

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sebagai makhluk sosial manusia tidak terlepas dari hubungan muamalah, karena hidup di dunia tidak mungkin hidup sendiri, setiap orang hidup berdampingan dengan orang lain dan harus saling membantu satu sama lain. Di Indonesia mayoritas penduduknya adalah muslim, namun sebagai negara kesatuan, memiliki berbagai suku dan budaya. Berbagai suku, ras dan agama hidup berdampingan satu sama lain dan saling toleransi.

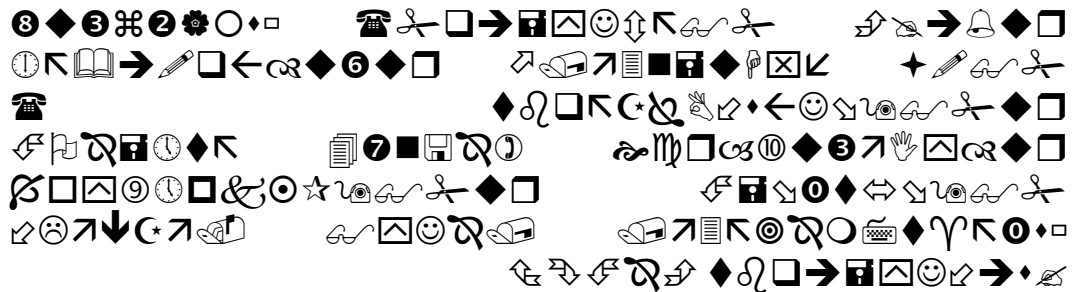
Islam sebuah sistem hidup yang aplikatif dan secara bersamaan mengandung nilai-nilai akhlak yang tinggi. Kedua hal ini berkait erat, tidak pernah terpisah satu dengan yang lainnya. Dari sini bisa dipastikan bahwa kaum muslimin tidak akan menerima sistem kapitalis. Ekonomi yang mengambil kekuatannya dari wahyu Al-Qur'an pasti ekonomi yang berakhlak. Akhlak ini mampu memberikan makna baru terhadap konsep nilai, dan mampu mengisi kekosongan pikiran yang nyaris muncul akibat alat industrialisasi.<sup>1</sup>

Dalam Islam segala aspek memiliki aturan dan pedomannya, baik mengenai ibadah dan muamalah. Sebagai muslim yang taqwa sudah sepatutnya menjalankan syariat yang sudah diajarkan oleh Nabi kita Muhammad SAW. Dalam bermuamalah seperti mendirikan usaha sudah tentu harus sesuai syariat

---

<sup>1</sup>Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta: Robbani Press, 2001),h. 61.

dan halal. Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 105 yang berbunyi :



Artinya :

*Dan katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan". (At-Taubah:105)<sup>2</sup>*

Dalam bisnis yang berbasis Islami, keuntungan (*profit oriented*) bukan menjadi tujuan semata tetapi nilai-nilai moral dan masalah juga harus diperhatikan. Islam menjadikan pekerjaan sebagai bagian dari ibadah, sehingga orang yang melakukannya tidak hanya mengejar duniawi saja aspek akhiratnya juga menjadi tujuan yang harus dicapai. Oleh karena itu, bekerja bukanlah tujuan akhir melainkan sarana yang harus dilalui, yang menjadi tujuan adalah ridha Allah SWT dengan jalan berbuat baik dan memelihara hak Allah dan masyarakat.

Seperti dalam firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Qashash ayat 77.



Artinya:

<sup>2</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Jabal Raudhotul Jannah, 2009), h. 203.

*Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan. (Al-Qashash : 77).*<sup>3</sup>

Dalam pandangan Islam, manusia mempunyai kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh *kemashlahatan* yang tertinggi dari sumber daya yang ada.<sup>4</sup> Setiap manusia bebas melakukan aktivitas ekonomi apa saja, selama aktivitas ekonomi yang dilakukan bukan aktivitas yang dilarang dalam kerangka yang Islami.<sup>5</sup>

Ekonomi Islam mempelajari perilaku ekonomi pelaku ekonomi yang rasional Islami. Oleh karena itu, standar moral suatu perilaku ekonomi didasarkan pada ajaran Islam dan bukan semata-mata didasarkan atas nilai-nilai yang dibangun oleh kesepakatan sosial. Moralitas Islam ini tidak diposisikan sebagai suatu batasan ilmu ekonomi, namun justru sebagai pilar atau patokan dalam menyusun ekonomi Islam.<sup>6</sup>

Apa saja hal dalam kehidupan tak terlepas dari kontrol aturan-aturan Islam. Termasuk juga bisnis, Islam memiliki serangkaian etika dalam berbisnis.<sup>7</sup>

---

<sup>3</sup> *Ibid*, h. 394.

<sup>4</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 68.

<sup>5</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Solo: Era Adicitra Intermedia, 2011), h.31.

<sup>6</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta, *op. cit.*, h. 33.

<sup>7</sup> Muhaimin, *Perbandingan Praktik Etika Bisnis Etnik Cina & Pembisnis Lokal*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), h. 27.

Nabi Muhammad SAW memberikan contoh kepada manusia, khususnya pebisnis syariah sebelum menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu merumuskan strategi bisnisnya yang meliputi lima sikap utama yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infaq, dan sadaqah.<sup>8</sup>

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi semakin canggih dan arus globalisasi semakin besar. Persaingan bisnis semakin pesat, diantaranya yaitu dunia perhotelan. Tidak hanya perbankan syariah, sekarang sudah ada hotel dengan menggunakan label syariah.

Hotel syariah merupakan hotel yang berprinsip syariah dalam operasionalnya. Tidak seperti hotel non syariah yang citranya kurang baik dipandang oleh masyarakat karena dalam operasionalnya terkadang bertentangan dengan syariat Islam.

Salah satu hotel di Indonesia yang menggunakan label syariah adalah hotel Sofyan yang berada di Tebet Jakarta. Hotel ini bisa dijadikan inspirasi dan referensi hotel-hotel syariah lainnya. Selain itu, di wilayah Kalimantan Selatan khususnya di Banjarbaru sudah terdapat hotel yang beroperasi secara syariah yang bernama Montana hotel syariah. Hotel syariah ini beralamat di Jalan Nangka Nomor 3 Banjarbaru Kalimantan Selatan (seberang Kolam Renang Idaman Banjarbaru).

Montana hotel syariah ini dalam operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yang bisa dilihat dari segi pelayanan para karyawan perempuan

---

<sup>8</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), h. 40.

menggunakan jilbab dan berbusana muslimah serta karyawannya yang ramah tamah. Selain itu, apabila menginap menunjukkan kartu identitas baik bagi yang belum menikah ataupun yang sudah menikah.

Hotel ini terdiri dari 52 kamar, adapun fasilitas kamar yaitu air panas dan air dingin, AC, pembuat kopi, peralatan sholat, TV layar datar, hot spot (*wifi*), telpon dan surat kabar lokal. Sedangkan biaya kamar tiap menginap, untuk Superior Rp. 650.000,-, Deluxe Rp. 750.000,-, dan untuk yang Suite Rp. 1300.000,-

Selain itu dilengkapi dengan *ballroom* dan *meeting room*. Untuk *ballroom* kapasitasnya maksimal 200 orang sedangkan untuk *meeting room* (ruang pertemuan) kapasitas maksimal 20 orang.

Dengan adanya hotel yang berdasarkan prinsip syariah ini, penulis merasa perlu untuk meneliti secara mendalam yang akan dituangkan dalam bentuk sebuah skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Pengunjung Montana Hotel Syariah”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana pengaruh pelayanan (*reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (perhatian) dan *tangible* (bukti nyata) terhadap minat pengunjung Montana hotel syariah Banjarbaru?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan (*reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (perhatian) dan *tangible* (bukti nyata) terhadap minat pengunjung Montana hotel syariah Banjarbaru

### **D. Signifikansi Penelitian**

Dari penelitian ini, diharapkan berguna sebagai:

1. Menambah pengetahuan dan wawasan penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya yang ingin mengetahui karya ilmiah ini secara mendalam.
2. Bahan informasi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dari sudut pandang yang berbeda.
3. Bahan bacaan atau khazanah perbendaharaan karya tulis di perpustakaan IAIN Antasari Banjarmasin dan Perpustakaan Syariah.

### **E. Definisi Operasional**

Agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis berusaha membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>9</sup> Maksud penulis disini adalah sesuatu hal yang baik secara langsung atau tidak langsung memberikan dampak perubahan terhadap perilaku seseorang atau kelompok.
2. Pelayanan adalah perihal atau cara melayani.<sup>10</sup> Maksud penulis di sini adalah bentuk perbuatan atau tindakan yang diberikan oleh karyawan Montana hotel syariah untuk memberikan kepuasan kepada pengunjungnya.
3. Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002:744) berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.<sup>11</sup> Maksud penulis di sini adalah hal-hal yang membuat tertarik atau ketertarikan pengunjung Montana hotel syariah untuk datang atau mengunjungi ke hotel syariah ini.
4. Pengunjung (konsumen) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang datang ke Montana hotel syariah Banjarbaru baik yang menginap maupun yang tidak.
5. Hotel adalah bangunan yang berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan.<sup>12</sup>
6. Hotel Syariah adalah adalah salah satu lembaga bisnis dengan penerapan prinsip-prinsip syariah.

---

<sup>9</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), cet. 3, h. 747.

<sup>10</sup> *Ibid*, h. 571.

<sup>11</sup> *Ibid*, h. 656.

<sup>12</sup> *Ibid*, h. 358.

## F. Kajian Pustaka

Melihat berbagai penelitian terdahulu yang penulis lakukan, berkaitan dengan masalah bisnis perhotelan, terdapat beberapa penelitian yang terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Namun, demikian ditemukan substansi yang berbeda dengan persoalan yang penulis angkat. Adapun penelitian yang dimaksud adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh M. Hairurezqi (0831159519) jurusan Ekonomi Islam yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan rental mobil terhadap kepuasan pelanggan PT. Amalia Nur Safrina cabang Barabai”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan rental mobil terhadap kepuasan pelanggan PT. Amalia Nur Safrina cabang Barabai. Pokok masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan. Ternyata dimensi *responsiveness* mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rini Riskimah (0801159020) jurusan Ekonomi Islam yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan daerah air Minum Kota Banjarmasin”. Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah kelima variabel yang terdiri dari *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (perhatian) dan *tangible* (bukti nyata) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh perusahaan Daerah Air Minum Kota Banjarmasin.



Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Mariana Ulfah NIM 0301155804 dengan judul “Kepuasan Nasabah terhadap Produk *Shar-e* pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin”. Dalam skripsi tersebut menggunakan metode kualitatif. Penelitian tersebut menjelaskan tentang gambaran kepuasan nasabah terhadap tabungan *shar-e* dan faktor-faktor yang melatarbelakangi kepuasan dan ketidakpuasan nasabah pada produk tabungan *shar-e* yaitu faktor harga, mutu produk, kecepatan pelayanan serta ada tidaknya kendala dalam melakukan transaksi. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang penulis angkat, karena penelitian ini menekankan tentang kepuasan konsumen dengan adanya kendala-kendala pada produk tersebut.

Berkaitan dengan beberapa penelitian tersebut di atas, permasalahan yang penulis angkat dalam penelitian ini adalah lebih menitik beratkan pada hubungan pelayanan terhadap minat pengunjung Montana hotel syariah di Banjarbaru.

Dengan demikian terdapat pokok permasalahan yang berbeda antara penelitian yang telah penulis kemukakan di atas dengan persoalan yang akan penulis teliti.

### **G. Kerangka Berpikir**

Ada lima dimensi dalam menganalisis pelayanan yaitu: *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (bukti nyata).

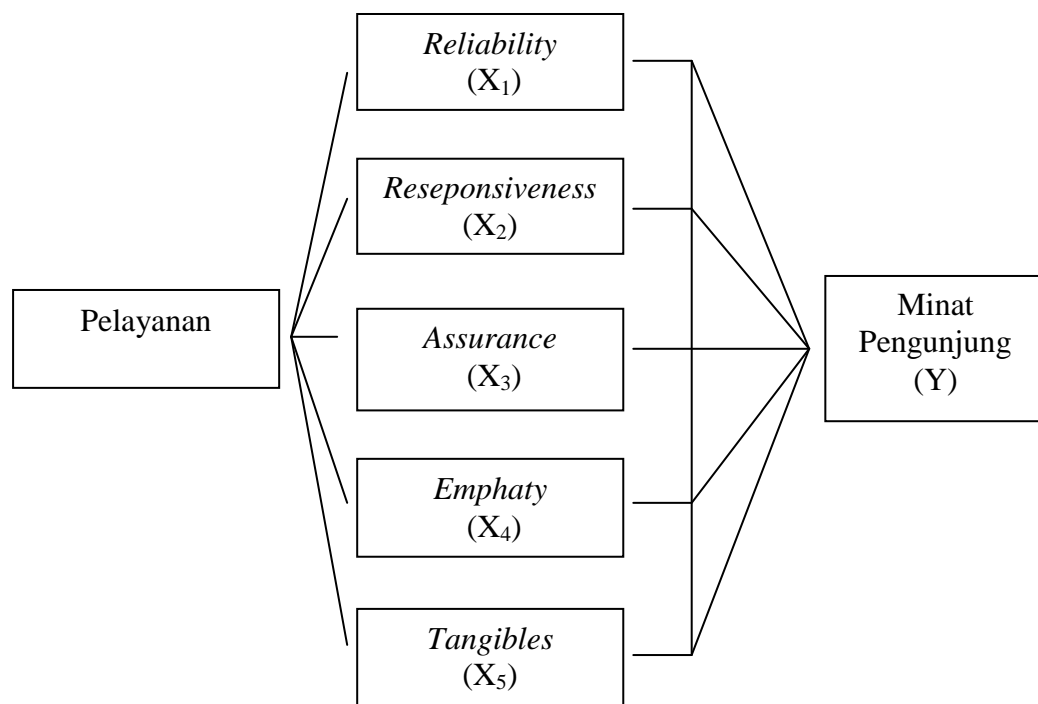
Pokok permasalahan yang dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh pelayanan yang terdiri dari lima dimensi (*reliability, responsiveness,*

*assurances, empathy* dan *tangible*) terhadap minat pengunjung dan dimensi mana yang pengaruhnya paling dominan terhadap minat pengunjung Montana hotel syariah di Banjarbaru.

Dalam kerangka pemikiran, penulis menggambarkan hubungan secara sistematis antara variabel X dan variabel Y, yakni pelayanan terhadap minat pengunjung Montana hotel syariah di Banjarbaru.

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran



## H. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul.<sup>13</sup> Berdasarkan pada kerangka penelitian pemikiran di atas. Maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti nyata) Montana hotel syariah terhadap minat pengunjung.

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh yang signifikan pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti nyata) Montana hotel syariah terhadap minat pengunjung.

## I. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari V (Lima) bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab Pertama berisi Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab Kedua berisi Landasan Teori, yang terdiri dari Konsep Hotel, Perbedaan Hotel Syariah dengan Hotel Non Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, Teori Perilaku Konsumen.

---

<sup>13</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineke Cipta, 2010), cet. 14, h. 110.

Bab Ketiga berisi Metode penelitian yang terdiri dari jenis dan sifat penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, subjek dan objek, data dan sumber data, teknik pengolahan dan analisis data dan tahapan penelitian.

Bab Keempat berisi Penyajian data dan analisis yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data, dan analisis data.

Bab Kelima berisi Penutup terdiri dari simpulan dan saran.

