

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN HOTEL GRAND SANDAGA SYARIAH KANDANGAN**

SKRIPSI

**OLEH
NUR AFIFAH RAHMAH**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2023 M/1445 H**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN HOTEL GRAND SANDAGA SYARIAH KANDANGAN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi**

Oleh :

Nur Afifah Rahmah

NIM. 180105020422

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
BANJARMASIN
2023 M/1445 H**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Afifah Rahmah

NIM : 180105020422

Tempat Tgl. Lahir : Gambah Luar, 29 Desember 1999

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 26 Oktober 2023

Yang Membuat Pernyataan

Tanda Tangan



Nur Afifah Rahmah

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Ditulis oleh : Nur Afifah Rahmah

NIM : 180105020422

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Perbankan Syariah

Tahun Akademik : 2023/2024

Tempat Tanggal Lahir : Gambah Luar, 29 Desember 1999

Alamat : Rantauan Gambah Luar, Desa Gambah Luar RT/RW 004/003 Kecamatan Kandangan Kabupaten Hulu Sungai Selatan

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujui untuk dipertahankan didepan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 26 Oktober 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dosen Pembimbing

Hariyanto, S.E., M.M.,

NIP. 197910272005011004

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan, Nama Nur Afifah Rahmah, NIM 180105020422, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Hari : Kamis

Tanggal : 14 Desember 2023

Dinyatakan LULUS dengan Predikat: A (80,2)



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Antasari Banjarmasin

D. H. Sukarni, M.Ag.

NIP 196304171991021001

TIM PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Radiansyah, S. Ag., M.Pd.I (Ketua)	
2. Hariyanto, S. E., M.M. (Anggota)	
3. Rimayanti, S. E., M.M. (Anggota)	
4. Supian Sauri, S.E.I, M.E (Anggota)	

ABSTRAK

Nur Afifah Rahmah. 2023. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing Hariyanto S.E., M.M.,

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Penulisan ini dilatar belakangi oleh hotel syariah merupakan suatu akomodasi dari salah satu bentuk pariwisata syariah. Hotel syariah ini merupakan salah satu bisnis Islam yang harus berlandaskan nilai-nilai syariah dan harus sesuai dengan aturan syariah, baik didalam pelayanan dan juga manajemennya. Hotel syariah harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan atau tamu karena pelanggan atau tamu membutuhkan tempat menginap yang bersih, aman, dan nyaman.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif dengan dasar penelitiannya menggunakan data deduktif-induktif. Objek dalam penelitian ini adalah pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner (angket). Jumlah sampel yang diambil adalah 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, normalitas data, heteroskedastisitas, regresi linier sederhana, uji t dan koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini adalah diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 18,282 > t_{tabel} 1,98552$ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Besar pengaruh kualitas pelayanan terlihat dari hasil uji R^2 sebesar 0,771 atau 77,1% yang artinya variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X).

Motto

**“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya
sesudah kesulitan ada kemudahan”**

(Qs. Al- Insyirah ayat 5-6)

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1987 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas

غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبر	Ditulis	<i>Mutakabbir</i>
القدوس	Ditulis	<i>al-qudūs</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	<i>jāmi'ah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>Maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	Ditulis	<i>al-maktabah al-jamīlah</i>
-----------------	---------	-------------------------------

IV. Vokal pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U
شكر	Fathah	Ditulis	Syakara
قرأ	Kasrah	Ditulis	quri'a
ينطق	Dammah	Ditulis	yanṭiqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	Ditulis ditulis	\bar{a} <i>k āmilah</i>
2	fathah + ya mati صلى	Ditulis ditulis	\bar{a} <i>ṣallā</i>
3	kasrah + ya mati شديد	Ditulis ditulis	\bar{i} <i>syadīd</i>
4	dammah + wawu mati صدر	Ditulis ditulis	$\bar{ū}$ <i>ṣudūr</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	Ditulis ditulis	Ai <i>Ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati وفرعون ذي الأوتاد	Ditulis ditulis	Au <i>wa fir'auna zi al-autād</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم أشد خلقا	ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
----------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lām

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kitāb</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصبح	Ditulis	<i>aṣ-ṣubḥu</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-sōhirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	<i>birru al-wālidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>Iḏa asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا وَمَوْلَانَا مُحَمَّدٍ
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hatu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Sukarni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Annisa Sayyid, M.Si dan Yusuf Asyahri, SE.,ME., selaku ketua dan sekretaris program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

3. Hariyanto, S.E., M.M., selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Ibu dan Bapakku, terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak pernah kulupakan.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Amin.

Banjarmasin, 16 Oktober 2023

Penulis,



(Nur Afifah Rahmah)

DAFTAR ISI

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	vii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Definisi Operasional/Batasan Istilah.....	7
F. Kerangka Pemikiran.....	9
G. Kajian Pustaka/Penelitian Terdahulu	10
H. Hipotesis Penelitian.....	12
I. Sistematika Pembahasan (Out Line Sementara)	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Pengaruh.....	14
B. Kualitas Pelayanan	15
1. Definisi Kualitas	15
2. Definisi Pelayanan.....	16
3. Definisi Kualitas Pelayanan	17
4. Landasan Hukum Kualitas Pelayanan	19
5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	19
6. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	21
7. Mengukur Kualitas Pelayanan.....	26
C. Kepuasan Pelanggan	27
1. Definisi Kepuasan	27
2. Definisi Pelanggan.....	28

3. Definisi Kepuasan Pelanggan.....	29
4. Landasan Hukum Kepuasan Pelanggan	30
5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	30
6. Dimensi Kepuasan Pelanggan	32
7. Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	34
D. Hotel Syariah.....	36
1. Definisi Hotel Syariah	36
2. Landasan Hukum Hotel Syariah.....	38
3. Perbedaan Hotel Syariah dan Konvensional	40
4. Klasifikasi Hotel.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	50
1. Jenis Penelitian	50
2. Pendekatan Penelitian.....	50
B. Lokasi Penelitian	51
C. Subjek dan Objek Penelitian	51
1. Subjek Penelitian	51
2. Objek Penelitian	51
D. Populasi dan Sampel	52
1. Populasi	52
2. Sampel	53
E. Data dan Sumber Data.....	54
1. Data.....	54
2. Sumber Data	55
F. Teknik Pengumpulan Data.....	55
G. Desain Pengukuran.....	56
H. Instrumen Penelitian.....	57
I. Teknik Pengolahan Data	58
J. Teknik Analisa Data.....	59
1. Analisis Statistik.....	59
BAB IV ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN	65

A. Penyajian Data.....	65
B. Karakteristik Responden	67
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	71
D. Pengujian Validitas dan Reabilitas.....	94
1. Uji Validitas.....	94
2. Uji Reliabilitas.....	98
E. Uji Asumsi Klasik	99
1. Uji Normalitas Data.....	99
2. Uji Heteroskedastisitas	100
F. Uji Regresi Linier Sederhana	101
1. Uji t (Parsial)	102
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	104
G. Analisis Data	104
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan	104
2. Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan	105
BAB V PENUTUP.....	106
A. SIMPULAN	106
B. SARAN	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN-LAMPIRAN	115
DOKUMENTASI	138

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kerangka Pikir	9
Tabel 3. 1 Data Jumlah Tamu	52
Tabel 3. 2 Desain Pengukuran	56
Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian	57
Tabel 4. 1 Tipe Kamar	66
Tabel 4. 2 Struktur Organisasi Hotel.....	67
Tabel 4. 3 Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Berdasarkan Penghasilan perbulan.....	70
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X1.1	71
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X1.2	72
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X1.3	73
Tabel 4. 10 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X1.4	74
Tabel 4. 11 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X1.5	75
Tabel 4. 12 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X1.6	76
Tabel 4. 13 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X2.1	77
Tabel 4. 14 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X2.2	78
Tabel 4. 15 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X2.3	79
Tabel 4. 16 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X2.4	79
Tabel 4. 17 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X3.1	80
Tabel 4. 18 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X3.2	81
Tabel 4. 19 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X3.3	82
Tabel 4. 20 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X3.4	83
Tabel 4. 21 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X4.1	84
Tabel 4. 22 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X4.2	85
Tabel 4. 23 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X4.3	86
Tabel 4. 24 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X4.4	86
Tabel 4. 25 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X5.1	87
Tabel 4. 26 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X5.2	88
Tabel 4. 27 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X5.3	89
Tabel 4. 28 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Y1.1	90
Tabel 4. 29 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Y1.2	91
Tabel 4. 30 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Y1.3	92
Tabel 4. 31 Jawaban Responden Berdasarkan variabel Y1.4	93
Tabel 4. 32 Hasil Uji Validitas Variabel Tangibles	94

Tabel 4. 33 Hasil Uji Validitas Variabel Reliability	95
Tabel 4. 34 Hasil Uji Validitas Variabel Responsiveness	95
Tabel 4. 35 Hasil Uji Validitas Variabel Assurance	96
Tabel 4. 36 Hasil Uji Validitas Variabel Empathy	96
Tabel 4. 37 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	97
Tabel 4. 38 Hasil Uji Reliabilitas	98
Tabel 4. 39 Hasil Uji Normalitas Data.....	99
Tabel 4. 40 Hasil Uji Heteroskedastisitas	100
Tabel 4. 41 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	101
Tabel 4. 42 Hasil Uji T.....	103
Tabel 4. 43 Hasil Uji Koefisien Determinasi	104

