetapkan oleh islam mengenai bisnis atau perdagangan dan niaga adalah tolak ukur kejujuran, kepercayaan dan ketulusan.

Prinsip-prinsip syariah yang ditetapkan dalam hotel syariah yang dijadikan indikator dalam penelitian ini adalah:

- a) Aturan selektif terhadap pasangan yang akan menginap.
- b) Fasilitas ibadah dan peniadaan fasilitas-fasilitas terlarang seperti klub malam, diskotik dan minuman beralkohol.
- c) Kewajiban menutup aurat bagi semua karyawan.

Adapun ketentuan terkait hotel syariah berdasarkan Fatwa DSN-MUI No: 108/DSNMUI/X/2016 ialah sebagai berikut ini:

- a) Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas akses ponografi dan tindakan asusila
- b) Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, ponografi, dan tindakan asusila.
- c) Makan dan minuman yang disediakan hotel syariah wajib telah mendapat sertifikat halal dari MUI.
- d) Mendiakan fasilitas peralatan dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah termasuk fasilitas bersuci.
- e) Pengelola dan karyawan/karyawati hotel wajib mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah.
- f) Hotel syariah wajib memiliki pedoman dan panduan mengenai prosedur pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah (Nomor:108/DSN-MUI/X/2016, 2016).

Syariah Compliance yang di terapkan hotel syariah yang menjadi indikator dalam penelitian ini adalah:

- a) Aturan selektif pada pasangan yang akan menginap
- b) Fasilitas ibadah dan peniadaan fasilitas-fasilitas terlarang seperti klub malam, diskotik dan minuman beralkohol.
- c) Kebajiban menutup aurat bagi karyawan.
- d) Makanan/minuman disediakan hotel bersertifikat halal.

7. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen dapat di artikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian dan kepuasan konsumen merupakan elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern

(Tjiptono F. , 2015). Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat sangat puas. Apabila perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi maka para konsumen yang kepuasannya hanya pas, akan mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Sedangkan konsumen yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kedekatan emosional terhadap merek tertentu. Bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan konsumen yang tinggi.

Menurut para ahli menyatakan mengenai apa yang dimaksud dengan ‘kepuasan pelanggan’, yaitu :

a. Philip kotler, menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang maupun kecewa pada seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja

Jadi, tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan salah satu dari perbedaan antara hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil atau kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Namun, apabila hasil sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen atau pelanggan akan merasa puas. Konsumen yang puas berpotensi lebih setia dalam waktu lebih lama, selain itu juga tidak menimbulkan rasa sensitiv terhadap harga dan akan memberi komentar yang baik terhadap kinerja perusahaan tersebut. Untuk menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem guna memperoleh konsumen, bahkan pelanggan yang lebih banyak, serta kemampuan untuk mempertahankan pelanggan.

Terdapat 5 driver utama kepuasan konsumen yaitu: (Widyastuti, 2017)

- a. Kepuasan Pelanggan keseluruhan yaitu langsung menyatakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa suatu perusahaan. Penilaiannya meliputi tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan.
- b. Konfirmasi harapan yaitu kepuasan diukur kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja/ jasa perusahaan
- c. Minat pembelian ulang yaitu dengan menanyakan pelanggan secara langsung apakah akan membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
- d. Kesiediaan untuk merekomendasi yaitu kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada teman atau keluarga menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti dalam kasus pembelian produk/jasa yang pembelian ulangnya relatif lama.
- e. Ketidakpuasan pelanggan yaitu meliputi complaint, return atau pengembalian produk, biaya garasi, produk recall.

Berikut beberapa para ahli menyatakan mengenai apa yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan:

- a) Philip Kotler, menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau pun kecewa pada seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka.
- b) J. Supranto menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan sebuah kinerja suatu barang, sekurang-sekurangnya sama dengan apa yang diharapkan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan pelanggan membandingkan kinerja dengan apa yang diharapkan pelanggan. Apabila hasil kinerja sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas, begitu sebaliknya apabila kinerja tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka pelanggan akan merasa kecewa.

8. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan

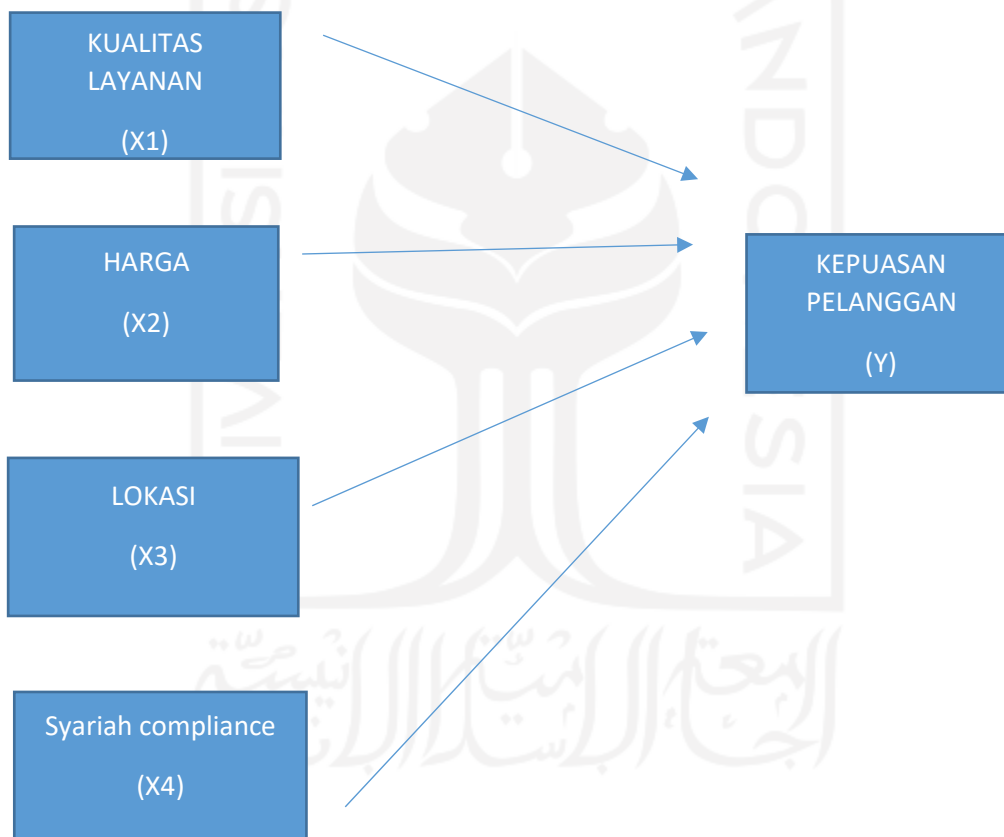
Setiap perusahaan tentunya memiliki keinginan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para konsumen dan pelanggan. Namun dalam usaha menciptakan kepuasan pelanggan, ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu (Lupiyoadi, 2011):

Indikator kepuasan pelanggan pada penelitian ini yaitu menurut (Panjaitan J. E, 2016):

- a. Kesesuaian kualitas layanan dengan tingkat harapan pelanggan merupakan tingkat kesesuaian antara jinerja produk yang diharapkan oleh pelanggann dengan apa yang didapat dan dirasakan pelanggan.
 - 1) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi harapan
 - 2) Pelayanan yang diperoleh dari karyawan sesuai atau melebihi harapan
 - 3) Fasilitas penunjang yang diharapkan sesuai atau melebihi harapan
- b. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang.
 - 1) Berminat untuk berkunjung kembali, karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan
 - 2) Berminat untuk berkunjung kembali, karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk atau fasilitas.
 - 3) Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Kesediaan merekomendasi
 - 1) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 - 2) Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan, karena fasilitas penunjang yang telah disediakan memadai.

C. Kerangka Pikir

Pengertian dari kerangka pikir adalah teori dari penelitian yang menjelaskan mengenai alasan bagi rumusan hipotesis. Kerangka pikir berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, variabel dan kajian pustaka (Wagiran, 2012). Dengan kerangka pemikiran maka dapat diketahui alur pemikiran peneliti yang bertujuan untuk menguji kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di hotel syariah. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka kerangka pikir pada penelitian ini adalah:



Sumber: *Konsep yang dikembangkan untuk penelitian ini*

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka penelitian, maka dapat dilihat bahwa kualitas layanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di hotel syariah (Hotel

Grand Dafam Rohan Ygyakarta). Lalu dari variabel tersebut akan diketahui berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dihotel yang syariah(Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta).