## BAB II

# Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Pengunjung Hotel Syariah

### A. Konsep Hotel

Kata *hotel* mulai digunakan sejak abad 18 di London Inggris sebagai *hotel garni* yaitu sebuah rumah besar yang dilengkapi dengan sarana tempat menginap/tinggal untuk penyewaan secara harian, mingguan atau bulanan. Kata hotel sendiri merupakan perkembangan dari bahasa Perancis yaitu *hostel*, diambil dari bahasa Latin *hospes*, dan mulai diperkenalkan kepada masyarakat umum ada tahun 1797. Sebelum istilah hotel digunakan di Inggris, rumah-rumah penginapan bagi orang yang bepergian disebut *inn*. Dalam terminologi (ilmu mengenai definisi dan istilah) resmi, tidak ada perbedaan definisi antara kata hotel dan *inn*.<sup>14</sup>

Jasa perhotelan termasuk jenis jasa akomodasi pariwisata seperti tertuang dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Pasal 14 tentang Kepariwisataaan. Dalam undang-undang itu hotel didefinisikan sebagai suatu usaha komersial penyediaan jasa penginapan yang dapat dilengkapi dengan jasa lainnya yang menggunakan seluruh atau sebagian dari bangunan yang khusus disediakan bagi setiap orang yang memperoleh jasa pelayanan penginapan.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Yayuk Sri Perwani, *Teori dan Petunjuk Praktek Housekeeping untuk Akademi Perhotelan Make Up Room*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006) Cet. Ke-8, h. 2.

<sup>15</sup> Pada huruf f dalam penjelasan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Pasal 14 tentang Kepariwisataaan yang menyebut maksud dengan “usaha penyediaan akomodasi” adalah usaha yang menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya. Usaha penyediaan akomodasi dapat berupa hotel, vila, pondok wisata, bumi perkemahan, persinggahan karavan, dan akomodasi lainnya yang digunakan untuk tujuan pariwisata”.

Terminologi hotel dalam konteks otonomi daerah telah diterjemahkan menurut lingkungannya. Sebagai contoh seperti yang tertuang dalam Peraturan Daerah Kota Banjarbaru yang mendefinisikan hotel sebagai suatu usaha komersial penyediaan jasa penginapan yang dapat dilengkapi dengan jasa lainnya yang menggunakan seluruh atau sebagian dari bangunan yang khusus disediakan bagi setiap orang yang memperoleh jasa pelayanan penginapan.<sup>16</sup>

Hotel merupakan sektor bisnis yang bergerak dalam bidang jasa. Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.<sup>17</sup> Adapun mutu jasa ini, para peneliti menemukan lima penentu mutu jasa. Kelimanya disajikan menurut tingkat kepentingannya, yaitu:<sup>18</sup>

1. Keandalan- kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.
2. Daya tanggap- kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat
3. Jaminan – pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati – kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.

---

<sup>16</sup> Peraturan Daerah Kota Banjarbaru No. 17 Tahun 2003 Tentang Perhotelan, Pasal 1, h. 2

<sup>17</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (New Jersey: Indeks, 2007) alih bahasa oleh Benyamin Molan, h. 42.

<sup>18</sup> *Ibid.*, h. 56.

5. Benda berwujud – penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi.

Dalam industri perhotelan, hubungan dengan pelanggan sangatlah penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Untuk produk perhotelan, hubungan pelanggan berdasarkan kepada *moment of truth* yang apabila direkomendasikan dengan karakteristik unik dari industri perhotelan akan menarik perhatian penyedia jasa untuk mengutamakan pelanggan. Hotel-hotel ternama berusaha untuk memberikan lebih dari sekedar kepuasan pelanggan dan memastikan memberikan nilai melalui suatu jalinan hubungan daripada hanya berdasarkan transaksional saja.<sup>19</sup>

Menurut Philip Kotler, proses rantai nilai sebagai alat untuk mengidentifikasi cara menciptakan lebih banyak pelanggan dan ini dapat dilihat dari: *Equity, Energy, Experience, Services, Price*. Dimana penjelasannya sebagai berikut:<sup>20</sup>

- *Equity*, yaitu tingkat kepercayaan secara nyata dibandingkan dengan janji-janji perusahaan. Ini dapat dilihat dari kekuatan merek, nama baik, kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, kemampuan hotel dalam memahami kepuasan pelanggan, kesesuaian antara janji dengan apa yang dirasakan konsumen.
- *Experience*, yaitu suasana pengalaman yang pernah dirasakan oleh konsumen, seperti citra hotel yang bisa menyentuh rasa mendalam dihati

---

<sup>19</sup> Agung Permana Budi, *Manajemen Marketing Perhotelan*, (Yogyakarta: Andi, 2013), h. 54.

<sup>20</sup> *Ibid.*, h. 55.

dan perasaan konsumen, suasana ruangan dan hotel secara keseluruhan, musik, atmosfir hotel yang memberikan ketenangan dan rasa santai sehingga betul-betul memuaskan.

- *Energy*, ini dihubungkan dengan pengorbanan konsumen sehubungan dengan waktu dan energy yang habis, misalnya menyangkut proses *check in* dan *check out*, kemudahan-kemudahan dalam mengakses suatu kebutuhan dan mencari tempat yang dituju, kemudahan memperoleh informasi.
- *Money/price*, ini menyangkut masalah harga yang dirasakan oleh pelanggan, dibandingkan dengan nilai yang ia nikmati.
- *Product/services*, yaitu manfaat yang dirasakan pelanggan dari kualitas produk atau jasa, apakah sesuai dengan harapan. Disini diperlukan kejelian dan intelijen manajemen untuk mencari dan menangkap kebutuhan dan keinginan yang tersembunyi di hati konsumen.

### 1. Klasifikasi Hotel

Klasifikasi hotel dapat dirumuskan berdasarkan beberapa segi, antara lain dari segi *plan system* (harga jual), dari segi jumlah kamar, dari segi tipe tamu, dari segi *length of stay* (lama tinggal), dari segi lokasi hotel, dan dari segi aktivitas tamu hotel. Adapun uraian dan penjelasannya adalah sebagai berikut:<sup>21</sup>

#### 1. Dari Segi Harga Jual:

- *European plan hotel*: Hotel dengan harga jual hanya untuk kamar saja.

---

<sup>21</sup> Yayuk Sri Perwani, *op. cit.*, h. 6.



- *American plan Hotel*: Hotel dengan harga jual untuk kamar dengan satu kali, dua kali atau tiga kali makan.
  - *De-luxe hotel*: Hotel dengan harga jual paling mahal.
  - *First class hotel*: Hotel dengan harga jual medium rate (menengah).
  - *Economy hotel*: Hotel dengan harga jual terendah.
2. Dari Segi Jumlah Kamar:
- *Small hotel*: Hotel dengan jumlah terendah, maksimal 25 kamar.
  - *Medium hotel*: Hotel dengan jumlah kamar di antara hotel kecil dan hotel besar, misalnya 26 sampai dengan 229 kamar. Medium hotel bisa dibagi menjadi dua bagian, yaitu:
    - a. *Average hotel*
    - b. *Above average hotel*
  - *Large hotel*: Hotel dengan jumlah kamar minimal 300 buah.
3. Dari Segi Tipe Tamu Hotel (diambil persentase terbesar jumlah tamu hotel yang menginap):
- *Family hotel* : hotel untuk keluarga
  - *Business Hotel* : hotel untuk pengusaha
  - *Tourist hotel* : hotel untuk wisatawan
  - *Transit hotel* : hotel untuk tamu yang transit (singgah untuk sementara)
  - *Cure hotel* : hotel untuk tamu yang ingin berobat, juga dikenal dengan sebutan spa, *thermale* (contoh: Javana spa di kaki gunung Salak).

#### 4. Dari Segi Lamanya Tamu Hotel Tinggal

- *Transit hotel* : hotel dengan lama tinggal tamu rata-rata semalam.
- *Residential hotel* : hotel dengan lama tinggal tamu cukup lama.
- *Semi-residential hotel* : hotel dengan lama tinggal tamu lebih dari satu hari tetapi tetap dalam jangka waktu pendek.

#### 5. Dari Segi Lokasi Hotel

- *City hotel* : hotel yang terletak di kota-kota besar terutama ibu kota.
- *Urban hotel* : hotel yang terletak di kota-kota besar terutama di dekat kota.
- *Suburb hotel* : hotel yang terletak di daerah pingiran kota/ kota satelit.
- *Resort Hotel* : hotel yang terletak di daerah peristirahatan, misalnya:
  - a. *Beach hotel* di beach resort.
  - b. *Mountain hotel* di mountain resort.
  - c. *Lake hotel* di lake resort.
- *Airport hotel* : hotel yang terletak di area pelabuhan udara.

#### 6. Dari Segi Aktivitas Tamu Hotel dan Segi Lainnya:

- *Sport hotel* : hotel yang merupakan bagian dari satu kompleks olah raga. Misalnya *The Century Park Hotel* Senayan.
- *Ski Hotel* : hotel khusus untuk tamu yang akan bermain ski.
- *Convention hotel* : hotel sebagai bagian dari kompleks konvensional.
- *Budget motel* : motel biaya pembangunannya relatif rendah.

## 2. Macam-Macam Departemen yang Ada di Dalam Hotel

Di dalam suatu hotel ada bermacam-macam departemen, dan bisa dibedakan satu sama lain berdasarkan beberapa segi, yaitu sebagai berikut:<sup>22</sup>

### 1) Dari Segi Keuangan

Dari segi keuangan, departemen yang ada di dalam suatu hotel bisa dibedakan menjadi dua departemen, ditinjau dari segi yang menghasilkan uang dan yang membutuhkan uang:

- *Revenue department*: Departemen yang bisa menghasilkan uang dalam pengoperasiannya. Misalnya:
  - *Front Office departement.*
  - *Food & Beverage departement.*
- *Non Revenue departement*: Departemen yang membutuhkan biaya dalam pengoperasiannya. Misalnya:
  - *Housekeeping departement*
  - *Engineering departement*
  - *Personnel departement*

### 2) Dari Segi Istilah

- *Major departement*: departemen utama, misalnya:
  - *Housekeeping departement.*
  - *Personnel Departement.*
- *Minor Departement*: Departemen pendukung/ penunjang, misalnya:
  - *Telephone.*

---

<sup>22</sup> *Ibid.*

- *Cigar & news.*
- *Guest laundry.*
- *Barbershop.*

### **3. Jenis-Jenis Departemen Utama di Dalam Hotel dan Tugasnya.**

Di dalam hotel juga terdapat departemen utama dan tugasnya, penjelasannya meliputi sebagai berikut:<sup>23</sup>

1. *Marketing departement* (departemen pemasaran).

Tugasnya: Memasarkan hotel ke pasaran luas sesuai kebutuhannya.

2. *Front Office departement* (departemen kantor depan)

Tugasnya: Menjual kamar yang memenuhi syarat dan siap untuk dihuni oleh tamu hotel.

3. *Housekeeping departement* (departemen tata graha).

Tugasnya: menyediakan kamar yang bersih dan siap di huni oleh tamu hotel.

4. *Laundry departement* (departemen binatu).

Tugasnya: membantu departemen *housekeeping* dalam menyediakan kebutuhan linen (handuk, seprai, selimut) untuk kamar hotel dan seragam karyawan.

5. *Engineering dan maintenance departement* (departemen pengoperasian dan perbaikan).

Tugasnya: mengoperasikan, merawat, dan memperbaiki semua peralatan dalam hotel.

---

<sup>23</sup> *Ibid.*

6. *Food dan beverage departement* (departemen makanan dan minuman).

Tugasnya: menyiapkan makanan dan minuman di dalam hotel.

7. *Finance departement* (departemen keuangan).

Tugasnya: Mengelola keuangan, baik pemasukan maupun pengeluaran hotel.

8. *Personnel departement* (departemen personalia).

Tugasnya: Mengurusi administrasi seluruh karyawan hotel.

9. *Training departement* (departemen pelatihan)

Tugasnya: memberikan berbagai latihan bagi karyawan hotel baik yang baru maupun lama.

10. *Security departement* (departemen keamanan).

Tugasnya: menjaga dan mengatur keamanan hotel.

## **B. Perbedaan Konsep Hotel Syariah dan Non Syariah**

Islam meyakini dan mendorong bisnis, tetapi kegiatan bisnis tersebut harus dilakukan sesuai dengan prinsip yang diatur dalam syariah.<sup>24</sup> Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perekonomian berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.<sup>25</sup> Apa yang dianggap halal dan haram untuk berbagai aspek kegiatan bisnis telah diatur. Aturan syariah mencakup semua kegiatan

---

<sup>24</sup> Zaki Mubarak, "Peran Akuntansi Syariah dalam Dunia Bisnis", *At-Taradhi Jurnal Studi Ekonomi*, volume I, nomor 1, (Juni, 2010), h. 64.

<sup>25</sup> Perpustakaan Nasional Katalog Dalam Terbitan (KDT), *Himpunan Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah tentang Ekonomi Syariah*, (Jakarta Pusat: Pustaka Zeedny, 2009), h. 97.

dagang. Ia menjelaskan sifat perdagangan barang dan jasa yang di benarkan sebagaimana juga penjelasan-penjelasan moral kegiatan bisnis.<sup>26</sup>

Dibandingkan dengan transaksi berdasarkan sistem konvensional yang telah dikenal, terdapat perbedaan antara transaksi berdasarkan prinsip syariah dengan transaksi yang dilakukan berdasarkan sistem konvensional tersebut. Perbedaan tersebut disebabkan oleh adanya prinsip tertentu yang harus diperhatikan oleh Usaha Berbasis Syariah dalam melaksanakan kegiatan usahanya, yaitu: kehalalan produk, kemaslahatan bersama, menghindari spekulasi, dan riba.<sup>27</sup>

Demikian pula semua pekerjaan atau profesi atau usaha yang bisa membahayakan dirinya atau orang lain atau masyarakat juga dilarang oleh agama misalnya adu tinju apalagi yang profesional. Semua jenis usaha atau pelayanan jasa yang memberi kesempatan kepada orang lain untuk berbuat maksiat atau dosa atau kejahatan adalah tidak halal dan berdosa, misalnya mucikari dengan seksnya, diskotik atau bisnis hiburan malam, bar, dan panti pijat, yang banyak disalahgunakan untuk bisnis seks atau transaksi barang-barang yang terlarang seperti narkoba dan pil ekstasi yang sangat membahayakan para pemakainya (*users*), bahkan bisa merusak moral dan akhlak bangsa terutama para remaja dan pemudanya.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> Zaki Mubarak, *op. cit.*

<sup>27</sup> Perpustakaan Nasional Katalog Dalam Terbitan (KDT), *loc. cit.*

<sup>28</sup> Fithriana Syarqawie, "Bisnis dan Perbankan Dalam Perspektif Islam", *Ittihad Jurnal Komunikasi dan Informasi antar PTAIS-Kopertais XI*, volume 10, nomor 18, (Oktober,2012), h. 49.

Sebagai pelaku bisnis (wirausaha) suatu perusahaan apapun, ia dituntut memiliki kekuatan dan nilai-nilai yang mampu menjunjung tinggi bisnisnya (*superior*). Dapat dipercaya atau jujur, adalah sebagian dari nilai-nilai yang harus dijunjung tinggi oleh pengusaha muslim.<sup>29</sup>

Memperhatikan beberapa hal di atas, usaha pelayanan jasa khususnya perhotelan sekarang sudah ada yang berprinsip syariah. Hotel syariah atau hotel yang berprinsip syariah adalah salah satu lembaga bisnis dengan penerapan prinsip syariah sebagai landasannya.