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Afifah Rahmah

NIM : 180105020422

Tempat Tgl. Lahir : Gambah Luar, 29 Desember 1999

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 26 Oktober 2023

Yang Membuat Pernyataan

Tanda Tangan



Nur Afifah Rahmah

ABSTRAK

Nur Afifah Rahmah. 2023. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing Hariyanto S.E., M.M.,

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Penulisan ini dilatar belakangi oleh hotel syariah merupakan suatu akomodasi dari salah satu bentuk pariwisata syariah. Hotel syariah ini merupakan salah satu bisnis Islam yang harus berlandaskan nilai-nilai syariah dan harus sesuai dengan aturan syariah, baik didalam pelayanan dan juga manajemennya. Hotel syariah harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan atau tamu karena pelanggan atau tamu membutuhkan tempat menginap yang bersih, aman, dan nyaman.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif dengan dasar penelitiannya menggunakan data deduktif-induktif. Objek dalam penelitian ini adalah pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner (angket). Jumlah sampel yang diambil adalah 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, normalitas data, heteroskedastisitas, regresi linier sederhana, uji t dan koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini adalah diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 18,282 > t_{tabel} 1,98552$ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Besar pengaruh kualitas pelayanan terlihat dari hasil uji R^2 sebesar 0,771 atau 77,1% yang artinya variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas beragama Islam dan menjadi jumlah muslim tertinggi di dunia. Dengan penduduknya yang beragama Islam maka negara Indonesia harus berusaha untuk menjadi pusat syariah. Sebenarnya tidak bisa dipungkiri masih banyak pemikiran orang-orang dalam memahami Islam secara parsial atau sempit, sehingga banyak yang berasumsi bahwa ajaran Islam tidak ada kaitannya dengan dunia perbankan, pasar modal, asuransi, deposito, giro, dan lain sebagainya. (Wicaksono, 2020, hlm. 21)

Pada saat ini pariwisata menjadi salah satu industri yang sangat berkembang pesat. Pariwisata menjadi peranan penting dalam pembangunan Indonesia karena menjadi kontributor yang potensial dan menjadi sumber devisa. (Saleh, 2021, hlm. 18) Selain itu Indonesia hampir diseluruh daerahnya memiliki daya tarik wisata tersendiri, seperti keindahan alam dan peninggalan sejarah yang dimilikinya. Dengan meningkatnya mobilitas penduduk dan kemajuan dalam dunia bisnis, maka transportasi dan penginapan seperti hotel dan wisma sangat dibutuhkan untuk menunjang kelengkapan akomodasi. (K. Nisa, 2020, hlm. 1)

“Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial” (dalam Sugiarto,

2003). (Jatmiko & Sandy, 2020, hlm. 7) Oleh karena itu, hotel harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen karena konsumen membutuhkan tempat menginap yang bersih, aman, dan nyaman. (Saleh, 2021, hlm. 18)

Hotel adalah suatu jenis usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pelayanannya, dengan menyediakan fasilitas yang dapat dipergunakan oleh pengunjung selama 24 jam. Dan juga usaha perhotelan ini bisa menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan bisnis atau perjalanan dinas serta para wisatawan yang sedang melakukan liburan untuk berkunjung kesuatu daerah-daerah wisata yang membutuhkan tempat untuk menginap, makan, minum dan hiburan. (Surahmi, 2016, hlm. 15)

Hotel syariah merupakan hotel yang mengamalkan syariah Islam dalam kegiatan operasional hotel. Hotel syariah mengedepankan kesyariahannya dengan menunjukkan moto, logo, ornamen interior, fasilitas kamar, fasilitas hotel serta seragam atau pakaian yang digunakan saat bekerja oleh karyawan hotel. (Widyarini, 2013, hlm. 2) Hotel syariah merupakan suatu akomodasi dari salah satu bentuk pariwisata syariah, kemudian didalamnya tersedia berbagai fasilitas-fasilitas untuk kepentingan pelanggan atau tamu dengan menerapkan prinsip-prinsip berbasis syariah dan juga sesuai dengan aturan syariah. Hotel syariah ini merupakan salah satu bisnis Islam yang harus berlandaskan nilai-nilai syariah dan harus sesuai dengan aturan syariah, baik didalam pelayanan juga manajemennya. (Nadhifah, 2020, hlm. 40)

Pada umumnya hotel syariah mempunyai karakter atau sifat yang tidak dimiliki oleh hotel konvensional yakni prinsip-prinsip yang diterapkan di dalam hotel syariah, dan tujuan mulia dalam setiap operasionalnya yakni menciptakan masalah bagi masyarakat. Tampaknya hotel syariah tidak hanya ditargetkan untuk masyarakat muslim saja, tetapi ada juga beberapa tamu non muslim yang tidak merasa canggung untuk menikmati produk dan jasa dari hotel syariah. (Nadhifah, 2020, hlm. 42)

Pada dasarnya semua hotel itu sama baik yang konvensional ataupun syariah tetapi terdapat perbedaan diantara keduanya. Perbedaannya adalah untuk hotel yang berbasis syariah mempunyai cara penyajian dan pelayanan yang perlu dibatasi, seperti seleksi atau pemisahan tamu antara laki-laki dan perempuan yang bukan muhrim tidak diperbolehkan menginap, makanan minuman dan restoran harus bersertifikat halal, tidak adanya diskotik, tidak menyediakan minuman beralkohol, tidak ada bar dan *night club* serta panti pijat. Peraturan tersebut mengacu kepada syariat yang telah Allah tetapkan, sebagaimana dalam firman Allah Q.S. An-nisa ayat 26 :

يُرِيدُ اللَّهُ لِيُبَيِّنَ لَكُمْ وَيَهْدِيَكُمْ سُنْنَ آلِّدِينِ مِنْ قَبْلِكُمْ وَيَتُوبَ عَلَيْكُمْ , وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ { ٢٦ }

Artinya: “Allah hendak menerangkan (hukum syari’at-Nya) kepadamu, dan menunjukimu kepada jalan-jalan orang yang sebelum kamu (para nabi dan shalihin) dan (hendak) menerima taubatmu. Dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana.” (Qs. An-Nisa: 26)

Dan hadis riwayat al-Bukhari dan Muslim:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا : أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - قَالَ : لَا تَدْخُلُوا عَلَيَّ هَؤُلَاءِ الْمُعَدِّينَ إِلَّا أَنْ تَكُونُوا بَاكِينَ، فَإِنْ مَّ تَكُونُوا بَاكِينَ فَلَا تَدْخُلُوا عَلَيْهِمْ لَا يُصِيبِكُمْ مَا أَصَابَهُمْ

Artinya: "janganlah kalian masuk ketempat suatu kaum yang mendapat azab kecuali kalian dalam keadaan menangis (di tempat tersebut). Jika tidak bisa menangis, maka janganlah kamu masuk ke mereka, agar kalian tidak tertimpa musibah yang menimpa mereka (kaum Tsamud)."

Salah satu yang menjadi pertimbangan tamu untuk menginap di sebuah hotel adalah pelayanan yang diberikan oleh staff/karyawan tersebut, fasilitas yang digunakan dan dapat dinikmati oleh pelanggan, dan loyalitas dari pelanggan itu sendiri. Jadi pemahaman tamu terhadap pelayanan yang berkualitas meliputi kesan yang berhubungan dengan baik bukti fisik, keterampilan, kecakapan, jaminan, dan empati. (Rahmadi, 2021, hlm. 17) Pelayanan yang diberikan ialah pelayanan yang sesuai dengan kaidah atau syariat Islam mencakup aspek keramah-tamahan, bersahabat, jujur, amanah, suka membantu serta mengucapkan kata maaf dan terima kasih. Cara pandang yang sedang dibentuk oleh hotel syariah adalah dengan memberikan pandangan bahwa hotel syariah tidak hanya semata-mata mencari keuntungan saja tetapi berpandangan untuk selalu meningkatkan *masalah* bagi seluruh masyarakat. (Rahardi & Wiliasih, 2016, hlm. 5)

Kualitas pelayanan adalah keutamaan yang dirasakan oleh pelanggan atau konsumen akan suatu produk atau jasa dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan pelanggan atau konsumen setelah melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi dalam menentukan tingkat kualitas pelayanan yakni pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan (*persived service*). (Hapsari, 2011, hlm. 29) Kualitas pelayanan sangatlah penting dan merupakan salah satu kunci kesuksesan dari setiap layanannya, semakin tinggi kualitas pelayanannya

maka jasa tersebut akan selalu digunakan. Disamping kualitas pelayanan, sebuah kepuasan pelanggan atau tamu juga merupakan tujuan utama dari sebuah usaha industri perhotelan dan usaha lain yang bergerak dibidang jasa. Apabila pelanggan atau tamu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka akan membuat hubungan antara pelanggan dan penyedia jasa menjadi baik serta memberikan citra yang baik mengenai hotel. Dengan kepuasan yang diterima oleh pelanggan memberikan manfaat seperti menciptakan hubungan baik antara pelanggan dengan pihak penyedia jasa atau hotel, memberikan suatu hal yang bagus untuk pembelian selanjutnya, serta akan munculnya rasa loyalitas pelanggan. (Rahmadi, 2021, hlm. 19)

Permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan diantaranya yaitu adanya keluhan dari tamu hotel yang merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh *housekeeping* seperti dalam membersihkan kamar yang masih menyisakan kotoran atau debu, adanya biaya tambahan untuk anak-anak, serta ada beberapa keluhan dari tamu yang menginap di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan ini mengenai fasilitas hotelnya seperti *Air Conditioner* (AC) yang kurang dingin atau bahkan panas, *Wifi* yang disediakan kurang lancar, dan tidak adanya air panas.

Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan adalah sebuah hotel eks. Hotel Bangkau yang merupakan hotel tertua dan favorit di kota kandangan. Hotel ini dibangun dan mulai beroperasi pada tahun 2017, hotel ini juga termasuk kedalam hotel berbintang 3 dengan tempatnya yang strategis dekat dengan pasar los batu kandangan, terminal kota, bank BNI, Bank Kalsel, Bank BRI, alun-alun kota dan

kantor bupati. Hotel ini sendiri mempunyai 5 type kamar yaitu *type standar (single bed), deluxe (single bed), superior twin bed, VIP (twin bed), dan family.*

Berdasarkan dari teori yang telah dipaparkan dan permasalahan yang ada maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih dalam lagi dengan studi penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil dari latar belakang masalah, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah, maka peneliti membuat 2 tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat atau kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini bisa digunakan untuk bahan informasi bagi peneliti lain, dan dapat juga digunakan untuk tambahan pengetahuan bagi peneliti yang akan datang dengan mengangkat tema yang sama.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini bermanfaat bagi pihak terkait, pihak pemerintah, dan pihak masyarakat sebagai bahan tambahan referensi dalam pengambilan keputusan.
- b. Hasil dari penelitian ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan akademisi Islam pada umumnya, untuk memahami kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada hotel.

E. Definisi Operasional/Batasan Istilah

Pengertian pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut

membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Pengaruh yang dimaksud penulis dalam penelitian ini adalah pengaruh yang ditimbulkan oleh kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

Didalam penelitian ini kualitas adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu, dimana mutu tersebut dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan. Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah indikator di dalam kualitas yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Kata pelayanan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah usaha untuk melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah melayani kebutuhan pelanggan atau tamu oleh petugas hotel.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa pada seseorang. Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelanggan atau tamu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel.

Konsumen atau pelanggan adalah seseorang yang menggunakan hasil produksi, baik barang atau jasa. Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menginap di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

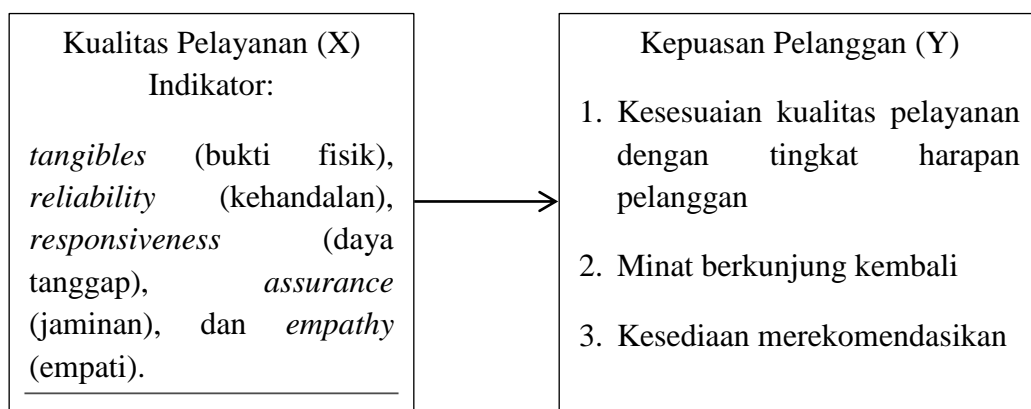
Hotel syariah merupakan hotel yang mengamalkan syariah Islam dalam kegiatan operasional hotel. Hotel syariah mengedepankan kesyariahnya dengan menunjukkan moto, logo, ornamen interior, fasilitas kamar, fasilitas hotel serta seragam atau pakaian yang digunakan saat bekerja oleh karyawan hotel. (Widyarini, 2013, hlm. 2) Usaha hotel syariah merupakan penyedia akomodasi

berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan yang dijalankan sesuai prinsip syariah. (Ansari & Makki, 2020, hlm. 5) Hotel syariah yang peneliti ambil dalam penelitian ini adalah Hotel Grand Sandaga Syariah yang berlokasi di kota Kandangan Kabupaten Hulu Sungai Selatan.

F. Kerangka Pemikiran

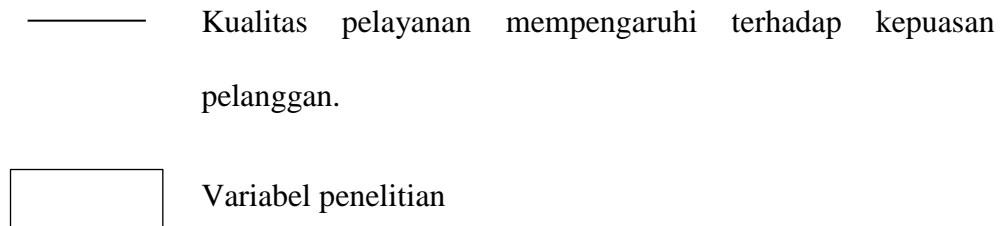
Dalam kerangka pemikiran ini, penulis menggambarkan hubungan sistematis antara *variabel x* dengan *variabel y*, yaitu kualitas pelayanan dengan lima indikator yaitu: *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan. (S. R. Z. Nisa, 2013, hlm. 10)

Tabel 1. 1 Kerangka Pikir



Dari gambar di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berikut ini keterangan kerangka berpikir pada tabel

1.1 :



G. Kajian Pustaka/Penelitian Terdahulu

1. Dicky Rahmadi (2021). Judul: *Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu menginap di Hotel Sahid Batam Center*. Jenis penelitian menggunakan kuantitatif dan menggunakan metode kausalitas, metode kausalitas suatu metode yang digunakan untuk mengetahui kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel. Untuk pengambilan sampel itu sendiri menggunakan teknik *nonprobability sampling* yang menggunakan metode *sampling insidental*. Metode yang digunakan untuk menganalisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Dari penelitian ini memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan, kemudian fasilitas secara parsial juga berpengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan, serta kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan. (, 2021a)

2. Ika Devi Widyaningrum (2020). Judul: *Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan hotel luminor mangga besar Jakarta Barat*. Dalam penelitiannya peneliti menggunakan strategi penelitian asosiatif. Strategi penelitian asosiatif adalah strategi penelitian yang dipakai untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Alat pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuesioner yang dijadikan tabulasi skor setiap variabel yang diteliti. Sedangkan untuk analisis perhitungan data peneliti menggunakan *SmartPLS 3.0*. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan berpengaruh penting terhadap loyalitas pelanggan. (Widyaningrum, 2020)
3. Lisda Apriani (2020). Judul: *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Pada Guest House Sentosa Syariah Banjarmasin*. Persamaannya adalah terletak pada variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan atau tamu. Perbedaannya terletak pada variabel independen yaitu kualitas pelayanan dimana peneliti sebelumnya terdapat 7 dimensi dalam variabel kualitas pelayanannya, sedangkan peneliti sendiri memiliki 5 dimensi dalam variabel kualitas pelayanan.

Posisi penelitian ini adalah peneliti menggunakan variabel dependen berupa kepuasan pelanggan seperti (Widyaningrum, 2020) namun berbeda pada variabel independen. Kekuatan penulis terletak di : variabel, data dan periode. Penulis menggunakan variabel Kualitas Pelayanan (independen), Kepuasan Pelanggan (dependen).

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis atau dugaan sementara pada penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

I. Sistematika Pembahasan (Out Line Sementara)

Sistematika penulisan berisi uraian singkat tentang isi bab yang akan ditulis dalam penelitian ini.

Bab I merupakan pendahuluan. Dalam bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori. Dalam bab ini dipaparkan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian, yakni pengertian atau definisi tentang hotel baik hotel konvensional maupun hotel syariah, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan objek penelitian yaitu Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

Bab III merupakan metode penelitian. Dalam bab ini disajikan informasi secara deskriptif tentang bagaimana penelitian terlaksana meliputi jenis, sifat,

pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, variabel penelitian, metode analisis dan prosedur penelitian.

Bab IV merupakan penyajian data dan analisis data. Dalam bab ini disajikan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan berupa hasil penyajian dan analisis data pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

Bab V merupakan penutup. Pada bab ini disajikan jawaban akan permasalahan atau intisari dari isi skripsi secara keseluruhan yang akan dimuat dalam kesimpulan dan saran-saran untuk pertimbangan pihak yang berkepentingan atas dasar penelitian dalam meningkatkan hasil yang akan dicapai.