1. Variabel Terikat (Dependen) dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y)
2. Variabel Bebas (Independen) dalam penelitian ini variabel independen adalah Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi. Kerangka pemikiran di atas menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Lokasi (X3), *Shariah Compliance* (X4) merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

D. Hipotesis Penelitian

1. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Allan, 2016), Studi ini menyelidiki pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan retensi pelanggan diantara hotelhotel mewah terpilih di Ghana, kualitas layanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada tingkat 5%. (Wiharyo, 2017), dalam penelitian ini kualitas pelayanan dari lima dimensi yang diteliti (tanginles, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty) secara bersama menunjukkan hasil signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Faradina, 2016), kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Alamanda Surabaya. Dimana menunjukkan adanya pengaruh positif, semakin baik kualitas pelayanan keramahan dalam melayani, ketepatan dalam pemilihan produk serta kesopanan dalam pelayanan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan. (Panjaitan J. E, 2016), pada penelitian ini berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa variabel jaminan, buktifisik, empati dan daya tanggap secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Purwasih, 2018), bahwa kualitas pelayanan berpengaruh

positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari beberapa penelitian diatas berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

H1 : Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel syariah (Hotel Grand Dafam Rohan).

2. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rendy Gulla (2015) mengenai Analisis Harga, Promosi, dan Kepuasan Konsumen menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Manado Grace Inn. Penelitian yang dilakukan oleh (Khadim, 2016), hasil dari penelitian menunjukkan bahwa harga, proses dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Tomida, 2016), hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel harga sangat dominan terhadap kepuasan pelanggan. (Hamdun, Rohmadhani, & Ariestya, 2016).

Berdasarkan analisis bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (Budiarsih, 2017), dalam penelitian ini menjelaskan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana konsumen Pizza Hut rata-rata kelas menengah ke atas sesuai dengan kemampuan dan pendapatannya. Dari beberapa penelitian diatas menunjukkan hasil yang positif antara harga dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil dalam penelitian adalah:

Kualitas pelayanan

H2 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel syariah (Hotel Grand Dafam Rohan).

3. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Wariki & Tawas, 2015), dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi pengaruh terhadap kepuasan konsumen. (Budi, 2016), dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi dilihat dari hasil uji t berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Firdiyansyah, 2017), (Syah, Rusman, & Rizal, 2018),

(Agustariyani & Heriyanto, 2020), hasil penelitiannya menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan karena lokasi yang nyaman dan sarana yang memadai membuat para konsumen betah dan puas. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

H3 : Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel syariah (Hotel Grand Dafam Rohan).

4. Dalam penelitian mengenai pengaruh penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap kepuasan pelanggan di hotel menurut penelitian (Sheila, 2019), hasil penelitian ini adalah konsep hotel syariah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini berarti bahwa semakin bagus konsep hotel syariah baik dari segi pelayanan maupun interior maka kepuasan pelanggan akan meningkat. (Sumadi, 2017), (Sylvia Pramesti Utami, 2017), pada penelitian ini bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada hotel Napati Indah Bandung dimana konsumen lebih aman di hotel yang menerapkan prinsip syariah. (Siti M. , 2018), menyimpulkan bahwa prinsip syariah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel Noor Kota Bandung. (Evi, 2018) menyimpulkan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Maka hipotesis yang dapat diambil adalah.

H4: *Shariah Compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan diarahkan untuk menganalisis suatu model mengenai pengaruh layanan, harga, fasilitas dan makanan/minuman halal terhadap kepuasan pelanggan muslim di hotel syariah.

A. Desain Penelitian

Desain penelitian yaitu struktur penelitian, sebagai pengikat semua unsur dalam satu proyek penelitian untuk mencapai tujuan dari penelitian tersebut. Menurut McMillan menjelaskan bahwa desain penelitian merupakan rencana dan struktur penyelidikan yang digunakan untuk memperoleh bukti-bukti yang empiris dalam rangka menjawab masalah dalam penelitian tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode yang didasarkan pada informasi numerik atau kuantitas-kuantitas dan biasanya diasosiasikan dengan analisis-analisis statistik. Metode kuantitatif juga merupakan data penelitian yang berupa angka- angka dan analisis menggunakan statistik (Hartati, 2009).

Dalam penelitian ini saya akan menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang sesuai dengan karakteristik penelitian.

B. Jenis Data

Untuk mengumpulkan data dari informasi yang diperoleh dalam penelitian ini penulis akan menggunakan data sebagai dengan menggunakan berikut:

1. Data Primer

Menurut Mudrajat Kuncoro (2003) Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (konsumen Hotel Unisi Syariah Yogyakarta sebagai objek penelitian).

2. Data Sekunder

Merupakan data yang didapatkan dari literature yang berhubungan dengan penelitian ini (Budi Yulianto, 2018). Data sekunder dari penelitian ini dari literature dan penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

C. Lokasi Dan Waktu Pelaksanaan

Penelitian ini akan dilakukan berlokasi di Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta yang merupakan salah satu hotel yang menerapkan system Syariah yang berlokasi di Jl. Janti Jl. Gedongkuning No.336, Mondalan, Banguntapan, Kec. Banguntapan, Bantul, Derah Istimewa Yogyakarta 55171.

D. Subjek dan Objek Penelitian

Menurut Muhammad Idrus (2009) mengutip pendapat Amirin, Subyek penelitian yang merupakan seseorang atau sesuatu yang mengenainya yang ingin diperoleh keterangan, sedangkan Suharsimi Arikunto memberi batasan subyek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. Dalam sebuah penelitian, subyek penelitian memiliki peran yang sangat strategis karena pada subyek penelitian itulah data tentang variabel yang peneliti akan amati. Adapun subjeknya adalah pelanggan muslim di Hotel Unisi Syariah Yogyakarta. Dan objek dalam penelitian ini adalah terkait “Pengaruh Layanan,Harga,Fasilitas dan Makanan/minuman Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Syariah(Studi Kasus Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta)”

E. Populasi dan Sampel

Sugiyono (2010) berpendapat mengenai populasi yakni, wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan baik pria maupun wanita di Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta dengan usia tertentu agar dapat berfikir secara baik dalam mengisi kuesioner sehingga data yang diperoleh dapat valid.

Sampel adalah sejumlah contoh dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi dan secara langsung dijadikan sasaran penelitian. Sampel harus bersifat representatif yang artinya dapat mewakili populasi (Alfianika, 2018). Dalam penelitian ini juga menggunakan non-probability sampling yaitu menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan data dan menggunakan purposive sampling yaitu dengan mengambil orang-orang yang sesuai dengan karakteristik dalam penelitian ini.

Kuisisioner diberikan kepada konsumen yang pernah menginap di Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta. Sehingga responden yang dipilih sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti. Adapun karakteristik responden yang ditetapkan sebagai berikut:

1. Pria dan wanita
2. Rentan usia 17 sampai 60 tahun
3. Menjadi konsumen atau pelanggan di Hotel Gran Dafam Rohan Yogyakarta.

Rumus yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu dengan rumus paul Leddy dalam (Arikunto, 2006) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{e^2} (P)(1 - P)$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

P = jumlah populasi

e = sampling error (10%)

Z = standar untuk kesalahan yang dipilih

Dalam penelitian ini belum diketahui jumlah populasinya, maka nilai P (1-P) maksimal adalah 0,25 dan menggunakan Confidence Level 95% dengan tingkat kesalahan tidak lebih dari 10%.

$$n = \left(\frac{1.96}{0,1} \right)^2 (0,5) \left(1 - \frac{1}{0,5} \right)$$

$$= 96,04$$

Berdasarkan rumus yang dijelaskan, maka jumlah sampel yang akan diambil untuk penelitian ini sejumlah 96,04 atau dibulatkan menjadi 100 responden. Responden tersebut dipilih sesuai dengan kriteria penelitian ini yaitu pria dan wanita, rentan usia antara 17 sampai 60 tahun dan menjadi konsumen atau pelanggan di Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Menurut Maryati (2006) Pengertian dari kuesioner adalah suatu teknik yang digunakan seorang peneliti untuk mengumpulkan data dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan kepada responden. Menurut Mudrajat Kuncoro (2003) Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan tertulis untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden untuk dijawabnya.

Metode ini digunakan untuk pengambilan data mengenai tentang pengaruh kualitas layanan terhadap pelanggan muslim di hotel yang mempengaruhi syariah. Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan Rating Scale.

Menurut Nugroho *continuous rating scale* merupakan skala kuantitatif dan termasuk skala rasio, karena skala rasio merupakan angka maka semua operasi aritmatika dapat dilakukan tanpa kendala. Berdasarkan pertimbangan diatas maka instrumen penelitian ini menggunakan jawaban yang bertipe *continuous rating scale* untuk skala jenis ini merupakan skala dengan dua alternative jawaban yang saling bertolak belakang, misalnya tidak setuju dan sangat tidak setuju, tidak yakin dengan sangat yakin, dsb (Nugroho, 2015).

Skala *continuous rating scale* merupakan skala dengan nilai angka 1 sampai dengan 10 sebagian penelitian menggunakan skala 10 sampai 100. Responden diminta untuk mencoret atau memberi tanda pada nilai yang dianggap mewakili.

Tabel 3.1 Konseptual Variabel

No	Item	Jawaban
1	Apakah anda puas dengan Kualitas Pelayanan Hotel Syariah	<p style="text-align: center;">1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</p> <p style="text-align: center;">←—————→</p> <p>Tidak Setuju Sangat setuju</p>

G. Definisi Konseptual Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Syariah dan Citra Perusahaan sebagai variabel independen dan Minat Beli Konsumen sebagai variabel dependen.