Tidak jauh berbeda dengan hotel non syariah lainnya, hotel syariah juga memberi pelayanan dan manfaat yang lebih dari sekedar hotel pada umumnya. Hotel syariah dengan memakai prinsip-prinsip syariah dalam hal pelayanan, fasilitas bahkan jasa manfaat telah sesuai menurut garis-garis ketentuan dalam memberi pelayanan kemaslahatan pengunjungnya. Dengan memakai prinsip syariah, hotel dapat memberi pelayanan yang bukan sekedar sifatnya jasmaniah tetapi merambah keruhaniah, karena dalam syariah memberi fasilitas berdasarkan kerangka dan ketentuan garis-garis syariat Islam. Hotel syariah akan memegang prinsip menjaga dan mendukung kepentingan pemerintah termasuk menjaga kode etik pariwisata baik nasional maupun internasional.<sup>30</sup>

Hotel yang berprinsip syariah ada beberapa aspek yang harus dipenuhi oleh hotel tersebut. Adapun beberapa aspek, unsur dan sub unsur kategori Hotel

---

<sup>29</sup> Muh. Yunus, *Islam dan Kewirausahaan Inovatif*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), h. 237.

<sup>30</sup> Herman, "Manajemen Hotel Syariah", <http://hermaninbismillah.blogspot.com/2013/01/managemen-hotel-syariah.html>.

syariah, seperti dalam pembahasan Peraturan Menteri (Permen) Parawisata dan Ekonomi Kreatif tentang Pedoman Usaha Hotel Syariah. Aspek itu meliputi: produk, pelayanan dan pengelolaan.<sup>31</sup>

Selanjutnya usaha hotel syariah terbagi menjadi dua kategori: (1) Hotel Syariah Hilal 1, (2) Hotel Syariah Hilal 2. Adapun Hotel Syariah Hilal 1 merupakan hotel syariah yang di dalamnya memenuhi sebagian unsur syariah sesuai dengan penilaian usaha hotel syariah yang ditentukan oleh DSN-MUI. Sedangkan Hotel Syariah Hilal 2 merupakan hotel syariah yang di dalamnya memenuhi seluruh unsur Syariah sesuai dengan penilaian usaha hotel yang ditentukan juga oleh DSN-MUI.<sup>32</sup>

Tata cara penilaian hotel syariah itu berbentuk list yang akan menilai, apakah sub unsur terpenuhi atau tidak. Misalnya, apakah persyaratan itu Mutlak (M) atau Tidak Mutlak (TM). Jika memenuhi sebagian unsur syariah sesuai dengan penilaian usaha hotel syariah yang ditentukan oleh DSN-MUI, maka hotel tersebut masuk kategori Hotel Syariah Hilal 1. Jika di dalamnya memenuhi seluruh unsur syariah sesuai dengan penilaian usaha hotel yang ditentukan juga oleh DSN-MUI, maka hotel tersebut masuk kategori Hotel Syariah Hilal 2.<sup>33</sup>

Adapun sertifikasi usaha hotel syariah itu mencakup: memiliki sertifikat standar usaha hotel, memiliki penilaian mandiri usaha hotel syariah dan persiapan Sistem Jaminan Halal (SJH), dan memenuhi persyaratan pendaftaran. Kemudian

---

<sup>31</sup> Voa-islam, "DSN-MUI: Persyaratan untuk Menjadi Hotel Syariah Tidak Ribet", <http://www.voa-islam.com/news/indonesiana/2013/10/09/27118/dsnmui-persyaratan-untuk-menjadi-hotel-syariah-tidak-ribet/>.

<sup>32</sup> *Ibid.*

<sup>33</sup> *Ibid.*



prosedur sertifikasi usaha hotel syariah meliputi: Pengusaha mengajukan permohonan pendaftaran sertifikasi pada DSN-MUI, lalu DSN-MUI melimpahkan audit SJH kepada LPPOM MUI, dan menetapkan hasil audit SJH.<sup>34</sup>

Apabila audit SJH tidak terpenuhi (tidak lulus), maka pengusaha harus memenuhi ketentuan SJH. Apabila audit SJH terpenuhi, LPPOM MUI melaporkan kepada Komisi Fatwa. Lalu Komisi Fatwa memberikan rekomendasi kepada LPPOM MUI untuk menerbitkan Sertifikasi Halal.<sup>35</sup>

Selanjutnya, DSN MUI melakukan audit Pedoman Usaha Syariah, dan menetapkan hasil auditnya. Apabila audit usaha syariah tidak lulus, maka pengusaha melakukan penilaian mandiri lagi. Tetapi, bila lulus, DSN MUI melaporkan hasil audit kepada Badan Pengurus Harian (BPH) MUI. Kemudian BPH MUI memberi rekomendasi kepada DSN MUI untuk menerbitkan Sertifikasi Usaha Syariah untuk diterima oleh pengusaha hotel yang bersangkutan. Pengawasan dan evaluasi penerapan hotel syariah dilakukan oleh Menteri/Gubernur/Walikota/DSN MUI. Dalam melakukan pengawasan, khusus untuk kategori hotel Hilal 2, DSN MUI menunjuk Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang akan melakukan pengawasan secara teknis operasional.<sup>36</sup>

Jadi yang dinamakan hotel syariah adalah bentuk jasa penginapan yang menurut undang-undang berlaku, mulai dari perencanaan, tujuan, dan kemanfaatannya telah memenuhi pola berdasarkan prinsip syariat Islam. Dengan prinsip syariah, tentunya hotel dapat menjaga kesinambungan wisatawan untuk

---

<sup>34</sup> *Ibid.*

<sup>35</sup> *Ibid.*

<sup>36</sup> *Ibid.*

bebas berkunjung dan memilih tempat yang layak. Apalagi para pengunjungnya belum mesti beragama Islam (multi etnis). Oleh karena itu di dalam agama Islam bila sesuatunya telah legal menurut syariat, secara otomatis telah membentengi dirinya dengan bangunan *maqāsid asy-syarī'ah*.

Secara bahasa, *maqāsid asy-syarī'ah* terdiri dari dua kata, yakni “*maqāsid*” dan “*asy-syarī'ah*”. *Maqāsid* berarti kesengajaan atau tujuan, sedangkan *asy-syarī'ah* berarti jalan menuju sumber air, dapat pula dikatakan sebagai jalan ke arah sumber pokok kehidupan.<sup>37</sup> Menurut istilah, asy-Syātibi menyatakan, “sesungguhnya syariah bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat”.<sup>38</sup>

Menurut asy-Syātibi, kemaslahatan manusia dapat terealisasi apabila lima unsur pokok kehidupan dapat diwujudkan dan dipelihara, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Dalam kerangka ini, ia membagi *maqāsid* menjadi tiga tingkatan, yaitu *dharūriyyāt*, *hājjiyyāt* dan *tahsiniyyat*.<sup>39</sup>

#### a. *Dharūriyyāt*

Jenis *maqāsid* ini merupakan kemestian dan landasan dalam menegakkan kesejahteraan manusia di dunia dan akhirat yang mencakup pemeliharaan lima unsur pokok dalam kehidupan manusia, yakni agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Pengabaian terhadap kelima unsur pokok tersebut akan menimbulkan kerusakan di muka bumi serta kerugian yang nyata di akhirat kelak. Pemeliharaan

---

<sup>37</sup> Fazlurrahman, *Islam* (Bandung: Penerbit Pustaka, 1984), h. 140.

<sup>38</sup> Asy-Syātibi, *al-Muwāfaqāt fī Ushūl al-Syarīah* (Kairo: Musthafa Muhammad, t.th), Jilid 2, h. 374.

<sup>39</sup> *Ibid*, h. 8.

terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan harta dapat dilakukan dengan cara memelihara eksistensi kelima unsur pokok tersebut dalam kehidupan manusia dan melindunginya dari berbagai hal yang dapat merusak. Sebagai contoh, penunaian rukun Islam pelaksanaan kehidupan manusiawi serta larangan mencuri masing-masing merupakan salah satu bentuk pemeliharaan eksistensi agama dan jiwa serta perlindungan terhadap eksistensi harta.<sup>40</sup>

*b. Hājiyyāt*

Jenis *maqāsid* ini dimaksudkan untuk memudahkan kehidupan, menghilangkan kesulitan atau menjadikan pemeliharaan yang lebih baik terhadap lima unsur pokok kehidupan manusia. Contoh jenis *maqāsid* ini antara lain mencakup kebolehan untuk melaksanakan akad *mudhārabah*, *musāqāt*, *muzāra'ah* dan *ba'i salām*, serta berbagai aktivitas ekonomi lainnya yang bertujuan untuk memudahkan atau menghilangkan kesulitan manusia di dunia.<sup>41</sup>

*c. Tahsīniyyāt*

Tujuan *maqāsid* ini adalah agar manusia dapat melakukan yang terbaik untuk menyempurnakan pemeliharaan lima unsur pokok kehidupan manusia. Ia tidak dimaksudkan untuk menghilangkan atau mengurangi berbagai kesulitan, tetapi hanya bertindak sebagai pelengkap, penerang, dan penghias kehidupan manusia. Contoh jenis *maqāsid* ini antara lain mencakup kehalusan dalam bicara dan bertindak serta pengembangan kualitas produksi dan hasil pekerjaan.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Adiwirman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 382.

<sup>41</sup> *Ibid.* h. 382-383.

<sup>42</sup> *Ibid.* h. 383.

Berdasarkan *maqāsid asy-syarī'ah* yang telah dijelaskan di atas. Jelas terlihat perbedaan yang mendasar antara hotel syariah dengan hotel non syariah. Pada hotel syariah, bagi pengunjung yang bukan mahramnya tidak diijinkan menginap. Pengunjung berlainan jenis juga akan diperiksa identitasnya karena untuk memelihara agama dari nilai-nilai *maqāsid asy-syarī'ah*. Pemeriksaan identitas ini hal penting untuk mengetahui apakah mereka suami istri atau bukan. Jika memang suami istri akan di persilahkan masuk akan tetapi jika bukan suami istri maka receptionis tidak segan-segan mengusirnya. Pada hotel non syariah jelas memiliki beberapa perbedaan dengan hal-hal di atas. Jadi Hotel Syariah memiliki nilai karakteristik yang jelas, terutama dilihat dari segi fungsi *maqāsid asy-syarī'ah* dalam pemeliharaan terhadap agama, jiwa, keturunan, akal dan harta.

### **C. Manajemen Bisnis Syariah**

Manajemen dapat didefinisikan sebagai suatu rangkaian aktivitas (termasuk perencanaan dan pengambilan keputusan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian) yang diarahkan pada sumber-sumber daya organisasi (manusia, finansial, fisik, dan informasi) dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.<sup>43</sup> Sedangkan, bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi).<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Griffin, *Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2004), h. 7.

<sup>44</sup> Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2004), h.56.



“*Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan dilakukan secara itqan (tepat, terarah, jelas dan teratur).*” (HR. Thabrani).

*Itqan* di sini maksudnya arah/tujuan pekerjaan itu jelas, landasan mantap, dan cara mendapatkannya transparan. Ini merupakan amal perbuatan yang dicintai Allah SWT.

Memperhatikan ayat Al-Qur’an dan hadis tersebut di atas jelaslah manajemen dalam arti mengatur sesuatu agar dilakukan dengan baik, tepat, dan terarah merupakan sesuatu yang disyariatkan dalam ajaran Islam.<sup>47</sup>

Sebagai konsekuensi logis pentingnya bisnis sebagai pilihan dalam pekerjaan seorang muslim, maka perlu dibangun budaya pebisnis (entrepreneur) syariah yang didasari pada sifat-sifat manusiawi dan religius dengan menempatkan pertimbangan agama sebagai landasan dalam bekerja.<sup>48</sup>

Agama Islam mengandung tiga komponen pokok yang terstruktur dan tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lain yaitu:

1. Aqidah atau Iman

Merupakan keyakinan akan adanya Allah dan Rasul yang dipilihnya untuk menyampaikan risalahnya kepada umat melalui malaikat yang dituangkan dalam kitab suci, yang mengajarkan adanya hari akhirat, suasana kehidupan sesudah mati dan sebagainya.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup> *Ibid.*

<sup>48</sup> Ma’ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah, op., cit.*, h. 34.

<sup>49</sup> Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 49.

Keyakinan Mendorong seseorang untuk konsisten dan berpegang teguh menyerahkan segenap hidupnya kepada Sang Khaliq, maha Pencipta Allah SWT. Jika dikaji lebih lanjut kata aqidah berasal dari kata aqada, yaqidu-aqdan, yang berarti mengikatkan atau meyakini (Muslim Nurdin dkk, 1995). Jadi aqidah berarti ikatan keyakinan.<sup>50</sup>

## 2. Syariah

Merupakan aturan Allah tentang pelaksanaan dari penyerahan diri secara total melalui proses ibadah dalam hubungan dengan sesama makhluk, secara garis besar syariah meliputi dua hal pokok yaitu ibadah dalam arti khusus atau ibadah mahdah dan ibadah dalam arti umum atau muamalah atau ibadah ghair mahdah.<sup>51</sup>

## 3. Akhlak

Akhlak yaitu pelaksanaan ibadah kepada Allah dan bermuamalah dengan penuh keikhlasan. Tiga komponen ajaran Islam, akidah, syariat dan akhlak merupakan suatu kesatuan yang integral tidak dapat dipisahkan.

Ketiga komponen di atas, merupakan ajaran fundamental dalam Islam, yang akan menuntun seorang muslim selalu berbuat baik, berakhlak mulia, merasa selalu ada pengawasan dari Allah. Dengan demikian masyarakat akan tenteram, jika kita mengamalkan seluruh ajaran tersebut.<sup>52</sup>

Islam sebagai suatu aturan hidup yang khas telah memberikan aturan-aturannya yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Dalam kaitan ini, maka Islam memberikan

---

<sup>50</sup> *Ibid*, h. 49-50.

<sup>51</sup> *Ibid*, h. 51.

<sup>52</sup> *Ibid*, h. 54.

resep untuk mensikapi persaingan dalam bisnis yaitu: ada tiga unsur yang perlu dicermati (1) pihak yang bersaing, (2) cara persaingan, dan (3) produk atau jasa yang dipersaingkan.<sup>53</sup>

Ajaran berikut dapat dijadikan pijakan dalam melakukan persaingan dalam bisnis, yaitu:

1. “ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian saling makan harta sesama kalian secara bathil” (QS An-Nisa ayat 29)<sup>54</sup>
2. Seorang muslim adalah bersaudara dengan muslim lainnya, tidak menzalimi dan tidak menekannya. (HR Muslim)<sup>55</sup>
3. Menciptakan suasana berikut: <sup>56</sup>
  - a. Pebisnis muslim tidak menghalalkan segala cara.
  - b. Pebisnis muslim berupaya menghasilkan produk berkualitas dan pelayanan terbaik sesuai syariah.
  - c. Pebisnis muslim harus memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan aqad-aqad bisnis.
  - d. Negara harus mampu menjamin terciptanya sistem yang adil dan kondusif dalam persaingan.

Oleh karena itu apabila melakukan usaha sudah sepatutnya melaksanakan seperti hal-hal yang telah disebutkan di atas. Seperti halnya juga menjalankan

---

<sup>53</sup> Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, op. cit, h.342.

<sup>54</sup> *Ibid.*

<sup>55</sup> *Ibid.*

<sup>56</sup> *Ibid.*



usaha perhotelan yaitu hotel syariah. Sudah sepatutnya dalam manajemen yang dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam sehingga pelaksanaannya bisa mendapat berkah dari Allah SWT.