BAB II

LANDASAN TEORI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN HOTEL GRAND SANDAGA SYARIAH KANDANGAN**

A. Pengaruh

Pengertian pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Berikut ini definisi pengaruh menurut beberapa ahli yaitu:

Menurut W.J.S Poewardamita dalam jurnal (Munthe & Lubis, 2022, hlm. 2541) pengaruh ialah suatu daya yang ada dalam sesuatu yang sifatnya dapat memberi perubahan kepada yang sifatnya bisa memberikan perubahan kepada yang lain.

Wiryanto menyatakan pengaruh adalah tokoh formal maupun informal didalam masyarakat, mempunyai ciri lebih inovatif, kompeten dan aksesibel dibanding pihak yang dipengaruhi. (Sandewa, 2018, hlm. 95)

Pengaruh adalah daya yang menyebabkan sesuatu terjadi, dalam arti sesuatu yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain dengan kata lain merupakan penyebab sesuatu terjadi atau dapat mengubah sesuatu ke bentuk yang kita inginkan (Badudu Zain). (Munthe & Lubis, 2022, hlm. 2540)

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengaruh adalah suatu daya yang menyebabkan sesuatu terjadi yang sifatnya bisa memberikan perubahan dan mempengaruhi lingkungan yang ada disekitarnya.

B. Kualiatas Pelayanan

1. Definisi Kualitas

Kata kualitas mempunyai banyak makna dan definisi karena setiap orang berbeda mengartikannya, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan. Dalam perspektif TQM (*Total Quality Management*) kualitas dipandang secara luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditekankan tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. (Samsidar, 2017, hlm. 20) Kualitas juga merupakan salah satu strategi dalam menghadapi persaingan pasar. Ketika suatu perusahaan telah mampu menyediakan produk yang berkualitas, maka perusahaan tersebut telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan. (Nadhifah, 2020, hlm. 49)

Konsep kualitas sendiri merupakan sesuatu yang bersifat relatif, dimana akan bergantung pada penglihatan dan pemikiran yang akan dipakai dalam penentu ciri-ciri serta spesifikasi, tiga orientasi terdapat pada kualitas yang semestinya tidak berubah satu dengan yang lainnya, yakni pertama *perfection*

pelanggan, yang kedua mengenai *product* (barang atau jasa), dan ketiga sebuah *process*. (Rahmadi, 2021, hlm. 29)

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu, dimana mutu tersebut dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas tidak hanya berfokus pada hasil akhir sebuah produk, tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan.

2. Definisi Pelayanan

Kata pelayanan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah usaha untuk melayani kebutuhan orang lain. Aktivitas, manfaat atau pun kepuasan merupakan bentuk pelayanan yang pada dasarnya tidak berwujud. Hal ini dikatakan oleh Gronroos bahwa pelayanan merupakan suatu proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangibile* (tidak berwujud), yang terkadang terjadi pada interaksi antara konsumen dengan karyawan jasa, sumber daya fisik, barang, atau sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas suatu permasalahan konsumen. (Nadhifah, 2020, hlm. 50)

Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai segala bentuk kegiatan/aktifitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan. Dalam hal ini yang menyangkut tentang pelayanan adalah faktor manusia yang melayani, alat atau

fasilitas yang digunakan untuk memberikan pelayanan, mekanisme kerja yang digunakan dan bahkan sikap masing-masing orang yang memberi pelayanan dan yang dilayani. Pada prinsipnya konsep pelayanan memiliki berbagai macam definisi yang berbeda menurut penjelasan para ahli tetapi pada intinya tetap merujuk pada konsepsi dasar yang sama. (Samsidar, 2017, hlm. 21)

Menurut Valerie A. Zeithmal Mary Jo Bitner mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah. Sedangkan Lovelock mendefinisikan pelayanan sebagai proses daripada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output. (Fadila, 2019, hlm. 37)

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah semua aktifitas yang ditawarkan oleh salah satu pihak, ke pihak lain dalam waktu itu juga karena pelayanan tidak dapat disimpan dan tidak berwujud.

3. Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller, kualitas jasa merupakan keseluruhan karakteristik yang terdapat dalam sebuah produk dan jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Sedangkan menurut Yousapronpaiboon dan Johnson menjelaskan bahwa kualitas jasa merupakan perbedaan antara persepsi konsumen atas layanan yang diberikan perusahaan terhadap harapan konsumen setelah melakukan evaluasi jasa yang diterima. Dengan kata lain bahwa kualitas jasa merupakan adanya *expected value*

dengan *perceived value* yang dirasakan oleh konsumen. (Halim dkk., 2021, hlm. 138) Kualitas pelayanan sangatlah penting dan merupakan salah satu kunci kesuksesan dari setiap layanannya, semakin tinggi kualitas pelayanannya maka jasa tersebut akan selalu digunakan. (Rahmadi, 2021, hlm. 19)

Kualitas Pelayanan (*Service quality*) merupakan seberapa jauh perbedaan antara harapan dari pelanggan atau tamu dengan kenyataan para pelanggan atau tamu atas layanan yang mereka terima. Dengan indikator yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (asuransi), dan *empathy* (empati). Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* (kualitas jasa yang diharapkan) dan *verceived service* (kualitas jasa yang diterima atau dirasakan). (Syadri, 2019, hlm. 26)

Pada prinsipnya kualitas pelayanan dibangun dengan faktor utama mengenai persepsi masyarakat atas layanan yang mereka terima dengan layanan yang mereka inginkan serta harapkan, maka barulah layanan dapat dikatakan bermutu dan dapat dikatakan memuaskan. Sedangkan layanan yang kurang bermutu merupakan layanan yang tidak seperti diharapkan. Kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan pelanggan semata. Sebab, sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan harus dilandasi dengan nilai-nilai syariah, guna mewujudkan nilai ketakwaan serta membuktikan nilai konsisten keimanan dalam rangka menjalankan kegiatan suatu bisnis. Tidak hanya berorientasi komitmen pada materi semata namun sebagian dari nilai ibadah kepada Allah SWT. (Nadhifah, 2020, hlm. 54)

Dari paparan di atas maka standard operasional hotel syariah adalah keterbukaan, kesediaan untuk membantu, keramahan, jujur, bermoral serta sopan. Hal ini dilakukan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen atau pelanggan hotel. Dan dari definisi di atas pula dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu hasil dari sebuah evaluasi yang dilakukan konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang diterima atas harapan atau keinginan dari pelanggan tersebut. Kualitas dipandang sebagai salah satu komponen penting yang harus diwujudkan oleh suatu perusahaan karena mempunyai pengaruh dalam menarik konsumen baru dan juga kemungkinan pelanggan berpindah ke perusahaan lain menjadi berkurang.

4. Landasan Hukum Kualitas Pelayanan

Q.S. Al-Baqarah ayat 267

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (Qs. Al-Baqarah: 267) (Sauri, 2017, hlm. 62)

5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

- a. Kerja tim, pada tim yang efektif semua karyawan berguna pada tim kemudian secara serempak ingin meraih suatu tujuan.
- b. Kesesuaian karyawan pada tugas, masalah-masalah yang ada di kualitas jasa sering terjadi karena karyawan yang bersangkutan tidak memiliki atau tidak diposisikan pada keahliannya.
- c. Kesesuaian pekerja pada teknologi, kualitas pelayanan yang baik bergantung pada sejauh mana karyawan mengetahui mengenai teknologi yang ada yang dioperasikan.
- d. Kendali yang diterima, suatu kemampuan karyawan dalam mengelola sebuah suasana yang tertekan, dan dapat menentukan kualitas jasa yang diberikan.
- e. Sistem pengendalian pengawasan, kinerja pada karyawan ditentukan oleh keluaran yang dihasilkan karyawan. Tapi karena produk pelayanan jasa tersebut tidak dapat dijangkau secara kuantitatif maka sistem pengawasan ini lebih terfokus pada pelayanan yang diberikan oleh karyawan.
- f. Konflik peran, ini bisa terjadi ketika pihak manajemen menempatkan karyawannya pada posisi yang tidak dikuasainya, maka konflik tersebut akan terjadi karena karyawan tidak ditempatkan sesuai dengan keahliannya.
- g. Ambiguitas peran, ini terjadi pada saat para karyawan tidak cukup menerima informasi mengenai tujuan dan keinginan manajemen maka karyawan sangat sulit untuk dinilai kinerjanya. (Rahmadi, 2021, hlm. 31)

6. Dimensi Kualitas Pelayanan

The service quality actually has been studied in many years across different fields such as banking industry, school education, credit card companies and telecommunication companies. The result showed that service quality had their own dimension such as reliability, responsiveness, competence, understanding, courtesy, communication, acces, security, credibility and tangibility. Later on, these 10 dimensions were evaluated and cut down into five dimensions.