1. Variabel independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain atau variabel dependen (Soegoto, 2013). Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Lokasi (X3), *Shariah Compliance* (X4).
2. Variabel dependen adalah variabelnya diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel independen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan(Y).

Tabel 3.2 Rating Scale

No.	Variabel	Indikator	No. Item
1	Kualitas Pelayanan (X1)	1. Berwujud (tangible)	B1
		2. Keandalan (reliabilitas)	B2
		3. Ketanggapan (responsiveness)	B3

		4. Jaminan dan kepastian (assurance)	B4
		5. Empati (empathy)	B5
2	Harga (X2)	1. Keterjangkauan harga.	C6
		2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	C7
		3. Daya saing harga	C8
		4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.	C9
3	Lokasi (X3)	1. Akses	D10
		2. Visibilitas	D11
		3. Lalu lintas	D12
		4. Fasilitas parkir	D13
		5. Lingkungan	
4	<i>Shariah Compliance</i> (X4)	1. aturan selektif pada pasangan meninap	E14
		2. fasilitas ibadah dan peniadaan fasilitas-fasilitas terlarang seperti klub malam, diskotik	E15

		dan minuman alkohol	E16
		3. kewajiban menutup aurat bagi karyawan	E17
		4. makanan/minuman yang bersertifikat halal.	
5	Kepuasan pelanggan (Y)	1. pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan	F18
		2. minat melakukan pembelian ulang	F19
		3. minat merekomendasikan	F20

H. Teknik Analisis Data

1. Pengolahan Data

Dalam melakukan penelitian membutuhkan analisis data dan interpretasinya yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti untuk mengungkap fenomena sosial tertentu. Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, data kuesioner dan observasi lapangan sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada para pembaca (Wijaya H. , 2018). Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode yang didasarkan pada informasi numerik atau kuantitas-kuantitas dan biasanya diasosiasikan dengan analisis-analisis statistik (Stokes, 2003). Metode kuantitatif juga merupakan data

penelitian yang berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Hartati, 2009).

2. Pengujian Hipotesis

Model pengolahan data yang digunakan dalam menganalisis data ini yaitu menggunakan simple regression atau regresi sederhana dan multiple regression atau linier berganda dari software SPSS. Menurut Greener & Martelli (2018) Analisis regresi sederhana digunakan untuk memprediksi atau menguji pengaruh satu variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) (Duli, 2019). Sedangkan linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Yusri, 2016).

3. Uji Instrumen

Instrumen terdiri dari uji validitas dan uji reabilitas

a. Uji Validitas

Menurut J. Supranto (1999) Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahaan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid jika dapat mengukur apa yang diinginkan dan mengungkap data variabel yang diteliti secara tepat. Sebelum melakukan pengolahan data, yang perlu dilakukan adalah memenuhi tes validitas, realibitas dan uji asumsi klasik. Validitas mengacu pada sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur apa yang seharusnya ingin diukur. Dalam penelitian yang bersifat deskriptif atau eksplantif yang melibatkan variabel yang tidak bisa diukur secara langsung. Alat ukur harus valid agar hasil penelitian dapat dipercaya (Duli, 2019).

Tabel 3.3 Uji Validitas

VARIABEL	INDIKATOR	PEARSON CORRELATION	PEARSON CORRELATION SIG	KETERANGAN
Kualitas Layanan (X1)	B1	0,790	0,000	Valid
	B2	0,965	0,000	Valid
	B3	0,963	0,000	Valid
	B4	0,939	0,000	Valid
	B5	0,946	0,000	Valid
Harga (X2)	C6	0,855	0,000	Valid
	C7	0,914	0,000	Valid
	C8	0,941	0,000	Valid
	C9	0,941	0,000	Valid
Lokasi (X3)	D10	0,888	0,000	Valid
	D11	0,878	0,000	Valid
	D12	0,875	0,000	Valid
	D13	0,902	0,000	Valid
Shariah Compliance (X4)	E14	0,904	0,000	Valid
	E15	0,950	0,000	Valid
	E16	0,925	0,000	Valid
	E17	0,840	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	F18	0,947	0,000	Valid
	F19	0,963	0,000	Valid
	F20	0,970	0,000	Valid

Sumber: data diolah (2021)

Dari tabel tersebut dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pertanyaan yang terbukti memiliki nilai signifikansi *pearson correlation* dibawah 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh indicator atau butir pernyataan untuk mengukur variabel terbukti valid.

b. Uji Reabilitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2006) Realibitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen sudah baik. Realiabitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberi hasil. Pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang ulang terhadap gejala yang sama dengan alat pengukuran yang sama. Uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang dinyatakan valid.

Uji Realibitas yaitu uji kekonsistenan instrumen untuk mengukur data. Instrumen yang realibel adalah instrumen yang menghasilkan ukuran yang konsisten. Uji realibitas pada penelitian kuantitatif dapat menggunakan alfa Cronbach dengan minimal angka 0,7 yang berarti bahwa instrumen yang digunakan reliable (Sarmanu, 2017).

Tabel 3.4 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Kepuasan konsumen	0,956	0,6	Reliabel
Harga	0,932	0,6	Reliabel
Lokasi	0,907	0,6	Reliabel
<i>Shariah Compliance</i>	0,919	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,956	0,6	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan ringkasan hasil uji realibilitas seperti yang terangkum dalam table diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* pada seluruh variabel lebih besar dari 0,6. Dengan demikian semua butir pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam penelitian ini dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

c. Uji Asumsi Klasik

Menurut Imam Al-Ghazali (2001) Hasil dari regresi berganda akan dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik dan tidak bias bila memenuhi beberapa asumsi yang disebut sebagai asumsi klasik. Agar mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi asumsi- asumsi yang diisyaratkan untuk memenuhi uji asumsi normalitas dan bebas dari multikoleniaritas, heteroskedostisitas, serta autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masingmasing variabel tetapi pada nilai residualnya. Uji Normalitas

bertujuan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi, antara variabel independen dan variabel dependen atau keduanya terdistribusi normal atau tidak.

2. Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik adalah model regresi yang variabel-variabel bebasnya tidak memiliki kolerasi yang tinggi atau bebas dari multikolinieritas. Deteksi adanya gejala multikolinieritas dengan menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan toleransi melalui SPSS. Uji Multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi linear berganda

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas yaitu untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain

4. Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak. Atau mencari persamaan garis regresi variabel (x) independen terhadap variabel (y) dependen berdasarkan garis regresi yang sudah dibuat (Duli, 2019).

4. Analisis Linier Regresi Sederhan (*Simple Regression*)

Menurut Suyonto (2011) Analisis regresi sederhana yaitu analisis yang dilakukan terhadap suatu variabel terikat dan suatu variabel bebas. Variabel bebas ditandai dengan huruf X sedangkan variabel terikat ditandai dengan huruf Y.

$$KP = b_1KL$$

Keterangan : `

KP = Kepuasan Pelanggan

KL = Kualitas Layanan

b1 : Koefisien regresi yang menunjukkan besarnya pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan pelanggan.

5. Analisis Linier Regresi Berganda (Multiple Regression)

Menurut Yusri (2016) Tujuan dari analisis linier regresi berganda yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Fokus utama pada analisis linier regresi berganda terletak pada model yang menggunakan suatu variabel dependent dihubungkan dengan dua atau lebih dari dua variabel independen (Wahana, 2009). Persamaan regresi untuk dua variabel independen adalah :

$$(Y) KP = b_1 X_1 KL + b_2 X_2 H + b_3 X_3 L + b_4 X_4 SC PPS$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan (Dependen)

X1 : Kualitas Layanan (Independen)

X2 : Harga (Independen)

X3 : Lokasi (Independen)

X4 : *Shariah Compliance*

b1 b2 b3 b4 : Koefien Regresi

e : Error

a. b1 : Koefesien regresi yang menunjukkan besarnya pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

b. b2 : Koefesien regresi yang menunjukkan besarnya pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

c. b3 : Koefesien regresi yang menunjukkan besarnya pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.

d. b4 : Koefesien regresi yang menunjukkan besarnya pengaruh Penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap Kepuasan Pelanggan.