#### **D. Teori Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen dapat didefinisikan merupakan proses pengambilan keputusan dan aktifitas masing-masing individu yang dilakukan dalam rangka evaluasi, mendapatkan, penggunaan, atau mengatur barang-barang dan jasa.<sup>57</sup> Kegiatan yang dilakukan berkaitan dengan ekonomi, salah satu pengertiannya yaitu *economics is the study of how the productive and distributive aspects of human life are organized. It studies the history of production, distribution, and consumption of good and services in different societies and countries and how these aspects have changed over time.*<sup>58</sup> Kalau diartikan, yaitu ekonomi adalah studi tentang bagaimana aspek-aspek produktif dan distributif kehidupan manusia yang terorganisir. Ia mempelajari tentang produksi, distribusi, dan konsumsi pelayanan yang baik dan dalam masyarakat dan negara-negara yang berbeda dan bagaimana aspek ini telah berubah dari waktu ke waktu. Perilaku konsumen (*consumer behavior*) juga didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup> Adi Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Studia Press, 2002), h. 2.

<sup>58</sup> Tom Riddell, Jean Shackelford, dan Steve Stamos, *Economics: A Tool For Understanding Society*, (California: Addison-Wesley Publishing Company, 1944), h. 26.

<sup>59</sup> John C Mowen, Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002), Jilid I, h. 6.

Perilaku konsumen sering dikatakan multi-disiplin ilmu. Disiplin ilmu yang telah banyak menyumbangkan untuk pemahaman terhadap perilaku konsumen adalah:<sup>60</sup>

- Psikologi : pemahaman mengenai perilaku dan proses mental individu.
- Sosiologi : pemahaman mengenai perilaku bersama dari orang-orang dalam kelompok-kelompok.
- Psikologi sosial : pemahaman mengenai bagaimana seseorang memengaruhi dan dipengaruhi oleh kelompok-kelompok.
- Ekonomi : pemahaman mengenai produksi, perdagangan dan konsumsi dari barang dan jasa.
- Antropologi : pemahaman manusia dan kaitannya dengan budaya.

Dalam ilmu ekonomi konvensional, tujuan konsumen rasional dari kegiatan konsumsinya adalah memaksimalkan kepuasan *materiil*. *McConnell* dan *Brue* mengatakan bahwa *economics is grounded on the assumption of "rational self-interest". Individuals pursue action that will enable them to achieve their greatest satisfaction.*<sup>61</sup> *In the theory of demand, say that people maximize their utility, which means that they choose the bundle of consumption goods that they most prefer.*<sup>62</sup> Hal ini berarti dalam teori konvensional diajarkan bahwa tujuan konsumsi adalah mencari *utility* maksimum, dimana tingkat kepuasan seorang konsumen dalam mengkonsumsi suatu komoditi akan mencapai titik maksimum apabila ia memilih barang yang paling disenanginya, memiliki barang

---

<sup>60</sup> Adi Nugroho, *op. cit.*, h. 10-11.

<sup>61</sup> Mc Connell and Brue, *Economics: Principles, Problems and policies*. (New York: McGraw-Hill, 2002), h. 4.

<sup>62</sup> Samuelson and Nordhaus, *Microeconomics*. (New York: McGraw-hill, 2001), h. 85.

yang lebih banyak lebih baik daripada memiliki sedikit barang (*more is better*) serta dapat menghabiskan seluruh anggaran atau pendapatan yang dimiliki.

Menurut Handi Irawan (Wikipedia, 2012), perilaku konsumen Indonesia dikategorikan menjadi sepuluh, yaitu:<sup>63</sup>

- 1) Berpikir jangka pendek (*short term perspective*), ternyata sebagian besar konsumen Indonesia hanya berpikir jangka pendek dan sulit untuk diajak berpikir jangka panjang, salah satu cirinya adalah dengan mencari serba yang instan.
- 2) Tidak terencana (*dominated by unplanned behavior*). Hal ini tercermin pada kebiasaan *impulse buying*, yaitu membeli produk yang kelihatan menarik (tanpa perencanaan sebelumnya).
- 3) Suka berkumpul. Masyarakat Indonesia mempunyai kebiasaan suka berkumpul (sosialisasi). Salah satu indikator terkini adalah situs *social networking* seperti Facebook dan Twitter sangat diminati dan digunakan secara luas di Indonesia.
- 4) Gagap teknologi (*not adaptive to high technology*). Sebagian besar konsumen Indonesia tidak begitu menguasai teknologi tinggi. Hanya sebatas pengguna biasa dan hanya menggunakan fitur yang umum digunakan kebanyakan pengguna lain.
- 5) Berorientasi pada konteks (*context, not content oriented*). Konsumen kita cenderung menilai dan memilih sesuatu dari tampilan luasnya. Dengan

---

<sup>63</sup> Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*, (Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Services), 2013), h. 5.

begitu, konteks-konteks yang meliputi suatu hal justru lebih menarik ketimbang hal itu sendiri.

- 6) Suka bantuan luar negeri (*receptive to COO effect*). Sebagian konsumen Indonesia juga lebih menyukai produk luar negeri dari pada produk dalam negeri, karena bisa dibidang kualitasnya juga lebih bagus dibanding di Indonesia.
- 7) Beragama (*religious*). Konsumen Indonesia sangat peduli terhadap isu agama. Inilah salah satu karakter khas konsumen Indonesia yang percaya pada ajaran agamanya. Konsumen akan lebih percaya jika perkataan itu dikemukakan oleh seorang tokoh agama, ulama atau pendeta. Konsumen juga suka dengan produk yang mengusung symbol-simbol agama.
- 8) Gengsi (*putting prestige as important motive*). Konsumen Indonesia amat getol dengan gengsi. Banyak yang ingin cepat naik “status” walau belum waktunya. Saking pentingnya urusan gengsi ini, mobil-mobil mewah pun tetap laris terjual di negeri kita pada saat krisis ekonomi sekalipun. Menurut Handi Irawan, ada tiga budaya yang menyebabkan gengsi. Konsumen Indonesia suka bersosialisasi sehingga mendorong orang untuk pamer.
- 9) Budaya lokal (*strong in subculture*). Sekalipun konsumen Indonesia gengsi dan menyukai produk luar negeri, namun unsur fanatisme kedaerahannya ternyata cukup tinggi. Ini bukan berarti bertentangan dengan hukum perilaku yang lain.
- 10) Kurang peduli lingkungan (*low consciousness towards environment*). Salah satu karakter konsumen Indonesia yang unik adalah kurangnya kepedulian mereka

terhadap isu lingkungan. Tetapi jika melihat prospek ke depan kepedulian konsumen terhadap lingkungan akan semakin meningkat, terutama mereka yang tinggal di perkotaan. Begitu pula dengan kalangan menengah atas yang relatif lebih mudah paham dengan isu lingkungan. Lagipula mereka pun memiliki daya beli terhadap harga premium sehingga akan lebih mudah memasarkan produk dengan tema ramah lingkungan terhadap mereka.

Keanekaragaman konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari diri konsumen maupun luar konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya adalah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis.<sup>64</sup>

Perilaku konsumsi Islami yang sumbernya adalah Al-Qur'an dan al-Hadits memberikan pengajaran sosial-ekonomi yang baik khususnya dalam menyambungkan mata rantai individu sehingga menjadi sebuah bangunan yang kokoh. Jelas kiranya bahwa kemiskinan terjadi karena mata rantainya tidak menyatu.<sup>65</sup>

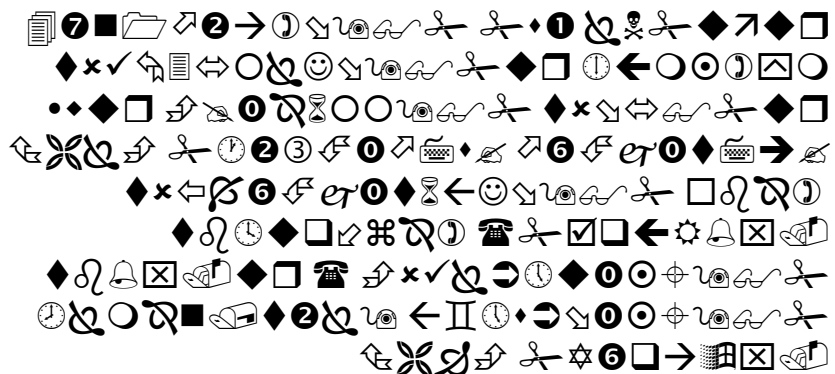
Dalam perilaku konsumsi Islami, manusia perlu menggunakan unsur kalbunya (rasa). Sebab, dengan demikian dia akan mengalokasikan dananya bukan hanya untuk kepentingan individual, tetapi termasuk pula kepentingan sosial. Dia ingin iman dan taqwanya terpelihara, maka dia akan mengabaikan aspek konsumsi sosial. Para ekonom muslim, seperti Mashudul Alam Chodury, Fahim Khan, M.M Metwally, Abdul Mannan, dan Murasa Sarkaniputra,

---

<sup>64</sup> Fandy Tjipto, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2008), h. 81.

<sup>65</sup> Muhammad Muflih MA, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 48.

mengaitkan konsumsi sosial ini dengan kepentingan ukhrawi dan konsumsi barang dan jasa dengan kepentingan duniawi konsumen Muslim.<sup>66</sup> Sesuai firman Allah dalam surah Al- Isrā ayat 26-27.



Artinya:

*Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya. (Al-Isrā ayat 26-27)<sup>67</sup>*

Hadits Nabi yang juga membahas pedoman dalam konsumsi Islam adalah

*“Diriwayatkan dari Abi Hurairah radhiyallahu’anhu, dia telah berkata: Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam telah bersabda: “Makanan untuk dua orang itu bisa dipakai untuk mencukupi tiga orang, makanan untuk tiga orang itu bisa dipakai untuk mencukupi empat orang.”<sup>68</sup>*

Hadits di atas menganjurkan agar berjamaah ketika makan, karena keberkahan akan menyertai makanan yang kita makan secara berjamaah. Seorang muslim juga dianjurkan untuk selalu ingat kepada sesamanya, karena seseorang

<sup>66</sup> *Ibid.*, h. 58.

<sup>67</sup> Departemen Agama RI, *op. cit.*, h. 284.

<sup>68</sup> KH. Ahmad Mudjab Mahalli dan Ahmad Rodli Hasbullah, *Hadis-Hadis Muttafaq’ Alaih*, (Jakarta Timur: Prenada Media, 2004), h. 338.

belum dikatakan beriman apabila masih ada tetangganya yang kelaparan sedang ia mengetahuinya.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> *Ibid.*

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu dengan terjun langsung ke lapangan untuk menggali data dan menggali permasalahan yang diteliti. Adapun sifat penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan lokasi penelitian ini yaitu pada Montana hotel syariah yang terdapat di Jalan Nangka Nomor 3 Banjarbaru Kalimantan Selatan.

#### **B. Subjek dan Objek Penelitian**

1. Subjek penelitian ini adalah para pengunjung (konsumen) Montana hotel syariah di Banjarbaru.
2. Objek penelitian ini adalah pengaruh pelayanan terhadap minat pengunjung Montana hotel syariah di Banjarbaru.

#### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.<sup>70</sup> Populasi dalam penelitian ini

---

<sup>70</sup> Sutisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Gajah Mada, 1981.), h. 88.



adalah para pengunjung Montana hotel syariah Banjarbaru. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia dan pekerjaan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>71</sup> Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus 15 atau 20 kali variabel bebas yang terdapat pada buku Joseph F. Hair yang berjudul *Multivariate Data Analysis*, jadi akan dapat hasil sebagai berikut:

$$20 \times 5 \text{ (jumlah variabel bebas)} = 100$$

Jadi, berdasar perhitungan di atas diperoleh jumlah sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *nonprobability sampling* dan metode pengambilannya *quota sampling*.

#### **D. Data dan Sumber Data**

##### **1. Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer (*primary*) adalah data yang diambil dari lapangan (*enumerator*) yang diperoleh melalui pengamatan, wawancara dan kuesioner.<sup>72</sup>

Variabel independen atau variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat. Variabel independen atau

---

<sup>71</sup> *Ibid*, h. 89.

<sup>72</sup> Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2009), h. 153.

variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah pelayanan yang meliputi *Reliability* atau keandalan ( $X_1$ ), *Responsiveness* atau daya tanggap ( $X_2$ ), *Assurance* atau jaminan ( $X_3$ ), *Emphaty* atau perhatian ( $X_4$ ), dan *Tangibles* atau bukti nyata ( $X_5$ ).

Variabel dependen atau variabel terikat (Y) adalah variabel yang besar kecilnya tergantung pada nilai variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen atau variabel terikat (Y) adalah minat pengunjung pada Montana hotel syariah.

Sedangkan data sekunder (*secondary*) merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh instansi dan/ atau pihak lain) (Indriantoro, 1999:147) karena data ini sudah tersedia, seperti di Biro Pusat Statistik (BPS), Dinas Perindustrian/ Perdagangan, dan instansi lainnya yang terkait dengan topik penelitian.<sup>73</sup> Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari Montana hotel syariah yang berupa data, catatan-catatan, serta dokumen yang ada hubungannya dengan objek penelitian.

## 2. Sumber Data

Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Responden, yaitu orang yang terlibat langsung dalam penelitian ini yaitu para pengunjung (konsumen) Montana hotel syariah Banjarbaru.
- b. Informan, yakni pihak-pihak yang penulis anggap bisa memberikan keterangan dan tambahan informasi yang berkaitan dengan penelitian yaitu karyawan Montana hotel syariah di Banjarbaru.

---

<sup>73</sup>*Ibid.*, h. 156-157.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun dalam usaha pengumpulan data ini, maka penulis menggunakan beberapa teknik yaitu :

- a. Angket (kuesioner), adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden.<sup>74</sup> Responden adalah orang yang memberikan tanggapan atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.<sup>75</sup>
- b. Dokumenter, teknik ini digunakan sebagai penunjang untuk mengetahui data fisik terkait permasalahan yang diteliti, seperti profil hotel, struktur organisasi, dan manajemen Montana hotel syariah.

## F. Desain Pengukuran

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena. Dalam skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan-pertanyaan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata:

SS : Sangat Setuju

---

<sup>74</sup>Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999), h. 136.

<sup>75</sup> Muhaimin, *Metodologi Penelitian Buku Ajar untuk Perguruan Tinggi*, *op. cit.*, h.96.

- S : Setuju  
N/R : Netral/ Ragu-ragu  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

Bila,

- SS diberi skor : 5  
S diberi skor : 4  
N/R diberi skor : 3  
TS diberi skor : 2  
STS diberi skor : 1

## **G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

### 1.) Teknik pengolahan data

Setelah data terkumpul, sebelum menganalisis data terlebih dahulu dilakukan pengolahan data sebagai berikut:

- a. Editing, yaitu meneliti dan mempelajari kembali data yang terkumpul yaitu data tentang pengaruh pelayanan terhadap minat pengunjung Montana hotel syariah Banjarbaru.
- b. Tabulasi, yaitu menyusun tabel-tabel untuk tiap-tiap variabel serta pengkategorisasian maupun perhitungan persentasenya.
- c. Interpretasi, yaitu memberikan penafsiran serta penilaian dari hasil penelitian sehingga terlihat jelas makna seluruh data.

## 2.) Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam metode ilmiah. Dengan adanya analisis, data menjadi berarti dan berguna dalam memecahkan masalah penelitian, sekaligus menjawab hipotesis dan mencapai tujuan penelitian.<sup>76</sup> Dalam penelitian ini data yang terkumpul akan disajikan dalam bentuk uraian-uraian secara deskriptif.