Kualitas pelayanan sebenarnya telah dipelajari selama bertahun-tahun di berbagai bidang seperti industri perbankan, pendidikan sekolah, perusahaan kartu kredit, dan perusahaan telekomunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dimensi masing-masing seperti kehandalan, daya tanggap, kompetensi, pemahaman, kesopanan, komunikasi, akses, keamanan, kredibilitas, dan bukti fisik. Kemudian, 10 dimensi ini dievaluasi dan dikurangi menjadi lima dimensi. (Afthanorhan dkk., 2019, hlm. 14)

Menurut pemikiran yang dikembangkan oleh Parasuraman dan kawan-kawan, kualitas pelayanan memiliki 5 (lima) dimensi yaitu sebagai berikut:

- a. *Tangibles* atau bukti fisik adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Diantaranya meliputi

fasilitas fisik (gedung, buku, rak buku, meja dan kursi, dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang digunakan), serta penampilan pegawai. (Samsidar, 2017, hlm. 24) Kerapian dan sopan dalam berbuasana sebagaimana tertera dalam Al-Qur'an Surah Al-A'raf ayat 26 :

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلٰيكَمْ لِبَاسًا يُّوَارِيْ سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوٰى ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِنْ اٰيٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْنَ { ٢٦ }

Artinya: “*Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat*”. (Qs.Al-A'raf: 26)

Dalam Islam pelayanan yang berupa bangunan hendaknya sederhana tidak menampilkan sesuatu yang bermegah-megahan seperti tercantum dalam surah At-takatsur ayat 1:

اَهْلِكُمْ التَّكَاثُرُ { ١ }

Artinya: “*Bermegah-megahan telah melalaikan kamu*” (Qs. At- takatsur: 1)(Widad dkk., 2020, hlm. 6)

b. *Reliability* atau kehandalan adalah Pengukuran yang digunakan dengan melihat sejauh mana kemampuan penyedia layanan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara bertanggung jawab, segera, akurat, terpercaya, dan memuaskan. Penting nya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembedaan biaya

secara tepat. Contoh parameter yang digunakan seperti proses transaksi, ketepatan waktu, keterampilan dalam memberikan layanan. (Halim dkk., 2021, hlm. 141) Allah SWT berfirman dalam Q.S. An-Nahl (16):91

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذْ عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ
 { ٩١ }

Artinya: “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”. (Qs. An-Nahl: 91) (Widad dkk., 2020, hlm. 7)

c. *Responsiveness* atau daya tanggap adalah kesigapan seorang karyawan hotel dalam membantu tamu atau pelanggan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap pada pelanggan saat dibutuhkan sehingga tidak menyinyiakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya. Misalnya kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, menangani kebutuhan pelanggan, dan lain-lainnya. (Nadhifah, 2020, hlm. 55) sebagaimana hadis Rasulullah SAW:

“Jika amanah telah disia-siakan, maka tunggulah hari kiamat,” dia (Abu Hurairah) bertanya, ‘Wahai Rasulullah, bagaimanakah menyia-nyiakan amanah itu?’ Beliau menjawab, ‘Jika satu urusan diserahkan kepada bukan ahlinya, maka tunggulah hari Kiamat!’.

Dan Allah SWT juga berfirman dalam Q.S. Al-Insyirah (94):7

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ { ٧ }

Artinya: “Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain”. (Qs. Al-Insyirah: 7) (Widad dkk., 2020, hlm. 7)

- d. *Assurance* atau jaminan adalah pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung dalam menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawann yang meliputi keterampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kreabilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain. (Syadri, 2019, hlm. 29)

Jika yang memberi pelayanan menunjukkan sikap *respect*, sopan santun dan kelemah-lembutan maka akan meningkatkan persepsi yang positif. *Assurance* ini juga akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari risiko atau bahaya sehingga membuat pelanggan merasa puas dan akan loyal terhadap hotel syariah yang memberi jasa pelayanan. Dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelemah-lembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi pelanggan yang memberikan dampak kesuksesan kepada lembaga penyedia jasa tersebut. Hal ini tercantum dalam Al-qur'an Surat Ali Imran Ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ هُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”. (Qs. Ali Imran: 159)

Jaminan dapat diberikan berupa kejujuran, keamanan, kenyamanan dan lain sebagainya. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surah Al-Syu'ara ayat 181-182:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ { ١٨١ } وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ { ١٨٢ }

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; “dan timbanglah dengan timbangan yang lurus; (Qs. Al-Syu'ara: 181-182)

- e. *Empathy* atau empati adalah perhatian yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, perhatian secara personal yang diberikan perusahaan kepada konsumen, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dengan baik dan usaha perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Parameter yang digunakan seperti komunikasi yang baik dengan nasabah, solusi yang tepat atas persoalan yang dihadapi konsumen. (Nadhifah, 2020, hlm. 56)

الْمُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا

Artinya: “Orang mukmin dengan orang mukmin yang lain seperti sebuah bangunan, sebagian menguatkan sebagian yang lain”. [Shahih Muslim No. 4684]

Hadis di atas menjelaskan bagaimana sikap seorang mukmin terhadap mukmin lainnya yang memiliki jiwa empati yang sangat tinggi. (Widad dkk., 2020, hlm. 8)

Bentuk perhatian yang diajarkan Islam harus dilandaskan pada iman dalam rangka mengabdikan kepada Allah. Sebagaimana sesuai dengan Surah An-Nahl ayat 90:

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ {٩٠}

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*”. (Qs. An-Nahl: 90)

7. Mengukur Kualitas Pelayanan

Berlandaskan ungkapan dari Sviokla, selain dari faktor anggaran, faktor dari kualitas juga dapat mempengaruhi, berikut delapan faktor yang terdapat dari pengukuran kualitas pelayanan yaitu:

- a. Kinerja, suatu kinerja yang mengarah pada karakter produk utama.
- b. Keistimewaan produk, bisa berupa dari suatu produk tambahan, produk utama yang bisa menambahkan nilai pada produk.
- c. Reliabilitas, faktor ini berhubungan pada timbulnya kemungkinan pada suatu produk mengalami situasi yang tidak berguna pada periode tertentu.
- d. Kesesuaian, faktor ini berkaitan pada sebuah kualitas barang yaitu yang mengarah pada kesesuaian produk dengan standar industrinya.

- e. Ketahanan, tingkat ketahanan sebuah produk mulai dari segi ekonomis sampai pada segi teknis.
- f. Kemampuan pelayanan, suatu kemampuan layanan yang dapat dikatakan dengan kompetensi.
- g. Estetika, yaitu faktor pengukuran yang paling terkhusus.
- h. Kualitas yang dirasakan, konsumen tidak mempunyai sebuah informasi yang komplet tentang atribut produk atau jasa.

C. Kepuasan Pelanggan

1. Definisi Kepuasan

Kata “kepuasan” atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” yang artinya cukup baik, memadai dan *facio* yang artinya melakukan atau membuat, sehingga secara sederhana dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. (Halim dkk., 2021, hlm. 98)

Menurut Lupiyadi kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. (Widyaningrum, 2020, hlm. 6) Sedangkan menurut Kotler kepuasan yaitu perasaan senang atau kecewa pada seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap hasil suatu produk yang dirasakannya dengan harapan-harapan yang dimiliki. Tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan salah satu perbedaan antara hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil atau kinerja dibawah harapan, maka konsumen

akan kecewa. Namun apabila hasil sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen atau pelanggan akan merasa puas. Konsumen atau pelanggan yang merasa puas berpotensi lebih setia dalam waktu yang lebih lama, selain itu juga tidak menimbulkan rasa sensitif terhadap harga dan akan memberi komentar yang baik terhadap kinerja perusahaan tersebut, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. (Nadhifah, 2020, hlm. 57)

2. Definisi Pelanggan

Konsumen atau pelanggan adalah seseorang yang menggunakan hasil produksi, baik barang atau jasa. Istilah konsumen berasal dari bahasa *consumer*, yang secara harfiah artinya adalah setiap orang yang menggunakan barang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsumen adalah pengguna barang hasil industri atau produksi. Sedangkan menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 (tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, pasal 1), konsumen adalah setiap pemakai dan atau pengguna barang atau jasa, baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan pihak lain.

Jadi, konsumen dapat diartikan sebagai seseorang atau sekelompok orang yang menggunakan jasa pelayanan di Hotel Syariah dengan tujuan sebagai tempat singgah atau tempat tinggal sementara. (Nadhifah, 2020, hlm. 57)

3. Definisi Kepuasan Pelanggan

Dalam ekonomi Islam kepuasan dikenal dengan masalah dengan pengertian terpenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah. Seorang muslim mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara dzatnya maupun secara memperolehnya, tidak bersifat isrof (royal) dan tabzir (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas beberapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi. Bagi seorang muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (lilahi ta'ala), kemudian diikuti dengan cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula. (Fadila, 2019, hlm. 41)

Overall customer satisfaction (ACSI) has three antecedents: the first determinant of overall customer satisfaction is perceived quality or performance, which is the served market's evaluation of recent consumption experience, and is expected to have a direct and positive effect on overall customer satisfaction. The second determinant of overall customer satisfaction is perceived value, or the perceived level of product quality relative to the price paid. The third determinant of overall customer satisfaction is the served market's expectations.