6. Uji T atau Uji Parsial

Uji T atau biasa disebut dengan uji parsial yaitu pengujian masing-masing variabel independen terhadap dependen variabelnya. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga, lokasi dan *shariah compliance* (X) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dalam uji T ini, perbandingan nilai profitabilitas dengan kriteria tingkat kesalahan (α) yaitu 0.05 maka pengambilan keputusan uji T yaitu:

1. Jika nilai $> 0,05$ maka H_0 diterima (tidak signifikan)
2. Jika nilai < 0.05 maka H_0 ditolak (signifikan)

7. Uji F atau Uji Simultan

Uji F atau biasa disebut dengan uji simultan yaitu pengujian semua variabel independen terhadap dependen variabelnya. Uji F digunakan untuk menguji hipotesis yang memberi pernyataan mengenai pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan *Shariah Compliance* (X) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dalam uji F ini, perbandingan nilai profitabilitas dengan kriteria tingkat kesalahan (α) yaitu 0.05 maka pengambilan keputusan uji F yaitu:

1. Jika nilai $> 0,05$ maka H_0 diterima (tidak signifikan)
2. Jika nilai < 0.05 maka H_0 ditolak (signifikan)

Pengujian simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis uji F: $H_0 = b_1, b_2 = 0$, variabel independen secara simultan tidak signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen. $H_a = b_1, b_2 \neq 0$, variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan berdasarkan probabilitas, jika tingkat signifikansinya (α) > 0.05 maka semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan variabel dependen. Jika tingkat signifikansinya (α) < 0.05 maka semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta

Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta merupakan hotel syariah dengan bintang empat yang terletak di salah satu jalan utama Yogyakarta yaitu depan JEC (Jogja Espo Center), atau tepatnya Jl. Janti No. 336, Gedonkuning, Bantul, Yogyakarta. Lokasinya menjadikan akses yang mudah dijangkau bagi para tamu. Grand Dafam Rohan Yogyakarta memiliki 185 kamar, yang dibagi menjadi berbagai tipe kamar, seperti Deluxe, Family Junior Suite, Honeymoon, Executive dan Grand Rohan Suite.

Fasilitas yang tersedia di hotel ini yaitu memiliki Masjid yang terletak di lobby hotel dijadikan selling point tersendiri selain fasilitas pendukung yang lainnya. Masjid ini bisa dipergunakan untuk tamu dan karyawan. Di setiap kamar juga terdapat fasilitas untuk beribadah seperti mukena, sajadah, alqur'an dan terdapat ruang wudhu. Ada pula tahajud call bagi tamu menginap yang hendak melaksanakan shalat tahajud. Selain itu hotel ini dilengkapi dengan beberapa fasilitas, seperti *Lobby Lounge, grandin*, rekreasi dan Olahraa dan tidak lupa disediakan masjid yang terbuka selama 24 jam.

Konsep syariah sudah tampak mulai dari penyapaan tamu dan untuk tamu yang berpasangan wajib menunjukkan buku nikah atau identitas diri. Yang menarik lagi dari hotel ini yaitu prosedur syariah compliance nya dijamin

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

karakteristik responden untuk penelitian ini yaitu berdasarkan asal daerah, jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, pengalaman menginap, frekwensi menginap, kepentingan menginap:

1) Asal Daerah

Berikut tabel mengenai karakteristik berdasarkan asal daerah dari hasil jawaban responden:

Tabel 4.1 Asal Daerah

Asal daerah	Jumlah	frekuensi
Jawa tengah	53	53.0
Sumatera	12	12.0
Sulawesi	2	2.0
Riau	9	9.0
Jakarta	10	10.0
Kalimantan	3	3.0
Jawa barat	7	7.0

Pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 115 responden dari berbagai daerah.

2) Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2 jenis kelamin

Kategori	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	60	52.2
Perempuan	55	47.8
Total	115	100.0

Sumber: data diolah (2021)

pada tabel 4.2 dapat diketahui, bahwa dari 115 responden pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta. Responden laki-laki memiliki nilai tertinggi sebanyak 60 responden atau 60%, sedangkan responden perempuan memiliki jumlah nilai sebanyak 55 responden atau 55%. Maka dapat disimpulkan, dalam penelitian ini jumlah responden laki-laki lebih unggul daripada perempuan.

3) Usia responden

Tabel 4.3 usia responden

Kategori	Frekuensi	Persentase
17-20 tahun	2	1.7
21-30 tahun	77	67.0
31-40 tahun	25	21.7
41-50 tahun	7	6.1
51-60 tahun	4	3.5
Total	115	100.0

Sumber: data diolah (2021)

Pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 115 responden konsumen Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta dengan usia paling banyak 21-30 tahun sebesar 77 responden, kedua responden dengan usia 31-40 tahun sebanyak 25 responden, ketiga usia 41-50 tahun sebanyak 7 responden, keempat usia 51-60 tahun sebanyak 4 responden dan kelima usia 17-20 tahun sebanyak 2 responden. Jadi kesimpulannya, usia yang paling banyak menjadi konsumen di Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta yaitu 21-30 tahun.

4) Pekerjaan Responden

Tabel 4.4 Pekerjaan Responden

Kategori	Frekuensi	Persentase
Ibu Rumah Tangga	11	9.6
Lainnya	40	34.8
Mahasiswa/Pelajar	38	33.0
Pegawai Swasta	20	17.4
PNS	6	5.2
Total	115	100.0

Sumber: Data diolah (2021)

Pada tabel 4.4 dapat diketahui, bahwa dari 115 reponden konsumen Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta. Jumlah responden dengan ini pekerjaan responden paling tinggi yaitu lainnya sebanyak 40 atau 40% responden, kedua pekerjaan

responden mahasiswa/pelajar sebanyak 38 atau 38%, ketiga pekerjaan responden pegawai swasta sebanyak 20 atau 20% responden, keempat pekerjaan responden ibu rumah tangga sebanyak 11 atau 11%, keempat pekerjaan responden PNS sebanyak 6 atau 6% responden. Jadi kesimpulannya pekerjaan responden yang paling banyak yaitu pekerjaan lainnya.

5) Pendapatan Responden

Tabel 4.5 Pendapatan Responden

Kategori	Frekuensi	Persentase
Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	38	33.0
Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	31	27.0
Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000	30	26.1
Rp 5.000.000	16	13.9
Total	115	100.0

Sumber: Data diolah (2021).

Pada tabel 4.5 dapat diketahui, bahwa dari 115 responden konsumen Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta, dengan ini pendapatan responden paling tinggi berpenghasilan sebesar 1.000.000-2.000.000 dengan 38 responden, pendapatan responden kedua berpenghasilan sebesar 2.000.000-3.000.000 dengan 31 responden, ketiga pendapatan responden berpenghasilan sebesar 3.000.000-4.000.000 dengan 30 responden, keempat pendapatan responden berpenghasilan sebesar 5.000.000 dengan 16 responden.

6) Pengalaman Menginap Responden

Tabel 4.6 Pengalaman Menginap

Kategori	Frekuensi	Persentase
Pernah Menginap	115	100.0

Sumber: data diolah (2020)

Pada tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 115 responden konsumen Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta sebagai pengalaman menginap responden yaitu sebanyak 115 responden sudah pernah menginap di hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta.

7) Frekuensi Menginap

Tabel 4.7 frekuensi menginap

Kategori	Frekuensi	Persentase
1 kali	76	66.1
2-3 kali	33	28.7
4 kali	5	4.3
Total	115	100.0

Sumber: data diolah (2020)

Pada tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari 100 responden konsumen Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta sebagai Frekuensi Menginap responden yaitu yang tertinggi sebanyak 1 kali sebanyak 76 responden. Kedua frekuensi menginap responden yaitu 2-3 kali sebanyak 33 responden. Ketiga frekuensi menginap responden yaitu >4 kali sebanyak 5 responden. Jadi kesimpulannya frekuensi menginap responden yang paling tinggi yaitu menginap sebanyak 1 kali dengan jumlah responden 76.

8) Kepentingan menginap

Tabel 4.8 kepentingan menginap

Kategori	Frekuensi	Persentase
Berlibur	70	60.9
Berlibur, Urusan Kantor	10	8.7
Urusan Kantor	35	30.4
Total	115	100.0

Sumber: data diolah (2021)

Pada tabel 4.8 dapat diketahui dari 115 responden konsumen Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta tentang kepentingan menginap yaitu yang tertinggi berlibur sebanyak 70 responden, kedua kepentingan menginap urusan kantor sebanyak 35 responden.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *non parametric Kolmogorof-Smirnof*. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas. Jika probabilitas $> 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagaimana tabel 4.1

Tabel 4.9
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)

URAIAN	Unstandardized Residual
N	115
Kolmogorov-Smirnov	1,138
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,150

Sumber: Data telah diolah dengan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.11, nilai signifikansi sebesar 0,150 yang berarti lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *Cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 (Ghozali, 2016). Hasil uji multikolinieritas ditunjukkan pada tabel 4.12

Tabel 4.10
Tabel: Hasil Uji Nilai Tolerance dan VIF

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0.387	2.586
Harga	0.332	3.012
Lokasi	0.564	1.773
<i>Shariah Compliance</i>	0.623	1.606

Sumber: Data telah diolah dengan SPSS, 2021 (Lampiran 2)

Dari tabel 4.12 diketahui bahwa nilai *tolerance* variable Kualitas Pelayanan adalah 0,387, variabel Harga adalah 0,332, Variabel Lokasi adalah 0,564 dan variabel *Shariah Compliance* adalah 0,623. Dengan demikian tidak satupun nilai *tolerance* variabel bebas yang kurang dari 0,10. Sedangkan nilai *varian inflation factor* (VIF) pada variable Kualitas Pelayanan adalah 2,586, variabel Harga adalah 3,012, variabel Lokasi adalah 1,773 dan variabel Syariah Compliance adalah 1,606. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi, karena seluruh variabel bebas tidak ada yang memiliki nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih dari 10.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Jika nilai korelasi keempat variabel independen dengan Unstandardized Residual memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi. Untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Spearman's rho* (Ghozali, 2016). Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan pada tabel 4....