Untuk melakukan teknik analisis data, penulis menggunakan program SPSS 19 *for windows*. Adapun langkah-langkah yang perlu dilakukan adalah dengan melakukan beberapa pengujian yaitu:

1. Uji validitas dan uji reliabilitas

- a. Uji validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis butir. Uji validitas disini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor pada item dengan skor total itemnya. Skor item dianggap sebagai nilai X sedangkan skor total dianggap sebagai nilai Y. Apabila skor item memiliki korelasi positif yang signifikan berarti item tersebut dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel tersebut.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Danang Sunyoto, *Metode Penelitian untuk Ekonomi*, (Yogyakarta: Caps, 2011), h. 127.

<sup>77</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta. 2008), h. 124.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah menggunakan *Cronbach Alpha* yang berguna untuk mengetahui apakah alat ukur yang dipakai *reliable* (handal).

Ketentuan uji reliabilitas dengan *Cronbach Alpha*:<sup>78</sup>

- a) Nilai *Cronbach's Alpha* positif tidak boleh negative
- b) Nilai *Cronbach's Alpha* hasil perhitungan sama atau lebih besar dari 0,6

Rumus cronbach alpha:

$$r_n = \frac{k - \bar{r}}{1 - (k-1)\bar{r}}$$

Keterangan :

r : rata-rata korelasi antar item

k : jumlah item

Setelah uji validasi dan reliabilitas didapatkan hasilnya, selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas. Adapun untuk langkah-langkahnya yaitu:

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dibutuhkan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu model regresi yang akan dipakai sebagai penjelas bagi pengaruh antar variabel.

Model regresi yang digunakan adalah model regresi linear berganda (*multiple*

---

<sup>78</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: Mediakom, 2010), h. 98.

*regression*). Adapun uji asumsi klasik yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi tersebut variabel dependen, variabel independen, atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Syarat untuk mendapatkan model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal atau mendekati normal.

b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain pada model regresi. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.<sup>79</sup>

Menurut Sarwoko, terdapat beberapa alasan munculnya persoalan Heterokedastisitas.<sup>80</sup>

- 1) Database dari satu atau lebih variabel mengandung nilai-nilai dengan suatu jarak (*range*) yang lebar antara nilai yang paling kecil dengan nilai yang paling besar.
- 2) Perbedaan laju pertumbuhan antara variabel-variabel dependen dan independen adalah signifikan dalam periode pengamatan untuk data runtut

---

<sup>79</sup> *Ibid.*, h. 71.

<sup>80</sup> Sarwoko, *Dasar-Dasar Ekonometrika*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), h.152.

waktu.

- 3) Di dalam data itu sendiri terdapat heterokedastisitas, terutama pada data seksi silang.

c. Uji multikolinieritas

Multikolinieritas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna. Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi yang tinggi atau variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol,<sup>81</sup> maka terjadi multikolinieritas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada data observasi satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi linear. Adapun kriteria pengujian adalah untuk uji Durbin-Watson adalah membandingkan hasil DW statistik dan DW tabel. Jika DW statistik > DW tabel, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem autokorelasi.

3. Analisis inferensial regresi linier berganda

Analisa statistiknya menggunakan regresi linier berganda. Analisis ini dipergunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari perubahan variabel

---

<sup>81</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), h. 57.



independen terhadap variabel dependen. Perhitungan regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS 19 *for windows*.

Analisis regresi berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel x terhadap satu variabel dependen y, yang dinyatakan dengan persamaan:<sup>82</sup>

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$$

Keterangan :

- Y : Minat Pengunjung
- x<sub>1</sub> : Faktor *Reliability* (kehandalan)
- x<sub>2</sub> : Faktor *Responsiveness* (daya tanggap)
- x<sub>3</sub> : Faktor *Assurance* (jaminan)
- x<sub>4</sub> : Faktor *Emphaty* (empati)
- x<sub>5</sub> : Faktor *Tangibles* (bukti nyata)
- a : Nilai konstanta
- b : Koefisien regresi

#### 4. Uji hipotesis

Untuk membuktikan Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dilakukan uji F dan uji t. Dalam penelitian ini ditetapkan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) = 95% ( $\alpha = 5\%$ ).

##### a. Uji serempak (uji F)

Uji ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas (X)

---

<sup>82</sup> Danang Sunyoto, *op. cit.*, h. 145.

terhadap variabel terikat (Y) secara bersama-sama. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau dengan *level of significany* ( $\alpha$ ) sebesar 5% dengan *Degree of freedom* ( $df$ ) =  $(k-1)(n-k)$ .

Hipotesis yang diajukan adalah:

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *Reliability* ( $X_1$ ), *Responsiveness* ( $X_2$ ), *Assurance* ( $X_3$ ), *Emphaty* ( $X_4$ ), dan *Tangibles* ( $X_5$ ), secara serempak terhadap minat pengunjung.

$H_1$  : Ada pengaruh yang signifikan antara *Reliability* ( $X_1$ ), *Responsiveness* ( $X_2$ ), *Assurance* ( $X_3$ ), *Emphaty* ( $X_4$ ), dan *Tangibles* ( $X_5$ ), secara serempak terhadap minat pengunjung.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* ( $\alpha$ )= 0,05

*Degree of freedom* ( $df$ ) =  $(k-1)(n-k)$

$H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  atau  $Sig. > \alpha$

$H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $Sig. \leq \alpha$

b. Uji parsial (uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, masing-masing variabel bebas (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau dengan *level of significany* ( $\alpha$ ) sebesar 5% dengan *Degree of freedom* ( $df$ ) =  $(k-1)(n-k)$ .

Pengujian hipotesis ini menyatakan bahwa:

$H_0 : \beta_1 = 0$  Tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas

*Reliability* ( $X_1$ ), (*Responsiveness* ( $X_2$ ), *Assurance* ( $X_3$ ), *Emphaty* ( $X_4$ ), dan *Tangibles* ( $X_5$ )) terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

$H_1 : \beta_1 > 0$  Ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas *Reliability* ( $X_1$ ), *Responsiveness* ( $X_2$ ), *Assurance* ( $X_3$ ), *Emphaty* ( $X_4$ ), dan *Tangibles* ( $X_5$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

Untuk memperoleh variabel yang mempunyai pengaruh yang paling dominan dari variabel independen terhadap variabel dependen maka akan dilihat nilai koefisien parsial yang paling besar diantara variabel pelayanan.

## **H. Tahapan Penelitian**

Agar penelitian ini tersusun secara sistematis ditempuh tahapan-tahapan sebagai berikut:

### **a. Tahapan Pendahuluan**

Pada tahap ini penulis melakukan penelitian pendahuluan yaitu mengamati dan mempelajari objek yang akan diteliti yang akan dituangkan dalam bentuk proposal atau desain operasional untuk langsung dimasukkan ke bagian biro skripsi di fakultas yang jika disetujui akan diseminarkan.

### **b. Tahap pengumpulan data**

Pada tahap ini penulis terjun ke lapangan untuk mengumpulkan data-data tentang penelitian dengan pola dan teknik yang telah ditetapkan dalam metode penelitian. Namun, penulis terlebih dahulu mengurus surat riset, kemudian melakukan penelitian lapangan dengan menggunakan angket, sehingga diperoleh data yang diperlukan. Untuk melakukan riset ini maka diperlukan waktu 1 (satu)

bulan sesuai dengan surat perintah riset dari Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.

c. Tahap pengolahan dan analisis data

Setelah data terkumpul kemudian data akan diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik yang telah ditentukan untuk mendapat kesimpulan akhir dari penelitian ini. Penulis mengolah data yang diperoleh berdasarkan teknik editing, kodefikasi, dan tabulasi yang kesemuanya dituangkan dalam laporan hasil penelitian. Untuk memperoleh kesimpulan mengenai permasalahan ini maka, dilakukan analisis secara kuantitatif.

d. Tahap Penyusunan Akhir (Penyempurnaan)

Pada tahap ini penulis menyusun hasil penelitian yang telah diperoleh sesuai dengan sistematika penulisannya. Untuk kesempurnaannya, maka dikonsultasikan secara intensif kepada Dosen Pembimbing I (pertama) dan Dosen Pembimbing II (kedua) selanjutnya diadakan perbaikan-perbaikan dan penyempurnaan

e. Tahap Ujian

Setelah dianggap sempurna dan menjadi sebuah karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi. Maka siap untuk di munaqasahkan dengan susunan tim penguji yang telah di tentukan.

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah dan Profil Singkat Perusahaan**

Pada bulan November 2012, tepatnya tanggal 5 November Montana hotel syariah mulai beroperasi. Hotel ini menjalankan manajemen dan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah.

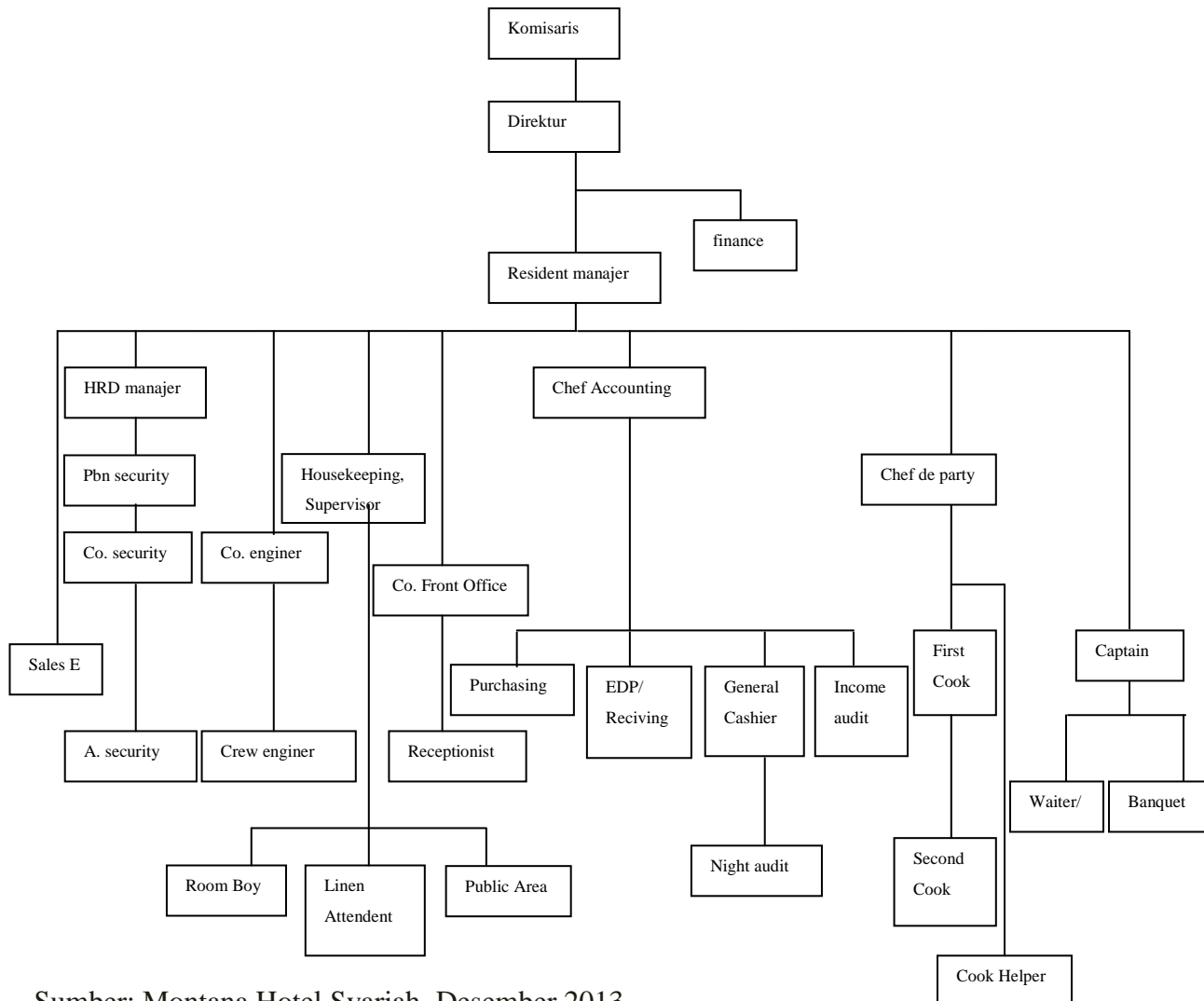
Montana hotel syariah awalnya bernama Wisma Montana, namun setelah diadakan renovasi nama wisma berubah menjadi hotel. Adapun kriteria hotel ini adalah termasuk hotel berbintang tiga. Hotel syariah ini terbuka untuk semua kalangan, baik itu Muslim atau non Muslim.

Fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Montana hotel syariah menjamin penginapan yang menyenangkan bagi para tamu. Hotel ini menyediakan akses ke sejumlah layanan, termasuk layanan kamar 24 jam, Mushalla, CCTV, tempat parkir mobil, *coffee shop*, dan restoran.

Hotel Montana ini terdiri dari 52 kamar, adapun fasilitas kamar yaitu air panas dan air dingin, AC, pembuat kopi, peralatan sholat, TV layar datar, hot spot (*wifi*), telpon dan surat kabar lokal. Adapun jumlah karyawan Montana hotel syariah berjumlah 45 orang. Terdiri dari 27 orang laki-laki dan 18 orang perempuan.

## 2. Struktur Organisasi Montana Hotel Syariah

Gambar 2.1



Sumber: Montana Hotel Syariah, Desember 2013

### B. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para pengunjung Montana hotel syariah di Banjarbaru yang menjadi responden. Hasil total kuesioner yang dibagikan adalah

kepada 100 responden. Adapun profil responden jika dilihat berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, adalah sebagai berikut:

### 1. Umur Responden

Tabel 3.1

Karakteristik Responden berdasarkan Umur

No	Kelompok Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1	<20 Tahun	3	3
2	21-25 Tahun	22	22
3	26-35 Tahun	30	30
4	>36 Tahun	45	45
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Keadaan umur responden dikelompokkan menjadi empat kelompok dengan masing-masing jumlah frekuensi dan Persentase memperoleh data yang berbeda. Kelompok <20 tahun memperoleh frekuensi sebesar 3 orang atau sebesar 3 %. Kelompok 21-25 sebanyak 22 orang atau sebesar 22 %. Sementara kelompok umur 26-35 tahun sebanyak 30 orang atau sebesar 30 %, dan kelompok diatas 36 tahun sebanyak 45 orang.

### 2. Jenis Kelamin Responden

Tabel 3.2

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	54	54
2	Perempuan	46	46
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa karakteristik responden berdasarkan

jenis kelamin untuk perempuan sebanyak 46 sebesar 46 % sedangkan laki-laki sebanyak 54 sebesar 54 %.

### 3. Pekerjaan Responden

Tabel 3.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

N0	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/mahasiswa	8	8
2	Pegawai Swasta	38	38
3	PNS	20	20
4	Wiraswasta	15	15
5	TNI/Polri	1	1
6	Lainnya	18	18
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Dari data di atas maka dapat disimpulkan pekerjaan terbanyak responden adalah Pegawai Swasta sebanyak 38 orang atau sebesar 38%. Kemudian disusul Pegawai Negeri Sipil sebanyak 20 orang atau sebesar 20% dan lainnya 18 orang atau sebesar 18% selanjutnya Wiraswasta sebanyak 15 orang atau sebesar 15%. Sementara Pelajar hanya sebanyak 8 orang atau sebesar 8%. TNI/Polri sebanyak 1 orang atau sebesar 1% dan itu berarti TNI/Polri yang menempati posisi terendah.