Kepuasan pelanggan secara keseluruhan (ACSI) memiliki tiga antecedent: penentu pertama kepuasan pelanggan secara keseluruhan adalah kualitas yang dirasakan atau kinerja, yang merupakan evaluasi pasar yang dilayani terhadap pengalaman konsumsi baru-baru ini, dan diharapkan memiliki efek langsung dan positif pada kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Penentu kedua dari kepuasan pelanggan secara keseluruhan adalah nilai yang dirasakan, tingkat kualitas produk yang dirasakan relatif terhadap harga yang dibayarkan. Faktor penentu yang ketiga dari kepuasan pelanggan secara keseluruhan adalah ekspektasi pasar yang dilayani. (Fornell dkk., 1996, hlm. 9)

4. Landasan Hukum Kepuasan Pelanggan

Q.S. Al-Baqarah ayat 83

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ

Artinya: “Dan (ingatlah), ketika kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikan zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling”. (Qs. Al-Baqarah: 83) (Sauri, 2017, hlm. 71)

5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut.

- a. Barang dan jasa yang berkualitas, perusahaan yang mau menerapkan program kepuasan pelanggan wajib mempunyai produk yang berkualitas dan layanan yang baik.
- b. *Relationship marketing*, usahakan menjalin hubungan yang berjangka panjang dengan para konsumen
- c. Program promosi loyalitas, banyak dari perusahaan menerapkan guna mengikat hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan, terkadang program ini akan memberikan sesuatu “*rewards*”.
- d. Fokus terhadap pelanggan terbaik (*best customers*), ini mengacu pada 20 persen dari pelanggan yang secara sering mengkonsumsi, kemudian 80 persen dari penjualan.
- e. Sistem penanganan komplain secara efektif, penanganan komplain berhubungan erat pada kualitas produk, perusahaan harus terlebih dahulu memastikan semuanya aman sebagaimana fungsinya.
- f. *Unconditional guarantees* atau jaminan tanpa syarat, ialah sebuah janji yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan tentang produk dan jasanya yang bakal nanti digunakan.
- g. Program *pay-for-performance*, sebagai usaha perusahaan yang berinteraksi atau ketemu secara langsung dengan pelanggan dan mempunyai kewajiban membuat puas mereka, tetapi karyawan mesti juga diperhatikan tentang kebutuhan yang mereka butuhkan. (Rahmadi, 2021, hlm. 38)

6. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Terdapat indikator-indikator dari kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

a. Kesesuaian kualitas layanan dengan tingkat harapan pelanggan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan apa yang didapat dan dirasakan pelanggan, meliputi :

- 1) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi harapan
- 2) Pelayanan yang diperoleh dari karyawan sesuai atau melebihi harapan
- 3) Fasilitas penunjang yang didapatkan sesuai atau melebihi harapan

b. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang, meliputi :

- 1) Berminat untuk berkunjung kembali, karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan
- 2) Berminat untuk berkunjung kembali, karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk atau fasilitas
- 3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai

Hotels guests returning back to same hotel, also recommending the hotel to other to stay in, it depends on satisfaction level, and which leads to the increase of the hotel's revenue. Accordingly, the subject of service quality is substantial for any study, since almost all companies are trying to enhance its service quality thus to increase satisfied customers.

Tamu hotel yang kembali ke hotel yang sama, juga merekomendasikan hotel tersebut kepada orang lain untuk menginap, hal ini tergantung pada tingkat kepuasannya, dan hal tersebut berdampak pada peningkatan pendapatan hotel tersebut. Oleh karena itu, subjek kualitas pelayanan sangat penting untuk penelitian apapun karena hampir semua perusahaan berusaha meningkatkan kuaalitas pelayanannya sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. (Ali dkk., 2021, hlm. 16)

c. Kesiediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman ataupun keluarganya, meliputi :

- 1) Menyarankan teman atau karabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan
- 2) Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan, karena fasilitas penunjang yang telah disediakan memadai.

(Nadhifah, 2020, hlm. 63)

7. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2000:41) ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu :

a. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*costumer oriented*).

b. Survei kepuasan pelanggan

Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

Menurut Tjiptono (2006:18) pengukuran kepuasan konsumen dengan survei ini dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain :

1) *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung, melalui pertanyaan dengan skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.

2) *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasa.

3) *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

4) *Importance-performance analysis*

Dalam teknik ini, responden diminta untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu, responden juga diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (atribut) tersebut.

5) *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang dari perusahaan (*Ghost Shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *Ghost Shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

6) Analisa pelanggan yang hilang

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian

lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab kepindahan pelanggan ke perusahaan pesaing. (Samsidar, 2017, hlm. 29)

D. Hotel Syariah

1. Definisi Hotel Syariah

“Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial” (dalam Sugiarto, 2003). (Jatmiko & Sandy, 2020, hlm. 7) Oleh karena itu, hotel harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen karena konsumen membutuhkan tempat menginap yang bersih, aman, dan nyaman. (Saleh, 2021, hlm. 18)

Hotel adalah suatu jenis usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pelayanannya, dengan menyediakan fasilitas yang dapat dipergunakan oleh pengunjung selama 24 jam. Dan juga usaha perhotelan ini bisa menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan bisnis atau perjalanan dinas serta para wisatawan yang sedang melakukan liburan untuk berkunjung kesuatu daerah-daerah wisata yang membutuhkan tempat untuk menginap, makan, minum dan hiburan. (Surahmi, 2016, hlm. 15)

Hotel syariah merupakan hotel yang mengamalkan syariah Islam dalam kegiatan operasional hotel. Hotel syariah mengedepankan kesyariahnya dengan

menunjukkan moto, logo, ornamen interior, fasilitas kamar, fasilitas hotel serta seragam atau pakaian yang digunakan saat bekerja oleh karyawan hotel. (Widyarini, 2013, hlm. 2) Hotel syariah merupakan suatu akomodasi dari salah satu bentuk pariwisata syariah, kemudian didalamnya tersedia berbagai fasilitas-fasilitas untuk kepentingan pelanggan atau tamu dengan menerapkan prinsip-prinsip berbasis syariah dan juga sesuai dengan aturan syariah. Hotel syariah ini merupakan salah satu bisnis Islam yang harus berlandaskan nilai-nilai syariah dan harus sesuai dengan aturan syariah, baik didalam pelayanan juga manajemennya. (Nadhifah, 2020, hlm. 40)

National Sharia Council (DSN) through fatwa DSN Majelis Ulama Indonesia (MUI) No.108/DSN-MUI/X/2016. Majelis ulama Indonesia expressed concern about the implementation of tourism based on sharia principles. These regulations must be applied to sharia hotels. Including not being allowed to provide pornography acces facilities and immortal acts. Should not provide entertainment. Facilities that lead to sin, mischance, pornography, provoding halal food and beverages, provoding facilities for the implementation of worship, managers must wear sharia-compliant clothing, and sharia hotels must use the service of sharia financial institutions.

Dalam jurnal (Setyaningaih & Alam, 2021, hlm. 3) dikatakan bahwa melalui fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 Majelis Ulama Indonesia menyampaikan keprihatinannya atas penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah dimana peraturan ini wajib diterapkan pada hotel syariah. Termasuk tidak boleh memberikan fasilitas akses pornografi dan perbuatan

asusila. Seharusnya tidak memberikan hiburan. Fasilitas yang menjurus pada dosa, kesialan, pornografi, menyediakan makanan dan minuman yang halal, menyediakan fasilitas untuk pelaksanaan ibadah, pengelola harus menggunakan pakaian syariah, dan hotel syariah harus menggunakan jasa lembaga keuangan syariah.

Usaha Hotel Syariah adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan yang di jalankan sesuai prinsip syariah. Kriteria Usaha Hotel Syariah adalah rumusan kualifikasi dan atau klasifikasi yang mencakup aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan. (Ansari & Makki, 2020, hlm. 5)

2. Landasan Hukum Hotel Syariah

Landasan hukum mengenai hotel syariah sendiri tidak dijelaskan secara spesifik didalam al-Qur'an maupun Hadis sebagai sumber utama hukum Islam. Tetapi terdapat beberapa ayat al-Qur'an yang berkaitan dengan kegiatan berwisata dan hotel syariah, sebagai berikut:

- Q.S. Ar-Rum (30) Ayat 42

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ قَبْلَ كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ {٤٢}

Artinya: “Katakanlah (Muhammad), “Bepergianlah di bumi lalu lihatlah bagaimana kesudahan orang-orang dahulu. Kebanyakan dari mereka adalah

orang-orang yang menyekutukan (Allah)”. (Qs. Ar-Rum:42) (Alviona, 2018, hlm. 39)

Maksud dari ayat di atas adalah sebagai pelajaran untuk manusia sekarang agar tidak melakukan kesalahan yang sama seperti orang-orang terdahulu. Dalam praktik hotel syariah dilarang untuk menyediakan segala hal yang dilarang oleh Islam seperti minuman keras, judi, PSK, dan lain sebagainya.