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskidastisitas *Spearman's rho*

Variabel	<i>Correlation</i>	Sig.
Kualitas Pelayanan	-0,103	0,275

Harga	-0,092	0,329
Lokasi	-0,058	0,539
<i>Shariah Compliance</i>	-0,009	0,920

Sumber: Data telah diolah dengan SPSS, 2021 (Lampiran 3)

Tabel 4.13 berdasarkan tabel diperoleh nilai signifikan pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,275, variabel Harga sebesar 0,329, variabel Lokasi sebesar 0,539, variabel *Shariah Compliance* 0,920. Menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi korelasi spearman $\geq 0,05$. Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Model Regresi

Menurut Yusri (2016) Tujuan dari analisis linier regresi berganda yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Fokus utama pada analisis linier regresi berganda terletak pada model yang menggunakan suatu variabel dependent dihubungkan dengan dua atau lebih dari dua variabel independen (Wahana, 2009). Persamaan regresi untuk dua variabel independen adalah :

Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

	Koefisien Regresi	T	P Value	Keterangan
Konstanta	-3.102	-1.604	0.112	
Kualitas Pelayanan	0.343	7.948	0.000	Signifikan
Harga	0.219	3.403	0.001	Signifikan
Lokasi	0.142	2.188	0.031	Signifikan
<i>Shariah Compliance</i>	0.051	.862	0.390	Tidak Signifikan

Variabel dependen: kepuasan pelanggan

Berdasarkan uji regresi linier berganda pada tabel 4.15 dapat disusun persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = -3,102 + 0,343 X_1 + 0,219 X_2 + 0,142 X_3 + 0,051X_4$$

Keterangan:

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Harga

X3 = Lokasi

X4 = *Shariah Compliance*

Y = Kepuasan Pelanggan

b. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji statistik t)

Uji t bertujuan untuk menguji masing- masing variabel independen secara individu apakah berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak, atau uji t digunakan untuk mengetahui tingginya derajat satu variabel X terhadap variabel Y jika variabel X yang lain dianggap konstan. Hasil uji analisis regresi *coefficients* terlihat di tabel 4.13

Tabel 4.13
Ringkasan Hasil Uji Nilai t Model I

	Koefisien Regresi	T	P Value	Keterangan
Konstanta	-3.102	-1.604	0.112	
Kualitas Pelayanan	0.343	7.948	0.000	Signifikan
Harga	0.219	3.403	0.001	Signifikan
Lokasi	0.142	2.188	0.031	Signifikan
<i>Shariah Compliance</i>	0.051	.862	0.390	Tidak Signifikan

Variabel dependen: kepuasan pelanggan

Sumber: Data hasil olah SPSS 2021 (Lampiran 6)

c. Uji Simultan F

Uji nilai F pada dasarnya untuk menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Pengujian hipotesis uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah secara keseluruhan variabel bebas mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Hasil uji nilai F dapat dilihat pada tabel 4.13

Tabel 4.14
Hasil Uji Simultan (F) Model I

	Koefisien Regresi
F hitung	96,191
Sig. F	0,000

Sumber: Data telah diolah dengan SPSS, 2021 (Lampiran 4)

Hasil tabel 4.16 dapat dilihat bahwa model persamaan ini memiliki nilai F hitung sebesar 96,191 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari α 0,05 maka menunjukkan bahwa variabel independen yang berupa pengaruh X1 (Kualitas Layanan), X2 (Harga), X3 (Lokasi) dan X4 (*Shariah Compliance*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Y (Kepuasan Pelanggan).

d. Koefisien Determinasi Square (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independennya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent (Ghozali, 2013). Koefisien determinasi (R Square) yang terlihat pada tabel berikut mengindikasikan kemampuan persamaan regresi berganda untuk menunjukkan tingkat penjelasan model terhadap variabel dependen. Hasil koefisien determinasi (R^2) disajikan pada tabel berikut 4.14

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi Model I

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 ^a	.778	.770	2,378

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, harga, lokasi, <i>shariah compliance</i>

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Data telah diolah dengan SPSS, 2021 (Lampiran 5)

Berdasarkan tabel 4.14 besarnya koefisien determinasi (R Square) adalah 0,778 atau 77,8% yang berarti bahwa variable dependen yaitu Y (Kepuasan Pelanggan) dapat dijelaskan oleh 4 variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan *Shariah Compliance* sebesar 77,8%. Sedangkan sisanya 22,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

e.

Adapun hasil analisis hipotesis berdasarkan perhitungan yang ditunjukkan pada tabel 4.16 dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1) Pengujian Hipotesis Satu (Kualitas Pelayanan)

Berdasarkan hasil analisis, didapatkan nilai estimasi variabel Kualitas Pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,343 dengan probabilitas sebesar 0,000. Nilai signifikansi di bawah α (0,05) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian penelitian ini menjelaskan bahwa **hipotesis 1 terdukung** oleh hasil penelitian ini yang menemukan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2) Pengujian Hipotesis Dua (Harga)

Berdasarkan hasil analisis, didapatkan nilai estimasi variabel Harga memiliki koefisien regresi sebesar 0,219 dengan probabilitas sebesar 0,001. Nilai signifikansi di bawah α (0,05) menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian penelitian ini menjelaskan bahwa **hipotesis 2 terdukung**

yaitu ada pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

3) Pengujian Hipotesis Tiga (Lokasi)

Berdasarkan hasil analisis, didapatkan nilai estimasi variabel Lokasi memiliki koefisien regresi sebesar 0,142 dengan probabilitas sebesar 0,031. Nilai signifikansi di bawah α (0,05) menunjukkan bahwa variabel Lokasi memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian penelitian ini menjelaskan bahwa **hipotesis 3 terdukung** yaitu ada pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

4) Pengujian Hipotesis Empat (*Shariah Compliance*)

Berdasarkan hasil analisis, didapatkan nilai estimasi variabel Syariah Compliance memiliki koefisien regresi sebesar 0,051 dengan probabilitas sebesar 0,390. Nilai signifikansi di atas α (0,05) menunjukkan bahwa variabel Syariah Compliance tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian penelitian ini menjelaskan bahwa **hipotesis 4 tidak terdukung** yaitu ada pengaruh positif dan tidak signifikan antara Syariah Compliance terhadap Kepuasan Pelanggan.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta.

Keberhasilan perusahaan jasa seperti hotel yaitu mendapatkan pelanggan bergantung pada kualitas layanan yang diberikan yang sesuai dengan harapan para pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik membuat pelanggan merasa puas dan tidak kecewa. Persepsi pelanggan mengenai pelayanan hotel yang baik atau tidak tergantung antara kesesuaian dan keinginan pelanggan yang diperolehnya. Bila kualitas pelayanan yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberikan dampak negatif lainnya pada perusahaan. Untuk menciptakan

kepuasan pelanggan perusahaan perlu memperbaiki kualitas layanan agar sesuai dengan harapan pelanggan.

Berdasarkan hasil dari penelitian diperoleh nilai Uji t atau parsial dari variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) terhadap kepuasan pelanggan Y sebesar 0,343 dengan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai tersebut memberikan bukti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat (Hermawan, 2018).

Teori yang dikemukakan oleh Khaihatu, Achmad Daengs dan Agoes Tinus yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis dimana kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam bisnis. Kaihatu menambahkan bahwa kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas). Maka kinerja ini lah yang dibeli oleh pelanggan, sehingga kualitas kinerja suatu perusahaan merupakan dasar bagi pemasaran jasa. Selain itu juga Jafras mengemukakan bahwa dalam suatu sistem jasa, penyedia jasa dan pelanggan sebagai pengguna jasa haruslah memiliki hubungan yang sangat erat, dimana pelanggan merupakan partisipasi aktif dalam terbentuknya proses pelayanan (Thomas S. Kaihatul, Achmad Daengs, & Agoes Tinus Lis Indarto, 2015)

Dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Faradina, 2016) berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Cantik Alamanda" memberikan pernyataan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Alamanda Surabaya. Dimana menunjukkan adanya pengaruh positif, semakin baik kualitas pelayanan keramahan dalam melayani, ketepatan dalam pemilihan produk serta kesopanan dalam pelayanan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan. Dari pembahasan penelitian sebelumnya dan data kesioner responden yang telah diolah maka disimpulkan

bahwa dengan peningkatan kualitas pelayanan diyakini akan berpengaruh terhadap persepsi pelanggan atas suatu produk atau jasa. pelanggan akan merasa puas apabila kualitas pelayanan yang dialami selama berkunjung Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta. Apabila kualitas pelayanan yang dirasakan melampaui harapan, berarti pelayanan tersebut memberikan suatu nilai yang tinggi dan akan mendorong terciptanya kepuasan pelanggannya.