Pada tahapan berikutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah mengolah data yang sudah didapat dari penyebaran angket kepada pengunjung. Adapun tahapannya adalah sebagai berikut:

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis butir. Uji validitas disini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor pada item dengan skor total itemnya. Skor item dianggap sebagai nilai X



sedangkan skor total dianggap sebagai nilai Y. Apabila skor item memiliki korelasi positif yang signifikan berarti item tersebut dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel tersebut. Sebuah butir pertanyaan yang dianggap valid bila koefisien korelasi *Product Moment Pearson* di mana  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  ( $\alpha=5\%$ ;  $n-2$ ) dan  $n =$  jumlah sampel.

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan uji validitas *Pearson Corellation*. Berikut hasil dari uji validitas penelitian dengan bantuan SPSS 19 for windows (dapat dilihat pada lampiran) pada tabel berikut:

Tabel 3.4  
*Reliability* (Keandalan) ( $X_1$ )

Variabel	Pertanyaan	$r\text{-hitung}$	$r\text{-tabel}$	Keterangan
<i>Reliability</i> (Keandalan)	1	0,856	0,196	Valid
	2	0,906	0,196	Valid
	3	0,854	0,196	Valid
	4	0,837	0,196	Valid

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Dari hasil uji validitas variabel *Reliability* (Keandalan) ( $X_1$ ) diatas dapat dilihat bahwa nilai  $r$  hitung yaitu masing-masing sebesar (0,856), (0,906), (0,854) dan (0,837) berada diatas  $r$  tabel yaitu sebesar 0,196. Ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel *Reliability* (Keandalan) ( $X_1$ ) valid.

Tabel 3.5  
Variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) ( $X_2$ )

Variabel	Pertanyaan	$r\text{-hitung}$	$r\text{-tabel}$	Keterangan
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	5	0,735	0,196	Valid
	6	0,816	0,196	Valid
	7	0,691	0,196	Valid
	8	0,722	0,196	Valid

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Dari hasil uji validitas variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) ( $X_2$ ) diatas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yaitu masing-masing sebesar (0,735), (0,816), (0,691) dan (0,722) berada diatas r tabel yaitu sebesar 0,196. Ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) ( $X_2$ ) valid.

Tabel 3.6  
Variabel *Assurance* (Jaminan) ( $X_3$ )

Variabel	Pertanyaan	r <sup>-</sup> hitung	r <sup>-</sup> tabel	Keterangan
<i>Assurance</i> (Jaminan)	9	0,843	0,196	Valid
	10	0,888	0,196	Valid
	11	0,937	0,196	Valid
	12	0,656	0,196	Valid

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Dari hasil uji validitas variabel *assurance* (jaminan) ( $X_3$ ) diatas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yaitu masing-masing sebesar (0,843), (0,888), (0,937) dan (0,656) berada diatas r tabel yaitu sebesar 0,196. Ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel *assurance* (jaminan) ( $X_3$ ) valid.

Tabel 3.7  
Variabel *Emphaty* (Perhatian) ( $X_4$ )

Variabel	Pertanyaan	r <sup>-</sup> hitung	r <sup>-</sup> tabel	Keterangan
<i>Emphaty</i> (Perhatian)	13	0,783	0,196	Valid
	14	0,816	0,196	Valid
	15	0,691	0,196	Valid
	16	0,722	0,196	Valid

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Dari hasil uji validitas variabel *emphaty* (perhatian) ( $X_4$ ) diatas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yaitu masing-masing sebesar (0,783), (0,816), (0,691)

dan (0,722) berada diatas r tabel yaitu sebesar 0,196. Ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel *emphaty* (perhatian) ( $X_4$ ) valid.

Tabel 3.8  
Variabel *Tangible* (bukti nyata) ( $X_5$ )

Variabel	Pertanyaan	r <sub>-hitung</sub>	r <sub>-tabel</sub>	Keterangan
Tangible (Bukti Fisik)	17	0,822	0,196	Valid
	18	0,877	0,196	Valid
	19	0,693	0,196	Valid
	20	0,751	0,196	Valid

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Dari hasil uji validitas variabel *tangible* (bukti nyata) ( $X_5$ ) diatas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yaitu masing-masing sebesar (0,822), (0,877), (0,693) dan (0,751) berada diatas r tabel yaitu sebesar 0,196. Ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel *tangible* (bukti nyata) ( $X_5$ ) valid.

Tabel 3.9  
Variabel Minat Pengunjung (Y)

Variabel	Pertanyaan	r <sub>-hitung</sub>	r <sub>-tabel</sub>	Keterangan
Minat Pengunjung	21	0,834	0,196	Valid
	22	0,882	0,196	Valid
	23	0,903	0,196	Valid
	24	0,699	0,196	Valid

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Dari hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen (Y) diatas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yaitu masing-masing sebesar (0,834), (0,882), (0,903), dan (0,699) berada diatas r tabel yaitu sebesar 0,196. Ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel kepuasan konsumen (Y) valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dipakai reliabel/handal.<sup>83</sup> Uji reliabilitas umumnya menggunakan koefisien alfa. Koefisien alfa biasa diukur dengan menggunakan statistic *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan:

- Nilai *Cronbach's Alpha* positif tidak boleh negatif
- Nilai *Cronbach's Alpha* hasil perhitungan sama atau lebih besar dari 0,6 (Suliyanto dari Sekaran, 1992)

Berikut hasil uji reliabilitas penelitian dengan SPSS 19 (dapat dilihat pada lampiran ) pada tabel berikut :

Tabel 3.10  
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
<i>Reliability</i> (keandalan)	0,884	<i>Reliabel</i>
<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	0,704	<i>Reliabel</i>
<i>Assurance</i> (jaminan)	0,855	<i>Reliabel</i>
<i>Empaty</i> (empati)	0,834	<i>Reliabel</i>
<i>Tangible</i> (bukti nyata)	0,793	<i>Reliabel</i>
Minat Pengunjung	0,850	<i>Reliabel</i>

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Dari uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa semua angka nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel pada kolom lebih besar dari 0,6

<sup>83</sup>. Tony Wijaya, *Cepat Menguasai SPSS 19 untuk olah & interpretasi data penelitian skripsi*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2002), h. 112.

dan bernilai positif. Ini berarti menunjukkan bahwa data yang diuji dapat dikatakan *reliabel* karena melebihi dari nilai 0,6 dan bernilai positif.

### C. Analisis Deskripsi Variabel

Berdasarkan hasil pengumpulan data jawaban responden, maka gambaran yang berkaitan dengan pelayanan terhadap minat pengunjung Montana Hotel Syariah yang dilihat dari variabel *reliability* (keandalan) ( $X_1$ ), *responsiveness* (daya tanggap) ( $X_2$ ), *assurance* (jaminan) ( $X_3$ ), *emphaty* (perhatian) ( $X_4$ ), dan *tangibles* (bukti nyata) ( $X_5$ ).

a. Berikut penjelasan responden terhadap variabel *reliability* (keandalan) ( $X_1$ ).

1. Indikator prosedur penerimaan yang cepat dan tepat

Tabel 3.11

Prosedur penerimaan pengunjung yang cepat dan tepat

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	70	70
5	Sangat Setuju	30	30
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *reliability* (kehandalan) dalam prosedur penerimaan pengunjung yang cepat dan tepat sebanyak 30 responden dengan persentase 30% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 70 responden dengan persentase 70% menyatakan setuju, menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas

responden menjawab setuju yaitu sebanyak 70 orang. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Montana hotel syariah cukup cepat dan tepat dalam penerimaan pengunjung dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

2. Indikator prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit

Tabel 3.12

Prosedur pelayanan di Montana Hotel Syariah tidak berbelit-belit

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	75	75
5	Sangat Setuju	25	25
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *reliability* dalam prosedur pelayanan tidak berbelit-belit sebanyak 25 responden dengan persentase 25% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 75 responden dengan persentase 75% menyatakan setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 75 orang, kemudian sangat setuju. Yang menjawab netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju kosong. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Montana hotel syariah tidak berbelit-belit dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

## 3. Indikator perhitungan yang dinilai akurat

Tabel 3.13

Perhitungan administrasi Kasir Montana Hotel Syariah dinilai akurat pada saat membayar

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	74	74
5	Sangat Setuju	26	26
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *reliability* (keandalan) dalam perhitungan administrasi kasir Montana Hotel Syariah yang dinilai akurat sebanyak 26 responden dengan persentase 26% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 74 responden dengan persentase 74% menyatakan setuju, selanjutnya jawaban netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 74 orang. Hal ini menunjukkan bahwa kasir Montana Hotel Syariah akurat dalam perhitungan administrasi saat pengunjung membayar.

## 4. Indikator karyawan yang handal

Tabel 3.14

## Karyawan Montana Hotel Syariah yang handal

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	4	4
4	Setuju	71	71
5	Sangat Setuju	29	29
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *reliability* (keandalan) dalam hal karyawan yang handal sebanyak 21 responden dengan persentase 21% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 79 responden dengan persentase 79% menyatakan setuju, selanjutnya yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 79 orang. Hal ini menunjukkan bahwa Montana Hotel Syariah memiliki karyawan yang handal.

Dari penjelasan di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel *reliability* (keandalan) ( $X_1$ ):



Tabel 3.15  
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden  
terhadap Variabel *Reliability*

No.	Indikator	Alternatif Jawaban										T o t a l	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju			
		Jlh	%	jlh	%	Jlh	%	jlh	%	Jlh	%		
1.	Prosedur penerimaan pengunjung yang cepat dan tepat	0	0	0	0	0	0	70	70	30	30	100	100
2.	Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit	0	0	0	0	0	0	75	75	25	25	100	100
3.	Perhitungan administrasi oleh kasir yang dinilai akurat	0	0	0	0	0	0	74	74	26	26	100	100
4.	Montana memiliki karyawan yang handal	0	0	0	0	0	0	79	79	21	21	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

b. Berikut penjelasan responden terhadap variabel *responsiveness* (daya tanggap) ( $X_2$ )

1. Indikator memberikan informasi yang jelas

Tabel 3.16

*Receptionist* memberikan informasi yang jelas sesuai yang dibutuhkan pengunjung

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	4	4
4	Setuju	70	70
5	Sangat Setuju	26	26
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *responsiveness* (daya tanggap) dalam hal memberikan informasi yang jelas sesuai yang dibutuhkan pengunjung sebanyak 26 responden dengan persentase 26% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 70 responden dengan persentase 70% menyatakan setuju, selanjutnya 4 responden dengan persentase 4% menyatakan netral. Untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 70 orang, kemudian disusul sangat setuju dan netral. Hal ini menunjukkan bahwa *receptionist* memberikan informasi yang jelas sesuai yang dibutuhkan pengunjung cukup baik dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju. Namun karena masih ada yang menjawab netral maka sebaiknya lebih ditingkatkan lagi dalam memberikan informasi yang jelas dan sesuai yang dibutuhkan.

## 2. Indikator penjelasan mengenai fasilitas hotel yang tersedia

Tabel 3.17

Karyawan dapat memberikan penjelasan mengenai fasilitas hotel yang tersedia

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	5	5
4	Setuju	74	74
5	Sangat Setuju	21	21
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *responsiveness* (daya tanggap) dalam hal memberikan penjelasan mengenai fasilitas hotel yang tersedia sebanyak 21 responden dengan persentase 21% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 74 responden dengan persentase 74% menyatakan setuju, selanjutnya 5 responden dengan persentase 5% menyatakan tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 74 kemudian disusul sangat setuju, netral. Setuju dan sangat tidak setuju kosong. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Montana hotel syariah dapat memberikan penjelasan mengenai fasilitas hotel yang tersedia dengan baik dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

## 3. Indikator tepat waktu dalam memberikan pelayanan

Tabel 3.18

Karyawan Montana Hotel Syariah tepat waktu dalam memberikan pelayanan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	72	72
5	Sangat Setuju	28	28
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *responsiveness* (daya tanggap) dalam hal kompetensi karyawan sebanyak 28 responden dengan persentase 28% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 72 responden dengan persentase 72% menyatakan setuju, selanjutnya menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 64 orang. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Montana hotel syariah tepat waktu dalam memberikan pelayanan.

## 4. Indikator memiliki waktu luang untuk membantu pengunjung

Tabel 3.19

Karyawan Montana Hotel Syariah memiliki waktu luang untuk membantu pengunjung

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	81	81
5	Sangat Setuju	19	19
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *responsiveness* (daya tanggap) dalam hal memiliki waktu luang untuk membantu sebanyak 19 responden dengan persentase 19% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 81 responden dengan persentase 81% menyatakan setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 81 orang, kemudian disusul sangat setuju. Untuk jawaban netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju kosong. Hal ini menunjukkan bahwa Karyawan Montana memiliki waktu luang dalam membantu pengunjung.

Dari penjelasan di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel *responsiveness* (daya tanggap) ( $X_2$ ):

Tabel 3.20  
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden  
terhadap Variabel *Responsiveness*

No.	Indikator	Alternatif Jawaban										T o t a l	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju			
		Jlh	%	jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%		
1.	Receptionis memberikan informasi yang jelas sesuai yang dibutuhkan.	0	0	0	0	4	4	26	26	70	70	100	100
2.	Para karyawan dapat memberikan	0	0	0	0	5	5	74	74	21	21	100	100

	penjelasan mengenai fasilitas hotel yang tersedia												
3.	Karyawan Montana tepat waktu dalam memberikan pelayanan	0	0	0	0	0	0	72	72	28	28	100	100
4.	Karyawan Montana memiliki waktu luang untuk membantu	0	0	0	0	0	0	81	81	19	19	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

c. Berikut penjelasan responden terhadap variabel *Assurance* (jaminan) ( $X_3$ ).

1. Indikator kebersihan hotel selalu terjaga

Tabel 3.21

Kebersihan Montana Hotel Syariah selalu terjaga

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	79	79
5	Sangat Setuju	21	21
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *assurance* (jaminan) dalam hal kebersihan hotel selalu terjaga sebanyak 21 responden dengan persentase 21% menyatakan sangat setuju,

kemudian sebanyak 79 responden dengan persentase 79 % setuju yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 79 orang. Hal ini menunjukkan bahwa kebersihan Montana hotel syariah selalu terjaga.

## 2. Indikator keamanan dan kenyamanan

Tabel 3.22

Anda merasa aman dan nyaman saat berada di Montana hotel syariah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	82	82
5	Sangat Setuju	18	18
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *assurance* (jaminan) dalam hal keamanan dan kenyamanan sebanyak 18 responden dengan persentase 18% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 82 responden dengan persentase 82% menyatakan setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 82 orang, kemudian disusul sangat setuju. Untuk jawaban netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju kosong. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan dan kenyamanan saat berada di Montana hotel syariah terjaga dengan baik.

## 3. Indikator bersikap sopan dan sabar

Tabel 3.23

Karyawan Montana hotel syariah selalu bersikap sopan dan sabar

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	80	80
5	Sangat Setuju	20	20
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *assurance* (jaminan) dalam hal selalu bersikap sopan sabar kepada pengunjung 20 responden dengan persentase 20% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 80 responden dengan persentase 80% menyatakan setuju. Selanjutnya yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 80 orang. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Montana hotel syariah selalu bersikap sopan dan sabar kepada pengunjung.

## 4. Indikator penataan yang rapi dan beraturan

Tabel 3.24

Penataan hotel yang rapi dan beraturan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	3	3
4	Setuju	87	87
5	Sangat Setuju	10	10
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)



Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *assurance* (jaminan) dalam hal hotel tertata dengan rapi dan beraturan sebanyak 10 responden dengan persentase 10% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 87 responden dengan persentase 87% menyatakan setuju, selanjutnya 3 responden dengan persentase 3% menyatakan netral. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 87 orang. Hal ini menunjukkan bahwa hotel memang selalu tertata dengan rapi dan beraturan.