- Q.S. An-Nisa Ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, jangan kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*”. (Qs. An-Nisa: 29)

Maksud dari ayat tersebut adalah larangan dari Allah SWT kepada manusia untuk mengambil harta orang lain dengan cara yang batil, karena ini dapat merugikan orang lain kecuali dengan cara perniagaan yang didasari dengan saling suka sama suka. Hotel syariah termasuk kedalam bidang jasa, sehingga dalam menjalankan bisnisnya harus dengan cara yang baik dan tidak merugikan orang lain serta tidak menggunakan cara yang dilarang oleh Allah SWT. (Wulandari, 2019, hlm. 23)

- Hadis Tentang Memuliakan Tamu

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ جَائِزَتَهُ. قَالَ: وَمَا جَائِزَتُهُ، يَا رَسُولَ اللَّهِ قُل: يَوْمٌ

وَلَيْلَةٌ، وَالضِّيَافَةُ ثَلَاثَةُ أَيَّامٍ، وَمَا كَانَ وَرَاءَ ذَلِكَ فَهُوَ صَدَقَةٌ عَلَيْهِ.

Artinya: “Barangsiapa beriman kepada Allah dan hari Akhir, maka hendaklah ia memuliakan tamunya pada saat istimewanya”. Para Sahabat bertanya, “Wahai rasulullah saw, apakah saat istimewa itu? Beliau bersabda, “Hari dan malam pertamanya. Bertamu itu adalah tiga hari. Kalau lebih dari tiga hari, maka itu adalah sedekah.” (H.R. Muslim) (Sa’adah, 2019, hlm. 41)

3. Perbedaan Hotel Syariah dan Konvensional

Hotel syariah mempunyai karakter yang tidak dimiliki oleh hotel konvensional pada umumnya, yaitu dengan prinsip-prinsip syariah yang diterapkan di dalam hotel syariah, dan tujuan mulia dalam setiap operasionalnya yaitu menciptakan masalah bagi masyarakat. Tampaknya hotel syariah tidak hanya ditargetkan untuk masyarakat muslim saja, tetapi ada juga beberapa tamu non muslim yang tidak merasa canggung untuk menikmati produk dan jasa dari hotel syariah. (Nadhifah, 2020, hlm. 42)

Pada dasarnya semua hotel itu sama baik yang konvensional ataupun syariah tetapi terdapat perbedaan diantara keduanya. Perbedaannya adalah untuk hotel yang berbasis syariah mempunyai cara penyajian dan pelayanan yang perlu dibatasi, seperti seleksi atau pemisahan tamu antara laki-laki dan perempuan yang bukan muhrim tidak diperbolehkan menginap, makanan minuman dan restoran harus bersertifikat halal, tidak adanya diskotik, tidak menyediakan minuman beralkohol, tidak ada bar dan *night club* serta panti pijat.

Fasilitas standar secara umum untuk hotel syariah pada dasarnya sama dengan fasilitas hotel konvensional, kamar, restoran maupun fasilitas olah raga (misal: kolam renang, lapangan tenis, lapangan golf). Perbedaannya adalah untuk beberapa kasus ada pemisahan antara laki-laki dengan perempuan, tidak ada diskotik, bar dan night club maupun panti pijat serta tidak menyediakan minuman beralkohol. pemberitahuan untuk tamu waktu shalat berjamaah. (Hidayat, 2021, hlm. 57)

Sharia compliance hotels are hotels that the operational and service follow the principles of the Qur'an and hadis. There are several other terms used in describing sharia compliance hotels, namely halal hotels, Islamic hotels, and Muslim-friendly hotels. The main difference between sharia compliance hotels and other hotels is in the facilities owned, sharia compliance hotels provide free rooms for prayer along with with prayer facilities, the al-qur'an, bathrooms with water taps that make it easy for ablution, qibla direction, and only provide food and drinks which has been certified halal. Sharia compliance hotels do not allow unmarried couples to stay in one room.

Dalam jurnal (Rusydia, 2021, hlm. 3) dikatakan bahwa hotel syariah merupakan hotel yang operasional dan penerapannya mengikuti Al-Qur'an dan Hadis. Ada beberapa istilah lain yang digunakan untuk menggambarkan hotel yang sesuai syariah, yaitu hotel halal, hotel Islami, dan hotel ramah muslim. Perbedaan utama hotel syariah dengan hotel lainnya adalah pada fasilitas yang dimiliki, hotel syariah menyediakan ruang shalat gratis beserta fasilitas shalat, Al-Qur'an, kamar mandi dengan keran air yang memudahkan untuk wudhu, arah

kiblat, dan hanya menyediakan makanan dan minuman yang telah bersertifikat halal. Hotel syariah tidak mengizinkan pasangan yang belum menikah untuk tinggal satu kamar.

Ada beberapa ciri yang membedakan antara hotel syariah dan konvensional, yaitu:

Standar atau kriteria hotel syariah adalah sebagai berikut:

a. Syiar dan Tampilan

- 1) Pakaian para pekerja dan karyawan. Semua pekerja atau karyawan termasuk *cleaning service* dan juru masak harus menggunakan pakaian yang menutup aurat. Sebagaimana firman Allah dalam Surah Al-Ahzab ayat 59:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلْبَابٍ ذَلِكُمْ أَذْنَىٰ أَنْ

يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَنَنَّ ۚ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Artinya: “Wahai Nabi, katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin: “Hendaklah mereka menutupkan jilbabnya keseluruh tubuh mereka.” Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah Maha Pengampun lagi maha penyayang”. (Qs. Al-Ahzab: 59) (Surahmi, 2016, hlm. 27)

- 2) Interior hotel dan ruangan kamar
- 3) Membudayakan salam dimana-mana secara khusus kepada tamu

- 4) Melantunkan tilawah, dzikir, ceramah dan lagu Islami yang menenangkan hati di lobby dan di lorong-lorong hotel jika diperlukan.

b. Fasilitas

Fasilitas hotel baik fasilitas mendasar maupun tambahan harus dimiliki oleh hotel yang akan memberikan manfaat positif bagi para tamu. Adapun beberapa fasilitas yang bisa berdampak kerusakan, kemungkaran, perpecahan, membangkitkan nafsu syahwat, eksploitasi wanita dan lain sebagainya yang sejenis ditiadakan, serta fasilitas hiburan pengadaannya mengacu pada kaidah syariah. (Supriansyah, 2022, hlm. 61)

c. Tamu

Tamu yang check-in di hotel khususnya bagi pasangan lawan jenis dilakukan seleksi tamu (reception policy). Seleksi tamu dilakukan untuk mencegah adanya perzinaan.

d. Pemasaran

Terbuka untuk siapa saja baik personal atau pribadi maupun kelompok, formal maupun informal dengan berbagai macam ras, suku, agama, dan golongan. Adapun bagi kelompok atau golongan tersebut aktifitasnya tidak dilarang oleh negara dan tidak merupakan penganjur kerusakan, kemungkaran dan permusuhan serta tindakan lainnya yang sejenis.

e. Makanan dan minuman

Makanan dan minuman yang disediakan merupakan makanan dan minuman yang tidak dilarang oleh syariah (halal). Dalam proses pembuatan atau produksinya makanan dan minumannya harus menggunakan bahan-bahan yang terjamin dengan kehalalannya (tidak boleh tercampur dengan bahan-bahan yang dilarang oleh syariah). Restoran yang terdapat pada hotel buka setiap saat begitupula pada saat bulan puasa Ramadhan bagi orang-orang yang melakukan perjalanan (safar), wanita-wanita yang berhalangan puasa dan bagi orang-orang yang mempunyai uzur syar'i dengan tidak mengurangi penghormatan terhadap orang yang berpuasa.

f. Dekorasi dan ornamen

Dekorasi dan ornamen disesuaikan dengan nilai-nilai keindahan dalam Islam serta tidak bertentangan dengan syariah Islam. Ornamen parung ditiadakan begitu juga dengan lukisan makhluk hidup dihindari. Walaupun demikian, dekorasi hotel tidak harus dalam bentuk kaligrafi atau nuansa Timur Tengah lainnya.

g. Operasional

1) Kebijakan

Kebijakan dalam perusahaan baik berupa manajemen dan peraturan-peraturan yang dibuat harus sesuai dengan nilai-nilai syariah. Begitu pula dengan kebijakan keluar seperti kerjasama maupun investasi dan

pengembangan usaha dilakukan dengan mitra yang aktifitas usahanya tidak dilarang syariah dan untuk usaha yang tidak dilarang syariah.

2) Pengelola SDM

Penerimaan dan perekrutan tidak memandang suku, ras, agama, selama memenuhi standar kualifikasi yang telah ditentukan, bermoral dan sanggup untuk mematuhi aturan-aturan perusahaan yang berlaku. Dalam memberikan hak-hak kepada karyawan harus jujur begitu pula sebaliknya karyawan harus jujur dan amanah dalam menjalankan kewajibannya.

3) Keuangan

Sistem pengelolaan keuangan dikeloladengan menurut syariat Islam (akuntansi syariah). Lembaga keuangan dan kemitraan seperti bank dan asuransi dilakukandengan lembaga keuangan syariah dan asuransi syariah. Jika pengusaha mempunyai keuntungan yang mencukupi nishab zakat, maka perusahaan wajib untuk mengeluarkan zakat.