Salah bentuk pelayanan yang mampu mempengaruhi kepuasan pengunjung pada Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta adalah karyawan yang bersikap ramah, sopan, cepat tanggap melayani pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman dan puas menginap di Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta. Selain itu karyawan hotel juga menerapkan nilai kesopanan dan keramahan serta jujur dan amanah. Terbukti dengan sikap ramah dan bersahabat yang diberikan oleh pihak hotel, kepada pelanggan agar tercipta rasa nyaman dan puas. Dan juga karyawan hotel juga berusaha menyampaikan informasi dengan jujur dan dengan keadaan yang sebenarnya. Karyawan juga berusaha untuk menjaga kepercayaan pengunjung dan bertanggungjawab atas segala sikap dan perbuatan kepada pelanggan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Oka A Yoeti (2012:109) mengemukakan bahwa permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang merupakan barang-barang ekonomi yang akan dibeli oleh konsumen dengan harga tertentu dalam suatu waktu atau periode tertentu. Sesuai dengan hukum permintaan yang berbunyi, makin rendah harga dari suatu barang, maka makin banyak permintaan atas barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang, makin sedikit permintaan atas barang tersebut.

Selanjutnya menurut teori Lupiyoadi (2013:101) menyatakan bahwa lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan salah satunya adalah harga. (Lupiyoadi, 2013)

Berdasarkan hasil analisis, didapatkan nilai estimasi variabel Harga memiliki koefisien regresi sebesar 0,219 dengan probabilitas sebesar 0,001. Nilai signifikansi di bawah α (0,05) menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Harga ialah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa dengan sejumlah nilai yang konsumennya pertukaran untuk mendapatkan manfaat dan menggunakan produk atau jasa itu. Harga memiliki manfaat yang besar terhadap tingkat kepuasan konsumen karena dengan harga yang terjangkau maka konsumen akan puas. Penetapan harga yang tidak sesuai akan menurunkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta. Pelanggan menganggap harga sesuai dengan manfaat jasa yang ditawarkan. Hasil penelitian ini juga melihat penelitian terdahulu oleh (Khadim, 2016) berjudul “Effect Marketing Mix on Customer Satisfaction: Empirical Study on Tourismindustry in Malaysia” hasil dari penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh (Budiarsih, 2017) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Pizza Hut di Kota Kediri” dalam penelitian ini menjelaskan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana konsumen Pizza Hut rata-rata kelas menengah ke atas sesuai dengan kemampuan dan pendapatannya. Dari beberapa penelitian diatas menunjukan hasil yang positif antara harga dan kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta

Berdasarkan hasil analisis, didapatkan nilai estimasi variabel Lokasi memiliki koefisien regresi sebesar 0,142 dengan probabilitas sebesar 0,031. Nilai signifikansi di bawah α (0,05) menunjukkan bahwa variabel Lokasi memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Menurut teori Rambat Lupiyoadi 2001 lokasi adalah keputusan yang dibuat yang dibuat perusahaan yang berkaitan dengan dimana operasi dan staf akan ditempatkan. Komponen yang menyangkut lokasi di jelaskan oleh teori Tjiptono 2001 meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman, dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor lainnya.

Hal ini membuktikan para pelanggan menginap di Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta menganggap lokasi hotel ini cukup strategis.

Dilihat juga dengan penelitian terdahulu, hasil penelitian oleh (Agustariyani & Heriyanto, 2020) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mona Plaza Hotel Pekanbaru” penelitian ini menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan karena lokasi yang nyaman dan sarana yang memadai membuat para konsumen betah dan puas.

3. Pengaruh *Shariah Compliance* Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta

Berdasarkan hasil analisis, didapatkan nilai estimasi variabel Syariah Compliance memiliki koefisien regresi sebesar 0,051 dengan probabilitas sebesar 0,390. Nilai signifikansi di atas α (0,05) menunjukkan bahwa variabel *Shariah Compliance* tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Menurut teori Basyir menyebutkan bahwa dalam melaksanakan suatu bisnis harus senantiasa tetap berpegang teguh pada ketentuan syariat.

Islam menetapkan prinsip-prinsip perekonomian. *Shariah compliance* dalam dunia perhotelan memang telah meningkat permintaannya, yang menyebabkan banyak pembisnis hotel global tertarik untuk menerapkan konsep tersebut untuk menangkap pasar. Meskipun permintaan meningkat, masih banyak orang yang tidak sepenuhnya menyadari konsep syariah ini karena kesalahpahaman. Seperti yang disarankan oleh Huang, Qiu, Bai & Pray dalam Mahmud pengetahuan dan informasi tentang konsep hotel syariah dapat mempengaruhi sikap pelanggan. Dengan demikian pelanggan harus mendapatkan informasi tentang konsep syariah untuk mendapatkan lebih banyak pengetahuan.

Dilihat juga dalam penelitian (Ibrahim & Salamiah, 2016) yang berjudul “A Case Study of Local Non-Muslim Guest Awareness towards Syariah-Compliance in Grand BlueWave Shah Alam” kepada pelanggan lokal non-muslim di Malaysia misalnya, menunjukkan bahwa kesadaran akan konsep dan praktik yang terkait dengan syariah bervariasi secara tidak signifikan. Pelanggan non-muslim pada dasarnya tidak begitu jelas mengerti tentang fitur konsep yang sesuai dengan syariah.

Padahal konsep syariah yang dipakai di hotel-hotel bersertifikat syariah tidak jauh beda pada nilai-nilai yang diyakini dan dianggap penting oleh masyarakat. Hanya saja kemudian dalam penelitian ini kenapa variabel *Shariah Compliance* tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta karena masih kurangnya informasi dan sosialisasi sehingga banyak yang kurang paham dengan konsep syariah pada hotel syariah. Sehingga ada juga pelanggan hotel yang mungkin non-muslim yang tidak mengerti konsep syariah yang mengingap di Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan *Shariah Compliance* Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan 115 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian, dari rumusan masalah, analisis data serta hasil yang diperoleh pada penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t atau parsial dari variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) terhadap kepuasan pelanggan Y sebesar 0,343 dengan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai tersebut memberikan bukti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dengan demikian H_{a1} diterima.
2. Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t Berdasarkan hasil analisis, didapatkan nilai estimasi variabel Harga memiliki koefisien regresi sebesar 0,219 dengan probabilitas sebesar 0,001. Nilai signifikansi di bawah α (0,05) menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Maka dengan demikian H_{a2} diterima.
3. Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari nilai estimasi variabel Lokasi memiliki koefisien regresi sebesar 0,142 dengan probabilitas sebesar 0,031. Nilai signifikansi di bawah α (0,05) menunjukkan bahwa variabel Lokasi memiliki arah yang positif dan

signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Maka dengan demikian H_{a3} diterima.

4. *Shariah Compliance* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari nilai estimasi variabel Syariah Compliance memiliki koefisien regresi sebesar 0,051 dengan probabilitas sebesar 0,390. Nilai signifikansi di atas α (0,05) menunjukkan bahwa variabel Syariah Compliance memiliki arah yang positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

B. Saran

1. Diharapkan pihak Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta lebih meningkatkan pelayanan yang berbasis syariah dan memberikan informasi kepada pelanggan terkait ke syariahan hotel ini. Agar Hotel syariah memiliki pelayanan yang prima dan benarbenar menerapkan konsep syariah dengan baik, para karyawan hotel hendaknya diberikan pelatihan mengenai pengetahuan tentang syariah serta kualitas layanan yang sesuai dengan syariah.
2. Dan juga diharapkan pihak hotel lebih meningkatkan kemampuan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan cepat dan akurat, tanpa menimbulkan rasa ketidaknyamanan, sehingga pelanggan merasa lebih puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel.

DAFTAR PUSTAKA

- (n.d.). Retrieved from <http://id.wikipedia.org>
- A.A, A. P., & Sherly. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan Grand Hawaii Hotel Pekanbaru. *Procuratio*, 04(04):272-281.
- Adhyamata, F. (2016). Pengaruh Lokasi, Harga, fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus Di Soto Seger Mbok Giyem Cabang Sukoharjo).
- Agustariyani, & Heriyanto, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mona Plaza Hotel Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa*, Vol. 7: Edisi II.
- Agustin, A., Winatha, I., & Rizal, Y. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Edukasi Ekobis*, Vol. 7 No 4.
- Alfianika, N. (2018). *Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Allan, M. (2016). The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction and Retention in Ghana's Luxury Hotel. *The IUP Journal of Marketing Management*, 15 (4), 60-83.
- Arifin, J. (2007). *Fiqh Perlindungan Konsumen*. Semarang: Rasail.
- Arifin, J. (2007). *Fiqh Perlindungan Konsumen*. Semarang: Rasail.
- Basyir, A. A. (1992). *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam dalam Berbagai Aspek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: P3EI-FE UII Bekerjasama dengan penerbit Tiara Wacana.
- Borham, A. J. (2002). *Pengantar Perundangan Islam*. Skudai Johor: Universitas Teknologi Malaysia.
- Budi Yulianto, N. A. (2018). *Metodologi penelitian bisnis*. Malang: Polinema Press.
- Budiarsih, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Pizza Hut di Kota Kediri. *Simki-Economic*, Vol. 01 No. 09.