Dari penjelasan di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel *Assurance* (jaminan) ( $X_3$ ):

Tabel 3.25  
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden  
terhadap Variabel *Assurance*

No.	Indikator	Alternatif Jawaban										T o t a l	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju			
		jlh	%	jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%		
1.	Receptionis memberikan informasi yang jelas sesuai yang dibutuhkan.	0	0	0	0	0	0	79	79	21	21	100	100
2.	Para karyawan dapat memberikan penjelasan mengenai	0	0	0	0	0	0	82	82	18	18	100	100

	fasilitas hotel yang tersedia												
3.	Karyawan Montana tepat waktu dalam memberikan pelayanan	0	0	0	0	0	0	80	80	20	20	100	100
4.	Karyawan Montana memiliki waktu luang untuk membantu	0	0	0	0	3	3	87	87	10	10	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

d. Berikut penjelasan responden terhadap variabel *Emphaty* (perhatian) ( $X_4$ ).

1. Indikator perhatian secara personal

Tabel 3.26

Karyawan Montana hotel syariah memberikan perhatian secara personal sesuai dengan kebutuhan pengunjung

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	10	10
4	Setuju	69	69
5	Sangat Setuju	21	21
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *Emphaty* (perhatian) dalam hal perhatian secara personal sebanyak 21 responden dengan persentase 21% menyatakan sangat setuju,

kemudian sebanyak 69 responden dengan persentase 69% menyatakan setuju, selanjutnya 10 responden dengan persentase 10% menyatakan netral. Untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 69 orang. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Montana cukup memberikan perhatian secara personal terhadap pengunjung dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju, sehingga perhatian secara personal karyawan terhadap pengunjung harus ditingkatkan lagi.

## 2. Indikator kesungguhan dalam merespon permintaan

Tabel 3.27

Karyawan Montana hotel syariah memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	2	2
4	Setuju	79	79
5	Sangat Setuju	19	19
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *Emphaty* (perhatian) dalam hal kesungguhan dalam merespon permintaan sebanyak 19 responden dengan persentase 19% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 79 responden dengan persentase 79% menyatakan setuju, selanjutnya 2 responden dengan persentase 2% menyatakan netral. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 74 orang. Hal ini menunjukkan bahwa

karyawan Montana hotel syariah baik dan mampu dalam hal kesungguhan dalam merespon permintaan pengunjung dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

3. Indikator memberikan pelayanan sama tanpa memandang status sosial

Tabel 3.28

Karyawan Montana memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	5	5
4	Setuju	79	79
5	Sangat Setuju	16	16
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *Emphaty* (perhatian) dalam hal kemudahan menghubungi karyawan/pengelola/staf sebanyak 16 responden dengan persentase 16% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 79 responden dengan persentase 79% menyatakan setuju, selanjutnya 5 responden dengan persentase 5% menyatakan netral. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 79 orang. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Montana hotel syariah memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial.

## 4. Indikator bersikap sopan dalam pelayanan

Tabel 3.29

Karyawan Montana hotel syariah bersikap sopan dalam pelayanan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	3	3
4	Setuju	73	73
5	Sangat Setuju	24	24
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *Emphaty* (perhatian) dalam hal bersikap sopan dalam melayani pengunjung sebanyak 24 responden dengan persentase 24% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 73 responden dengan persentase 73% menyatakan setuju, selanjutnya 3 responden dengan persentase 3% menyatakan netral. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 73 orang. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Montana hotel syariah sopan dalam melayani pengunjung. Dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

Dari penjelasan di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel *Emphaty* (perhatian) ( $X_4$ ):

Tabel 3.30  
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden  
terhadap Variabel *Emphaty*

No.	Indikator	Alternatif Jawaban										T o t a l	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju			
		Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%		
1.	Memberikan perhatian secara personal kepada pebgunjung	0	0	0	0	10	10	69	69	21	21	100	100
2.	Karyawan memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan	0	0	0	0	2	2	79	79	19	19	100	100
3.	Karyawan memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial	0	0	0	0	5	5	79	79	19	19	100	100
4.	Bersikap sopan dalam pelayanan	0	0	0	0	3	3	73	73	24	24	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

e. Berikut penjelasan responden terhadap variabel *tangibles* (bukti nyata) ( $X_5$ ).

1. Indikator tempat yang nyaman

Tabel 3.31

Montana hotel syariah memiliki tempat yang nyaman

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	77	77
5	Sangat Setuju	23	23
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *tangibles* (bukti nyata) dalam hal tempat yang nyaman sebanyak 23 responden dengan persentase 23% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 77 responden dengan persentase 77% menyatakan setuju. Selanjutnya responden yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 77 orang. Hal ini menunjukkan bahwa Montana hotel syariah memiliki tempat yang memang nyaman bagi pengunjung.

2. Indikator lokasi hotel yang strategis

Tabel 3.32

Lokasi Montana hotel syariah yang strategis

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	79	79
5	Sangat Setuju	21	21
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *tangibles* (bukti nyata) dalam hal lokasi hotel yang strategis sebanyak 21 responden dengan persentase 21% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 79 responden dengan persentase 79% menyatakan setuju. Selanjutnya responden yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 79 orang. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi Montana hotel syariah memang sangat strategis.

### 3. Indikator dekorasi yang menarik

Tabel 3.33

Ruangan Montana hotel syariah memiliki dekorasi yang menarik

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	86	86
5	Sangat Setuju	14	14
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *tangibles* (bukti nyata) dalam hal dekorasi yang menarik sebanyak 86 responden dengan persentase 86% menyatakan setuju, kemudian sebanyak 14 responden dengan persentase 14% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya responden yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 86 orang. Hal ini



menunjukkan bahwa ruangan Montana hotel syariah memiliki dekorasi yang menarik.

4. Indikator fasilitas pelengkap bersih dan baik

Tabel 3.34

Fasilitas pelengkap yang disediakan Montana bersih dan dalam keadaan baik

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	90	90
5	Sangat Setuju	10	10
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *tangibles* (bukti nyata) dalam hal fasilitas pelengkap yang bersih dan baik sebanyak 10 responden dengan persentase 10% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 90 responden dengan persentase 90% menyatakan setuju. Selanjutnya responden yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 90 orang. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas pelengkap yang disediakan Montana hotel syariah memang bersih dan dalam keadaan baik.

Dari penjelasan di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel *tangibles* (bukti nyata) ( $X_5$ ):

Tabel 3.35  
 Jumlah dan Persentase Jawaban Responden  
 terhadap Variabel *tangibles*

No.	Indikator	Alternatif Jawaban										T o t a l	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju			
		jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%		
1.	Montana memiliki tempat yang nyaman	0	0	0	0	0	0	77	77	23	23	100	100
2.	Lokasi Montana strategis	0	0	0	0	0	0	79	79	21	21	100	100
3.	Ruangan hotel memiliki dekorasi menarik	0	0	0	0	0	0	86	86	14	14	100	100
4.	Fasilitas pelengkap dalam keadaan bersih dan baik	0	0	0	0	0	0	90	90	10	10	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

f. Berikut penjelasan responden terhadap variabel minat pengunjung (Y)

1. Indikator kesesuaian harga dan pelayanan dengan fasilitas yang tersedia

Tabel 3.36

Harga yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan fasilitas yang tersedia

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	77	77
5	Sangat Setuju	23	23
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel minat pengunjung dalam hal kesesuaian harga dan pelayanan dengan fasilitas yang tersedia secara umum sebanyak 23 responden dengan persentase 23% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 77 responden dengan persentase 77% menyatakan setuju. Selanjutnya yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 77 orang. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan dengan pelayanan yang diberikan oleh Montana memang sesuai dengan fasilitas yang tersedia.

## 2. Indikator kesesuaian pelayanan dengan biaya yang dikeluarkan

Tabel 3.37

Pelayanan di Montana hotel syariah sesuai dengan biaya yang dikeluarkan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	2	2
4	Setuju	77	77
5	Sangat Setuju	21	21
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel minat pengunjung dalam hal kesesuaian pelayanan dengan biaya yang dikeluarkan sebanyak 21 responden dengan persentase 21% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 77 responden dengan persentase 77% menyatakan setuju, selanjutnya 2 responden dengan persentase 2% menyatakan netral. Yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 77 orang. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan di Montana sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.

## 3. Indikator suasana yang menyenangkan

Tabel 3.38

Saat berada di Montana suasana yang menyenangkan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	4	4
4	Setuju	69	69
5	Sangat Setuju	27	27
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel minat pengunjung dalam hal suasana yang menyenangkan sebanyak 27 responden dengan persentase 27% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 69 responden dengan persentase 69% menyatakan setuju, selanjutnya 4 responden dengan persentase 4% menyatakan netral. Yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 69 orang. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung saat berada di Montana suasananya cukup menyenangkan.

#### 4. Indikator kesediaan untuk merekomendasikan hotel

Tabel 3.39

Anda bersedia merekomendasikan Montana kepada orang lain

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	76	76
5	Sangat Setuju	24	24
	Total	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel kepuasan konsumen dalam hal kesediaan merekomendasikan hotel sebanyak 24 responden dengan persentase 24% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 76 responden dengan persentase 76% menyatakan setuju. Selanjutnya yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 76 orang. Hal ini menunjukkan bahwa

pengunjung Montana Hotel Syariah bersedia untuk merekomendasikan Montana hotel syariah kepada orang lain.

Dari penjelasan di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel kepuasan konsumen (Y):

Tabel 3.40  
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden  
terhadap variabel minat pengunjung

No.	Indikator	Alternatif Jawaban										T o t a l	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju			
		jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%		
1.	Harga dan pelayanan sesuai dengan fasilitas	0	0	0	0	0	0	77	77	23	23	100	100
2.	Pelayanan sesuai biaya yang dikeluarkan	0	0	0	0	2	2	77	77	21	21	100	100
3.	Suasana Montana menyenangkan	0	0	0	0	4	4	69	69	27	27	100	100
4.	Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain	0	0	0	0	0	0	76	76	24	24	100	100

Sumber: hasil penelitian 2013 (Data diolah)

#### D. Hasil Analisis Instrumen Data

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini dilakukan uji Asumsi Klasik, yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji autokorelasi. Adapun tahapan pengujiannya adalah sebagai berikut:

##### 1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan analisis uji *kolmogorov-smirnov*.

E. Tabel 3.41

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		X1	X2	X3	X4	X5	Y
N		100	100	100	100	100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	17.01	16.85	16.68	16.68	16.64	16.8900
	Std. Deviation	1.494	1.344	1.309	1.576	1.142	1.50350
	Most Extreme Differences						
	Absolute	.360	.356	.428	.317	.442	.373
	Positive	.360	.356	.428	.317	.442	.373
	Negative	-.250	-.244	-.272	-.223	-.288	-.237
Kolmogorov-Smirnov Z		3.605	3.565	4.282	3.170	4.425	3.731
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000

a. Test distribution is Normal.

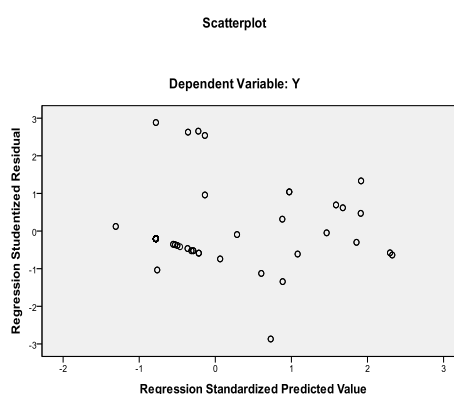
b. Calculated from data.

Dari tabel di atas dapat dilihat pada *kolmogorov-smirnov* dan diketahui bahwa nilai signifikansi untuk *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangibles*, dan minat pengunjung sebesar (3,605), (3,565), (4,282), (3,170), (4,425) dan (3,731). Karena signifikansi untuk seluruh variabel lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel berdistribusi normal.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Dalam uji ini regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS 19 *for Windows*:

Gambar 4.1  
Hasil Dari Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik yang acak di atas tidak menunjukkan pola apapun sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

## 3. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas antar variabel, salah satu caranya adalah dengan melihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 5, maka model tidak terdapat multikolinieritas. Hal ini menunjukkan tidak terjadinya gejala multikolinieritas artinya tidak adanya hubungan antar variabel bebas.



Setelah melalui perhitungan SPSS 19 *for windows*, nilai VIF dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 3.42  
Hasil Dari Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.554	2.348		1.514	.133		
X1	.113	.124	.112	.907	.367	.500	2.000
X2	.338	.152	.302	2.220	.029	.412	2.426
X3	.093	.117	.081	.800	.425	.739	1.353
X4	-.005	.143	-.005	-.032	.974	.338	2.962
X5	.255	.148	.194	1.720	.089	.601	1.665

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas, terlihat pada bagian *Coefficient* untuk variable *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* menunjukkan angka VIF <10 sebesar (2,000), (2,426), (1,353), (2,962), dan (1,665). sehingga tidak terjadinya gejala multikolinieritas artinya tidak adanya hubungan antar variabel bebas.

#### 4. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada data observasi satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi linear. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi autokorelasi. Cara yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Durbin-Watson. Uji ini akan membandingkan hasil DW statistik dan DW tabel. Jika DW statistik > DW tabel, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem autokorelasi.

Tabel 3.43  
Hasil Dari Uji Autokorelasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.532 <sup>a</sup>	.283	.245	1.306	2.670

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X2, X4

b. Dependent Variable: Y

Tabel Durbin-Watson untuk jumlah sampel ( $n = 100$ ) dan  $k = 5$  dengan tingkat signifikansi 95% adalah 1,7804. Nilai Durbin-Watson 2,670 > 1,7804 artinya tidak terjadi *autokorelasi*.

## F. Hasil Analisis Inferensial Regresi Linear Berganda

Untuk memecahkan rumusan masalah secara kuantitatif pada umumnya menggunakan alat-alat statistik beserta pengujiannya. Berikut ini beberapa alat-alat statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian.

### 1. Pengujian regresi secara simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (X) (pelayanan) terhadap variabel terikat (Y) (minat pengunjung) secara bersama-sama.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *Reliability* ( $X_1$ ), *Responsiveness* ( $X_2$ ), *Assurance* ( $X_3$ ), *Emphaty* ( $X_4$ ), dan *Tangibles* ( $X_5$ ), secara serempak terhadap minat pengunjung.

$H_1$  : Ada pengaruh yang signifikan antara *Responsiveness* ( $X_1$ ), *Reliability* ( $X_2$ ), *Assurance* ( $X_3$ ), *Emphaty* ( $X_4$ ), dan *Tangibles* ( $X_5$ ), secara serempak terhadap minat pengunjung.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* ( $\alpha$ )= 0,05

*Degree of freedom* (df) = (k-1)( n-k)

Ho diterima dan H<sub>1</sub> ditolak, jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  atau  $Sig. > \alpha$

H<sub>1</sub> diterima dan Ho ditolak, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $Sig. \leq \alpha$

Dari hasil uji F dengan SPSS 19 dapat dilihat pada tabel ANOVA. Ho ditolak jika  $F_{hitung}$  melebihi atau lebih besar dari pada  $F_{tabel}$ . Dengan mengarah pada df, dimana:

df 1 = k-1

df 2 = n-k

$\alpha$  = 5 %

n = jumlah total sampel

k = jumlah semua variabel

Berdasarkan hal tersebut maka akan didapat bahwa df 1 = 5 dan df 2 = 94.

Dengan demikian  $F_{tabel}$  yang diperoleh adalah sebesar 2,31. (lihat lampiran) Dalam penelitian ini tingkat signifikan yang ditentukan adalah 5% atau 0,05.