- Bustami, E. F. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus pada Rocket Chicken Cabang Jombang Satu). *Journal Of Business and Innivation Management*, Vol. 1 No. 3.
- Didin Hafidhudin, H. T. (2003). *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. BUDI UTAMA.
- Engel Back Well, M. (1994). *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Keenam*. Jakarta: Bina Pura Aksara.
- Evi, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan Supermarket Tip Top (studi kasus PT.Supermarket Tip Top Cab.Ciputat). *Thesis Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah*.
- Fandi, T. (1997). *Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Faradina, A. &. (2016). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Cantik Alamanda. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(7), 1-18.
- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam.
- Fuadi, S. (n.d.). Ekonomi Syari'ah. *Makalah*.
- Hamdani, R. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hamdun, Rohmadhani, E. K., & Ariestya, D. (2016). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Roti Fatimah Bakery di Situbondo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*, Vol. 14. No. 2, 31-48.
- Hanif, M. H. (2010). Factor affecting customer satisfaction. *International Research journal of Finance and Economics*, 60(1), 44-52.
- Hartati, I. N. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Surabaya: MSC.
- Herman, M. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Hermawan, S. (2018). *Analisis Proses Pelayanan Ijin Memandirikan Bangunan di Dinas Penanama Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang*. Semarang: Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences.
- Imaniyati, N. S. (2002). *Hukum Ekonomi Islam dan Ekonomi Islam*. Bandung: Mandar Maju.

- Indra, F. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektronik*, 1 (1): 1.
- Irawan, B. S. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Keaveney, S. M. (1995). Customer switching behavior in service industries: An exploratory study. *Journal of Marketing*, 59(2), 71-82.
- Khadim, F. A. (2016). Effect Marketing Mix on Customer Satisfaction: Empirical Study on Tourism Industry in Malaysia. *International Journal of Applied Research*, 2 (2): 352-356.
- Khairana Alandri, S. (2019). Analisis Pengaruh Syariah Compliance dan Customer Value Terhadap Customer Satisfaction (survei pada konsumen Hotel Berbasis Syariah di Kota Padang). *Masters Thesis*.
- Kotler G, A. (2011). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ketujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. G. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. INDEKS Kelompok Gramedia.
- Lewis, M. K. (2007). *perbankan syariah : prinsip, praktik dan prospek*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Lili, J. d. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang. *Derema Jurnal Manajemen*, 11(2):265-289.
- Lonney, H. d. (2010). *Indikator Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Binarupa.
- Lumanauw, M. d. (2015). Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawlitouan Tondano Barat. *Jurnal EMBA Universitas Sam Ratulangi*, Vol. 3 No. 2.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Moenir. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad Arif, S. M. (2016). *Bahan Ajar Rancangan Teknik Industri*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nomor:108/DSN-MUI/X/2016, F. S. (2016). *Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Syariah Berdasarkan Prinsip Syariah*.
- Nopita sari, e. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pembeli Konsumen di Toko Sumber Pangestu Motor Karanganyar. *Jurnal Penelitian dan kajian ilmiah*, 15(3): 1.

- Nurul, Q. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. *Cahaya Ilmu*.
- Panjaitan J. E, & Y. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289.
- Poniman, B. (2016). Pengaruh Lokasi, Citra, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Anggota Koperasi Serba Usaha "Karya sembada". *Indonesian Journal on Education and Research*, Vol. 1 No 1, hal 38-47.
- Purwasih, R. . (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kafe Batavia Padang. *E-Journal Home Economic and Tourism*, 16(1).
- Rahmawati, N. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- SA, M., & Ekawati, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen Apartemen Green Bay di Jakarta Utara. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, Vol. 17 No. 1.
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Senja, E. Z. (n.d.). 671.
- Sheila, K. A. (2019). Analisis Pengaruh Syariah Compliance Hotel dan Customer Value Terhadap Customer Satisfaction (Hotel Syariah Kota Padang). *Masters Thesis Universitas Andalas*.
- Siti, M. (2018). Pengaruh Penerapan Prinsip-prinsip Syariah dan Kualitas Pelayanan Terhadap tingkat Kepuasan Konsumen pada Hotel Noor Kota Bandung. *Master Thesis UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Siti, N. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsume (studi kasus Bengkel Garasi di Ungaran). *Jurnal Elektronik*, 4(1): 1.
- Soegoto, E. (2013). *Marketing Research*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sofyan, R. (2011). *Bisnis Syariah Mengapa Tidak? (pengalaman penerapan pada bisnis hotel)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sri, Y. (1993). *teori danpetunjuk praktelk housekeeping untuk akademi perhotelan*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Stokes, J. (2003). *How To Do Media and Cultural Studies*. Yogyakarta: Bentang.
- Sulastiyono, A. (2011). *Manajemen Peyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.

- Sumadi. (2017). Peranan Manajemen Syariah Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada Rumah Sakit Islam di Kota Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03 No. 02.
- Sumawati, R. (2019). Pengaruh Kualitas Peoduk, Harga, dan Pelayana Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.
- Syadri. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Berprinsip Syariah Terhadap Kepuasan konsumen pada Hotel Amanah Kota Jambi.
- Syah, H., Rusman, T., & Rizal, Y. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Layanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Kripik Royyan. *Jurnal Edukasi Ekobis*, Vol 6 No 7.
- Sylvia Pramesti Utami, E. (2017). Pengaruh Penerapan Prinsipprinsip Syariah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen(studi kasus Hotel Narapati Indah Bandung). 250-257.
- Tjiptono, F. (2010). *Manajemen Jasa Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tomida, M. d. (2016). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Footwear Yongki Komaladi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5 No. 7.
- Totok Jumanthoro, S. M. (2005). *Kamus Ilmu Ushul Fikih*. Jakarta: Amzah.
- Triandah, & P. (2017). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Soerabi Bandung ENHA II Cabang Rawamangun). *Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, Vol. 20 No.1.
- Umar, H. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wagiran. (2012). *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Wahana. (2009). *SPSS 17.0 Untuk Pengolahan Data Statistik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Wahyuni, D. D. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Bakso.
- Wariki, G. M., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap keputusan Pembeli dan Kepuasan Konsumen pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2):1073-1085.

- Widyastuti, T. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe. *Jurnal Ecodemica*, Vol 1 no 2.
- Wiharyo, S. &. (2017). Kepuasan Sebagai Mediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Penumpang Citilink. <https://doi.org/10.1785/0120120209>, 2461-0593, 6(3) 1-22.
- Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kualitatif*. Sulawesi Selatan: Sekolah Tinggi Theology Jaffray.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Wirtz, L. d. (2011). *Service marketing : People Technology, Strategy*. New Jersey: Person Education,inc.
- Yessi, Y. B., Ria, V. S., & Roslinda, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus pada Milala Service Station Medan). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 20 (1). 141-150.
- Yunus, B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol 3 No.12*, hlm 2.
- Yusri. (2016). *Ilmu Prognatik dalam Perspektif Kesopanan Berbahasa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Zaharuddin, I. H. (2006). *Mengenal potensi wirausaha*. Bekasi Utara.
- Zahra Ehsani , M. (2015). Effect if Quality and Price On Customer Satisfaction and Commitment In Iran Auto Industry.

LAMPIRAN

LAMPIRAN KUESIONER

NAMA:

Asal Daerah:

Jenis kelamin		Usia		Pekerjaan		Pendapatan	
<input type="checkbox"/>	laki-laki	<input type="checkbox"/>	17-20 tahun	<input type="checkbox"/>	Mahasiswa/pelajar	<input type="checkbox"/>	Rp 1.000.000 -Rp 2.000.000
<input type="checkbox"/>	perempuan	<input type="checkbox"/>	21-30 tahun	<input type="checkbox"/>	ibu Rumah Tangga	<input type="checkbox"/>	Rp 2.000.000 -Rp 3.000.000
		<input type="checkbox"/>	31-40 tahun	<input type="checkbox"/>	Pegawai Swasta	<input type="checkbox"/>	Rp 3.000.000 -Rp 4.000.000
		<input type="checkbox"/>	41-50 tahun	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Rp 5.000.000
		<input type="checkbox"/>	51-60 tahun				

Pernah menginap di Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta

Pernah

Tidak

Sudah berapa kali menginap di Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta

1 kali

2-3 kali

> 4 kali

Kepentingan menginap di Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta

Berlibur

Urusan kantor

Berilah tanda (X) untuk setiap pernyataan dibawah ini yang sesuai dengan kenyataan anda bapak/ibuk/saudara

NO	PERTANYAAN	PENILAIAN									
		STS									SS
	KUALITAS PELAYANAN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta memiliki fasilitas yang nyaman										
2	Karyawan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta membarikan pelayanan yang maksimal sesuai harapan.										

3	karyawan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta merespon permintaan pelanggan secara cepat																		
4	karyawan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta bersikap ramah																		
5	karyawan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta memahami kebutuhan pelanggan																		
	HARGA																		
6	Harga Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta sangat terjangkau																		
7	Harga Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta sesuai dengan kualitas pelayanan jasa yang di berikan																		
8	Harga Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta kompetitif dibanding dengan harga yang di tawarkan hotel syariah lain																		
9	Harga Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta sangat sesuai dengan manfaat jasa yang diberikan																		
	LOKASI																		
10	Lokasi menuju Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta sangat mudah dijangkau																		
11	Lokasi Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta strategis																		
12	Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta menyediakan lahan parkir yang cukup luas																		
13	Lingkungan sekitar Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta sangat aman																		
	SYARIAH COMPLIANCE																		
14	Adanya prosedur khusus di hotel bagi pasangan yang menginap (pengecekan identitas pada pasangan suami istri)																		
15	Adanya fasilitas ibadah dan peniadaan fasilitas terlarang seperti klub malam di Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta.																		
16	Karyawan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta mengenakan pakaian yang menutup aurat.																		

17	Adanya Makan dan minuman halal yang disediakan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta.													
	KEPUASAN													
18	Saya merasa puas saat karyawan/karyawati Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta memberikan pelayanan													
19	Saya berminat untuk kembali menggunakan fasilitas dan jasa Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta													
20	Saya akan menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan pelayanan jasa di Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta													

Analisis Diskriptif

Asal Daerah

Tabel 4...
Asal_Daerah Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Aceh	2	1.7	1.7	1.7
Bandar Lampung	1	.9	.9	2.6
Bandung	3	2.6	2.6	5.2
Banjarmasin	1	.9	.9	6.1
Banjarnegara	3	2.6	2.6	8.7
Bantul	2	1.7	1.7	10.4
Bekasi	1	.9	.9	11.3
Bengkulu	2	1.7	1.7	13.0
Blora	1	.9	.9	13.9
Bukit tinggi	1	.9	.9	14.8
Cilacap	2	1.7	1.7	16.5
Cirebon	4	3.5	3.5	20.0
Ginung kidul	2	1.7	1.7	21.7
Gunung kidul	1	.9	.9	22.6
Jakarta	5	4.3	4.3	27.0
Jepara	1	.9	.9	27.8
Jogja	4	3.5	3.5	31.3

Kalimantan	1	.9	.9	32.2
Kebumen	3	2.6	2.6	34.8
Klaten	5	4.3	4.3	39.1
Lampung	3	2.6	2.6	41.7
Lombok	1	.9	.9	42.6
Magelang	5	4.3	4.3	47.0
Makassar	1	.9	.9	47.8
Malang	1	.9	.9	48.7
Malaysia	1	.9	.9	49.6
Medan	1	.9	.9	50.4
Palembang	2	1.7	1.7	52.2
Pangkal pinang	1	.9	.9	53.0
Pekanbaru	2	1.7	1.7	54.8
Pekanbaru riau	1	.9	.9	55.7
Pekanbaru(riau)	1	.9	.9	56.5
Purbalingga	6	5.2	5.2	61.7
Purwokerto	1	.9	.9	62.6
Purworejo	2	1.7	1.7	64.3
Rembang	1	.9	.9	65.2
Rembang	1	.9	.9	66.1
Riau	4	3.5	3.5	69.6
Samarinda	1	.9	.9	70.4
Semarang	4	3.5	3.5	73.9
Serang	1	.9	.9	74.8
Sleman	2	1.7	1.7	76.5
Solo	6	5.2	5.2	81.7
Tangerang	1	.9	.9	82.6
Tangerang Selatan	2	1.7	1.7	84.3
Tegal	1	.9	.9	85.2
Temanggung	4	3.5	3.5	88.7
Timika	1	.9	.9	89.6
Tulung Agung	1	.9	.9	90.4
Wonobo	1	.9	.9	91.3
Wonosari	2	1.7	1.7	93.0
Yogya	2	1.7	1.7	94.8
Yogyakarta	6	5.2	5.2	100.0
Total	115	100.0	100.0	

Jenis Kelamin Responden

Tabel 4...
Jenis_Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	60	52.2	52.2	52.2
Perempuan	55	47.8	47.8	100.0
Total	115	100.0	100.0	

Usia Responden

Tabel 4...
Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
17-20 tahun	2	1.7	1.7	1.7
21-30 tahun	77	67.0	67.0	68.7
31-40 tahun	25	21.7	21.7	90.4
41-50 tahun	7	6.1	6.1	96.5
51-60 tahun	4	3.5	3.5	100.0
Total	115	100.0	100.0	

Pekerjaan Responden

Tabel 4...
Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ibu Rumah Tangga	11	9.6	9.6	9.6
Lainnya	40	34.8	34.8	44.3
Mahasiswa/Pelajar	38	33.0	33.0	77.4
Pegawai Swasta	20	17.4	17.4	94.8
PNS	6	5.2	5.2	100.0
Total	115	100.0	100.0	

Pendapatan Responden

Tabel 4...
Pendapatan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	38	33.0	33.0	33.0
Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	31	27.0	27.0	60.0
Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000	30	26.1	26.1	86.1
Rp 5.000.000	16	13.9	13.9	100.0
Total	115	100.0	100.0	

Pengalaman Menginap Responden

Tabel 4...
Pengalaman Menginap

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pernah Menginap	115	100.0	100.0	100.0

Frekuensi Menginap

Tabel 4...
Frekuensi menginap

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
>4kali	5	4.3	4.3	4.3
1 kali	76	66.1	66.1	70.4
1 kali, 2-3 kali	1	.9	.9	71.3
2-3 kali	33	28.7	28.7	100.0
Total	115	100.0	100.0	

Kepentingan Menginap

Tabel 4...
Kepentingan_menginap

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Berlibur	70	60.9	60.9	60.9
Berlibur, Urusan Kantor	10	8.7	8.7	69.6
Urusan Kantor	35	30.4	30.4	100.0
Total	115	100.0	100.0	

Lampiran 1 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	115
Normal Parameters ^a	
Mean	.0000000
Std. Deviation	2.33552956
Most Extreme Differences	
Absolute	.106
Positive	.106
Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z	1.138
Asymp. Sig. (2-tailed)	.150

a. Test distribution is Normal.

Lampiran 2 Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.102	1.934		-1.604	.112		
	X1	.343	.043	.575	7.948	.000	.387	2.58
	X2	.219	.064	.266	3.403	.001	.332	3.00
	X3	.142	.065	.131	2.188	.031	.564	1.77
	X4	.051	.059	.049	.862	.390	.623	1.60

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 3 Uji Heteroskedastisitas

Correlations

		X1	X2	X3	X4	Unstandardize d Residual
Spearman' X1 s rho	Correlatio n Coefficient	1.000	.746*	.342*	.511*	-.103
	Sig. (2- tailed)	.	.000	.000	.000	.275
	N	115	115	115	115	115
X2	Correlatio n Coefficient	.746*	1.000	.483*	.515*	-.092
	Sig. (2- tailed)	.000	.	.000	.000	.329
	N	115	115	115	115	115
X3	Correlatio n Coefficient	.342*	.483*	1.000	.574*	-.058
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.	.000	.539
	N	115	115	115	115	115
X4	Correlatio n Coefficient	.511*	.515*	.574*	1.000	-.009
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.	.920
	N	115	115	115	115	115
Unstandardize d Residual	Correlatio n Coefficient	-.103	-.092	-.058	-.009	1.000
	Sig. (2- tailed)	.275	.329	.539	.920	.
	N	115	115	115	115	115

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Lampiran 4 Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2175.086	4	543.772	96.191	.000 ^a
	Residual	621.836	110	5.653		
	Total	2796.922	114			

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 5 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 ^a	.778	.770	2.378

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 6 Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.102	1.934		-1.604	.112
	X1	.343	.043	.575	7.948	.000
	X2	.219	.064	.266	3.403	.001
	X3	.142	.065	.131	2.188	.031
	X4	.051	.059	.049	.862	.390

a. Dependent Variable: Y

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Penulis dilahirkan di payakumbuh Sumatera Barat pada tanggal 30 April 1998 sebagai anak terakhir dari tiga bersaudara dari pasangan Iswandi dan Arnen. Saat ini bertempat tinggal di Payakumbuh. Hp: 081228474564. Alamat E-mail fauzyahnabila30@gmail.com. Pendidikan terakhir penulis SMA ditempuh di SMA N 2 Payakumbuh, lulus pada tahun 2016. Pada tahun 2016, penulis diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Selama mengikuti kuliah di Fakultas Ilmu Agama Islam UII, penulis sempat mengikuti beberapa kepanitiaan tingkat fakultas dan universitas dan kegiatan lainnya.