Berikut hasil pengujian regresi secara simultan (uji F) pada tabel:

Tabel 3.44  
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	63.356	5	12.671	7.424	.000 <sup>a</sup>
Residual	160.434	94	1.707		
Total	223.790	99			

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X2, X4

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil dari nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 7,424 sementara  $F_{tabel}$  sebesar 2,31. Sementara nilai sig yang diperoleh adalah sebesar 0,00 dan nilai  $\alpha = 5\%$  atau 0,05. Ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dibandingkan  $F_{tabel}$ , sebaliknya nilai sig yang diperoleh lebih kecil dibandingkan nilai  $\alpha$  yang telah ditentukan dan menjelaskan bahwa hipotesis ( $H_1$ ) yang diajukan diterima. Ini berarti terdapat pengaruh pelayanan secara simultan terhadap minat pengunjung Montana hotel syariah. Artinya terdapat pengaruh pelayanan secara keseluruhan terhadap minat pengunjung. Jadi, baik buruknya suatu pelayanan mempengaruhi minat pengunjung terhadap hotel yang dikunjunginya.

## 2. Pengujian regresi secara parsial (Uji t)

Pengujian t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi masing-masing variabel bebas (X) (pelayanan) *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (perhatian), dan *tangibles* (bukti nyata) secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat ( $Y_1$ ) (minat pengunjung).

$H_0: \beta_1 = 0$  Tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas *Reliability* ( $X_1$ ), (*Responsiveness* ( $X_2$ ), *Assurance* ( $X_3$ ), *Emphaty* ( $X_4$ ), dan *Tangibles* ( $X_5$ )) terhadap variabel terikat ( $Y_1$ ).

$H_1: \beta_1 > 0$  Ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas *Reliability* ( $X_1$ ), (*Responsiveness* ( $X_2$ ), *Assurance* ( $X_3$ ), *Emphaty* ( $X_4$ ), dan *Tangibles* ( $X_5$ )) terhadap variabel terikat ( $Y_1$ ).

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* ( $\alpha$ )= 0,05

*Degree of freedom* (df) = (k-1)( n-k)

Ho diterima dan  $H_1$  ditolak, jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $Sig. > \alpha$

$H_1$  diterima dan Ho ditolak, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $SigN. \leq \alpha$

Tabel 3.45  
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.554	2.348		1.514	.133
X1	.113	.124	.112	.907	.367
X2	.338	.152	.302	2.220	.029
X3	.093	.117	.081	.800	.425
X4	-.005	.143	-.005	-.032	.974
X5	.255	.148	.194	1.720	.089

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas maka dapat diketahui hasil dari pengujian hipotesis secara parsial. Berikut penjelasan masing-masing variabel yang dilakukan secara parsial (uji t) :

a. Pengujian Hipotesis Variabel *Reliability* (keandalan) ( $X_1$ )

Dari tabel di atas maka dapat diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel *Reliability* (keandalan) ( $X_1$ ) sebesar 0,907 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1,645, sig sebesar 0,367 dan tingkat alpha sebesar 5% atau 0,05. Ini berarti  $t_{hitung}$  lebih kecil nilainya dibandingkan  $t_{tabel}$  dan nilai sig lebih besar dibandingkan tingkat alpha. Dengan demikian hipotesis Ho diterima dan  $H_1$  ditolak dan berarti variabel *Reliability* (keandalan) ( $X_1$ ) tidak mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel minat pengunjung Montana hotel syariah.

b. Pengujian Hipotesis Variabel *Responsiveness* (daya tanggap) ( $X_2$ )

Dari tabel di atas maka dapat diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel *Responsiveness* (daya tanggap) ( $X_2$ ) sebesar 2,220 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1,645, sig sebesar 0,029 dan tingkat alpha sebesar 5% atau 0,05. Ini berarti  $t_{hitung}$  lebih kecil nilainya dibandingkan  $t_{tabel}$  dan nilai sig lebih kecil dibandingkan tingkat alpha. Dengan demikian hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dan berarti variabel *Responsiveness* (daya tanggap) ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel minat pengunjung Montana hotel syariah

c. Pengujian Hipotesis Variabel *Assurance* (jaminan) ( $X_3$ )

Dari tabel di atas maka dapat diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel *Assurance* (asuransi) ( $X_3$ ) sebesar 0,800 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1,645, sig sebesar 0,425 dan tingkat alpha sebesar 5 % atau 0,05. Ini berarti  $t_{hitung}$  lebih kecil nilainya dibandingkan  $t_{tabel}$  dan nilai sig lebih besar dibandingkan tingkat alpha. Dengan demikian hipotesis  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak dan berarti variabel *Assurance* (asuransi) ( $X_3$ ) tidak mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel minat pengunjung Montana hotel syariah.

d. Pengujian Hipotesis Variabel *Emphaty* (empati) ( $X_4$ )

Dari tabel di atas maka dapat diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel *emphaty* (empati) ( $X_4$ ) sebesar -0,32 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1,645, sig sebesar 0,974 dan tingkat alpha sebesar 5% atau 0,05. Ini berarti  $t_{hitung}$  lebih kecil nilainya dibandingkan  $t_{tabel}$  dan nilai sig lebih besar dibandingkan tingkat alpha. Dengan demikian hipotesis  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak dan berarti variabel *emphaty* (perhatian) ( $X_4$ ) tidak mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel minat pengunjung Montana hotel syariah.

e. Pengujian Hipotesis Variabel *Tangibles* (bukti nyata) ( $X_5$ )

Dari tabel di atas maka dapat diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel *tangible* (bukti langsung) ( $X_5$ ) sebesar 1,720 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1,645, sig sebesar 0,089 dan tingkat alpha sebesar 5% atau 0,05. Ini berarti  $t_{hitung}$  lebih besar nilainya dibandingkan  $t_{tabel}$  dan nilai sig lebih besar dibandingkan tingkat alpha. Dengan demikian hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dan berarti variabel *tangibles* (bukti nyata) mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel minat pengunjung Montana hotel syariah.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan uji  $t$  maka variabel *Responsiveness* (Daya tanggap) ( $X_2$ ) yang paling berpengaruh terhadap minat pengunjung dan itu dapat dilihat dari hasil tertinggi *unstandardized coefficients* sebesar 0,338 dan *standardized coefficients* 0,302 serta taraf sig sebesar 0,029.

Berkaitan dengan variabel yang paling memuaskan pengunjung adalah variabel *responsiveness* (daya tanggap) yang terdiri dari:

1. *Receptionist* Montana hotel syariah memberikan informasi yang jelas sesuai yang dibutuhkan pengunjung.
2. Para karyawan Montana hotel syariah dapat memberikan penjelasan mengenai fasilitas hotel yang tersedia.
3. Karyawan Montana hotel syariah tepat waktu dalam memberikan pelayanan.
4. Ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan Montana hotel syariah memiliki waktu luang untuk membantu anda.

Pada dimensi pelayanan *Responsiveness* (Daya tanggap) ( $X_2$ ) yang paling memuaskan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen yang dilaksanakan oleh Montana hotel syariah adalah sudah sesuai dengan manajemen berbasis syariah. Di mana segala sesuatunya dijelaskan secara jelas dan adanya transparansi. Selanjutnya, dilihat dari segi perencanaannya Montana hotel syariah menjalankan bisnis yang tidak bertentangan dengan ajaran agama Islam. Seperti dari segi menjual makanan yang halal, tidak menjual *khamar* (minuman yang memabukkan), memeriksa setiap pengunjung yang datang dengan kartu identitas dan bagi yang sudah menikah dibuktikan dengan surat nikah.

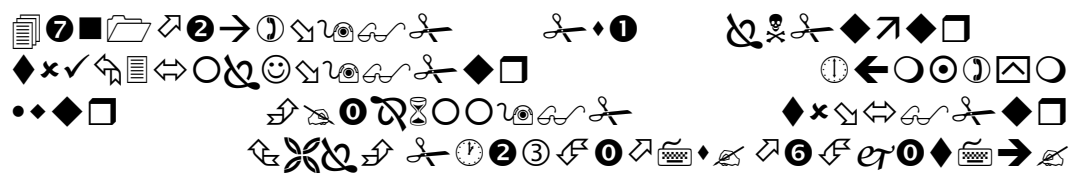
Selanjutnya dari segi pengorganisasian, Montana hotel syariah juga menjalankan sesuai dengan syariat Islam. Hal ini terbukti dengan adanya susunan organisasi seperti pemimpin sampai divisi-divisi yang sudah melaksanakan tugasnya sesuai dengan kewajibannya.

Setelah pengorganisasian dilakukan, pengaplikasiannya dalam menjalankan tugas yang telah diembankan juga dilaksanakan dengan baik. Misalnya, divisi *housekeeping* bertanggung jawab terhadap kenyamanan ruangan atau kamar hotel. Divisi kantor depan atau *receptionist*, melaksanakan tugasnya dengan menerima pengunjung yang ingin menikmati jasa yang ditawarkan, dengan bersungguh-sungguh menerangkan jenis-jenis kamar yang ada beserta memberikan penjelasan yang dibutuhkan oleh para pengunjung.

Selain itu adanya kerjasama antara Montana hotel syariah dengan rumah zakat dan panti asuhan untuk menyalurkan dananya hasil dari pendapatan yang diperoleh. Pembayaran gaji karyawan tiap bulannya sudah di potong zakat,



sehingga gaji yang diperoleh oleh karyawan sudah bersih dan sudah disisihkan zakatnya. Hal ini sesuai dengan tuntunan agama Islam dimana setiap harta yang dimiliki terdapat hak orang lain. Sesuai dengan firman Allah surah Al-Isrā ayat 26, yang berbunyi:



Artinya:

*Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. (Q.S Al-Isrā ayat 26)*

Kemudian segi pengawasan yang dilakukan juga sudah sesuai dengan pengawasan yang dilakukan dalam Islam. Salah satunya, bagi pasangan yang bukan mahramnya dilarang bertemu di dalam kamar hotel, setiap ruangan juga telah terpasang CCTV atau kamera pemantau bagi setiap orang yang berada di Montana hotel syariah. Jadi, dari segi pengawasan pengunjung dan keamanan juga terjaga, karena CCTV ini langsung diawasi oleh *security* yang ada di Montana hotel syariah.

Adapun aspek pelayanan yang diberikan, misalnya di kantor depan Montana hotel syariah, memberikan salam sesuai dengan ajaran Islam, memberikan pilihan kamar yang bernuansa syariah, memberikan informasi waktu shalat, memberikan informasi kegiatan bernuansa Islami, mempunyai informasi restoran/rumah makan halal, melakukan seleksi terhadap tamu yang berpasangan tamu yang bukan mahram dilarang masuk ke dalam kamar sedangkan tamu yang

sudah mahram diminta untuk menunjukkan buku nikah. Kemudian ketika tiba waktu sholat, Montana hotel syariah akan mengumandangkan adzan. Pada wilayah area makan dan minum, Montana hotel syariah menyediakan semua makanan dan minuman yang halal, dengan bukti adanya sertifikat dari MUI, yang disebut Sertifikat Jaminan Halal (SJH).

Adapun segi pelayanan lain yang diberikan oleh Montana hotel syariah kepada pengunjung juga sesuai syariah bisa dilihat dari penampilan para karyawannya yang berbusana tertutup sesuai syariat Islam. Apa saja yang dilarang dalam syariah tidak dilakukan oleh para karyawannya. Karyawan perempuannya menggunakan jilbab dengan baju yang tertutup sedangkan laki-laknya juga berpakaian dengan sopan. Apabila para pengunjung datang ke Montana hotel syariah maka dijanjikan sifat keramah-tamahan dari para karyawannya. Sesuai dengan firman Allah:



Artinya:

*“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu.” (Q.S. Āli ‘Imrān ayat 159)*

Sudah seharusnya para pelaku bisnis jasa dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya harus berlaku ramah dan sopan agar konsumen tidak pergi dan tetap loyal kepada perusahaan. Berkaitan dengan kesetiaan yang diberikan oleh para pengunjung, maka hal ini berkaitan pula dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen yang ada dalam Islam yaitu manusia perlu menggunakan unsur kalbu (rasa). Sebab, dengan demikian dia akan mengalokasikan dananya bukan hanya untuk kepentingan individual, tetapi termasuk pula kepentingan sosial. Apabila konsumen menggunakan jasa penginapan yang diberikan oleh Montana hotel syariah secara otomatis dana yang diperoleh oleh pihak yang bersangkutan dari para pengunjung yaitu laba yang diperoleh berdasarkan perhitungan yang telah ditentukan akan di salurkan di jalan Allah salah satunya yaitu dengan adanya pembayaran zakat. Hal ini secara tidak langsung memberikan dampak yang positif kepada para pengunjung, karena pengunjung tepat dalam memilih jenis penginapan yang telah melaksanakan prinsip-prinsip sesuai ajaran Islam.

Jadi yang dinamakan hotel syariah adalah bentuk jasa penginapan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengaplikasian, dan pengawasan serta kemanfaatannya telah memenuhi pola berdasarkan prinsip syariat Islam. Dengan prinsip syariah, tentunya hotel dapat menjaga kesinambungan para pengunjung untuk bebas berkunjung dan memilih tempat yang layak. Apalagi para pengunjungnya belum tentu beragama Islam, yang beragama non Islam juga boleh menginap. Namun, harus tetap mematuhi setiap aturan yang telah ditetapkan, seperti yang bukan mahramnya tidak boleh satu kamar. Oleh karena itu di dalam

agama Islam bila sesuatunya telah legal menurut syariat, secara otomatis telah membentengi dirinya dengan bangunan *maqāsid asy-syarī'ah*.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

Terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel bebas yang meliputi variabel *reliability* (keandalan)( $X_1$ ), *responsiveness* (daya tanggap)( $X_2$ ), *assurance* (jaminan)( $X_3$ ), *emphaty* (perhatian)( $X_4$ ), dan *tangibles* (bukti nyata)( $X_5$ ) terhadap minat pengunjung. Hal ini dapat dilihat pada uji F sebelumnya yang menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dibandingkan  $F_{tabel}$ , artinya baik buruknya suatu pelayanan yang diberikan oleh Montana hotel syariah sangat mempengaruhi minat pengunjung. Hasil dari uji t menyatakan variabel yang berpengaruh secara parsial adalah *Responsiveness* (daya tanggap)( $X_2$ ) dan *tangibles* (bukti nyata) ( $X_5$ ). Variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap minat pengunjung adalah variabel *Responsiveness* (daya tanggap)( $X_2$ ) dapat dilihat dari hasil tertinggi *unstandardized coefficients* sebesar 0,338 dan *standardized coefficients* 0,302 serta taraf sig sebesar 0,029.

Manajemen yang dilaksanakan oleh Montana hotel syariah sudah berbasis syariah. Pelayanan yang diberikan Montana hotel syariah kepada pengunjung juga sesuai syariah Islam.

## **B. Saran**

### a. Untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, sebagai saran untuk peningkatan pelayanan Montana hotel syariah ke masa depan sebaiknya pelayanan yang sudah baik perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi sehingga akan meningkatkan minat pengunjung. Kemudian dari segi promosi juga ditingkatkan misalnya melakukan promosi pada surat kabar lokal dan televisi lokal sehingga masyarakat akan lebih mengenal Montana hotel syariah. Terlebih lagi diperhatikan adalah variabel *responsiveness* (daya tanggap) karena variabel ini yang berpengaruh paling dominan terhadap minat pengunjung.

### b. Untuk Penelitian yang Akan Datang

Bagi para peneliti berikutnya agar sekiranya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai pengaruh pelayanan terhadap minat pengunjung, khususnya dapat mengkaji lebih dalam mengenai tatanan konsep ekonomi Islam. Selain itu dapat pula dengan mengambil obyek yang berbeda maupun dengan meneliti variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap minat pengunjung.