4) Struktur

Dewan pengawas syariah adalah lembaga yang mengawasi jalannya operasional hotel secara syariah dan yang memberikan arahan dan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang terjadi dilapangan yang berkaitan dengan penerapan operasional hotel secara syariah. Orang

yang berada dalam lembaga ini adalah orang-orang yang berlatar belakang syariah yang punya pengetahuan tentang kaidah-kaidah hukum dalam syariat Islam.

5) Pelayanan

Pelayanan yang diberikan adalah pelayanan yang sesuai dengan kaidah Islam yang memenuhi aspek keramah-tamahan, berahabat, jujur, amanah, suka membantu serta mengucapkan kata maaf dan terima kasih. Pelayanan yang diberikan juga harus pada batas-batas yang diperbolehkan oleh syariah, yaitu tidak menjurus pada khalwat (bercampurnya antara pria dan wanita yang tidak sesuai dengan kaidah syariah).

6) Fasilitas

Ibadah di hotel harus dilengkapi dengan masjid atau musholla yang nyaman dan representatif. Wajib mengumandangkan azan di setiap waktu shalat fardhu, menggunakan speaker untuk meneruskan kumandang azan di setiap sudut atau lantai hotel. Setiap hotel difasilitasi peralatan ibadah seperti mukena dan sarung, tersedia sajadah, al-Qur'an, arah kiblat ditentukan dengan jelas, dan hiasan bernuansa Islami. (Supriansyah, 2022, hlm. 64)

4. Klasifikasi Hotel

Departemen Kebudayaan dan Pariwisata) melalui Direktorat Jendral Pariwisata mengeluarkan suatu peraturan tentang usaha dan klasifikasi hotel yang didasarkan pada :

- a. Besar/kecilnya hotel atau banyak/sedikitnya jumlah kamar tamu.
- b. Lokasi hotel dan fasilitas-fasilitas yang dimiliki.
- c. Peralatan yang dimiliki.
- d. Tingkat pendidikan karyawan. Dengan peraturan tersebut maka terdapat klasifikasi hotel berbintang (hotel bintang satu sampai bintang lima) dan hotel tidak berbintang (disebut hotel melati). (Saleh, 2021, hlm. 37)

Hotel juga bisa dibagi dan dikelompokkan menjadi beberapa jenis menurut ukuran dan kriteria tertentu:

a. Menurut Ukuran (*size*) Hotel

- 1) *Small Hotel*, yaitu hotel yang memiliki 150 kamar hunian.
- 2) *Medium-Average Hotel*, yaitu hotel yang memiliki 150-300 kamar hunian.
- 3) *Large Hotel*, yaitu hotel yang memiliki 600 kamar hunian.
- 4) Berdasarkan lamanya tamu menginap

- a) Transit Hotel, tamu yang menginap dalam waktu singkat, rata-rata hanya satu malam.
- b) Semi-Residential Hotel, tamu yang menginap lebih dari satu malam, tetapi jangka waktu menginap tetap pendek, kira-kira berkisar antara dua minggu hingga satu bulan.
- c) Residential Hotel, tamu yang menginap dalam waktu cukup lama, kira-kira paling sedikit satu bulan.

b. Menurut Lokasi Hotel

- 1) *City Hotel*, merupakan hotel yang lokasinya terletak dikawasan perkotaan.
- 2) *Residential Hotel*, hotel yang terletak dipinggir atau berdekatan dengan kota besar.
- 3) Motel, yaitu hotel yang berlokasi di pinggir atau di sepanjang jalan raya yang berhubungan antar kota besar dan memiliki penyediaan fasilitas parkir terpisah.
- 4) *Beach Hotel*, hotel yang terletak di kawasan tepi pantai. (Saleh, 2021, hlm. 34)

Jais (2016) Classifies hotels (conventional and sharia) by: 1) Conventional Hotel: The hotel services are not based on the special needs of

Muslim tourists, and its management and operation do not need to comply with Sharia requirements; 2) Muslim Friendly Hotel: Hotel fulfills the special needs of muslims but still provides services that are not in accordance with sharia, such as providing alcohol or nightclubs; 3) Dry Hotel: Services are provided in accordance with sharia, such as not selling alcohol or providing prayer mats and qibla direction in every room. However, Muslim services are still limited; 4) Sharia Compliance: Hotels fulfills the needs of Muslim tourists in accordance with sharia.

Jais (2016) mengklasifikasikan hotel (konvensional dan syariah berdasarkan: 1) Hotel Konvensional: layanan hotel yang tidak didasarkan pada kebutuhan khusus wisatawan Muslim, dan manajemen serta pengoperasiannya tidak perlu memenuhi persyaratan Syariah; 2) Hotel Ramah Muslim: hotel yang memenuhi kebutuhan khusus wisatawan muslim tetapi masih menyediakan layanan yang tidak sesuai dengan syariah, seperti menyediakan alkohol dan klub malam; 3) Dry Hotel: layanan yang diberikan sesuai dengan syariah, seperti tidak menjual alkohol atau menyediakan sajadah dan arah kiblat di setiap kamar. Namun, layanan untuk wisatawan Muslim masih terbatas; 4) Kepatuhan Syariah: Hotel memenuhi kebutuhan wisatawan muslim sesuai dengan syariah. (USMAN dkk., 2020, hlm. 7)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah penelitian lapangan (*field research*) yang berarti peneliti terjun langsung ke lapangan dalam proses mencari data penelitian yang diperlukan. Peneliti akan meneliti langsung pada pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sebagai objek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi dan data.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kuantitatif dengan dasar penelitiannya menggunakan data deduktif-induktif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dimana suatu proses dalam menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. (Arifin & Nurdyansyah, 2018, hlm. 39)

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti adalah Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang terletak di Jalan Soeprpto, Kandangan Kota, Kandangan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Kalimantan Selatan 71217. Alasan peneliti memilih lokasi ini adalah karena ingin mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Sandaga Syariah di Kota Kandangan, dan juga letak hotel strategis yang berada di tengah kota, berdekatan dengan kantor-kantor pemerintahan, Bank BNI, Bank BRI, dan Bank Kalsel serta pasar los batu sehingga jika ingin berkunjung ke hotel ini tidaklah sulit.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ialah suatu konsep dalam penelitian yang merujuk pada responden yang akan diteliti. Tujuan dari subjek penelitian adalah untuk diteliti oleh peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah tamu yang berkunjung dan menginap di hotel grand sandaga syariah Kandangan.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian yaitu permasalahan yang dikaji dalam penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan atau ingin diteliti. Anggota populasi dapat berupa benda hidup maupun benda mati, dan manusia dimana sifat-sifat yang ada padanya dapat diukur dan diamati. Populasi yang tidak pernah diketahui dengan pasti jumlahnya disebut populasi infinitif atau tidak terbatas, dan populasi yang jumlahnya diketahui dengan pasti disebut populasi finitif (tertentu atau terbatas). (Syahrums & Salim, 2012, hlm. 120) Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tamu atau pengunjung yang menginap di hotel grand sandaga syariah Kandangan. Populasi dalam penelitian ini adalah berjumlah 2170 tamu.

Tabel 3. 1 Data Jumlah Tamu

Bulan	Tahun		
	2020	2021	2022
Januari	80	20	175
Februari	120	15	140
Maret	90	5	175
April	60	25	114
Mei	50	8	104
Juni	30	5	75
Juli	40	12	25
Agustus	25	9	150
September	15	7	75

Oktober	10	4	146
November	11	26	123
Desember	9	33	189
Jumlah			2170

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian (sampel secara harfiah berarti contoh). Dalam penetapan atau pengambilan sampel dari populasi mempunyai aturan, yaitu sampel itu representatif (mewakili) terhadap populasinya. (Syahrudin & Salim, 2012, hlm. 120)

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan: n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi

e : Tingkat kesalahan karena mengambil sampel yang ditolerir,
yang dipakai 10%

Dalam penelitian ini populasi (N) adalah 2170 orang, sedangkan tingkat kesalahan karena pengambilan sampel e nya adalah 10% atau 0,1. Maka diperoleh ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{2170}{1 + 2170(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2170}{22,7}$$

$$n = 95,5947$$

Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah tamu yang menginap pada periode tahun 2020 sampai tahun 2022 berjumlah 2170 tamu. Maka jumlah sampel yang diteliti adalah 95,5947 dibulatkan menjadi 100 tamu.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Data bisa berupa suatu keadaan, gambar, surat, huruf, angka, matematika, bahasa ataupun simbol-simbol lainnya yang bisa kita gunakan sebagai bahan untuk melihat lingkungan, obyek, kejadian, ataupun suatu konsep.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat langsung dari objek yang diteliti, seperti penyebaran koesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapat secara tidak langsung dari objek yang diteliti, seperti dalam penelitian ini data sekunder yang berasal dari artikel, jurnal, skripsi, tesis, buku-buku yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti. Data sekunder yang digunakan oleh peneliti adalah dokumen data jumlah tamu, dan profil tentang Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2, yaitu sebagai berikut:

- a. Responden adalah orang yang terlibat langsung dalam penelitian ini yakni tamu atau pengunjung hotel grand sandaga syariah kandangan.
- b. Dokumentasi adalah data-data yang berhubungan atau berkaitan dengan penelitian ini sehingga dapat memberikan informasi yang diperlukan. Data yang dimaksud adalah data yang bersumber dari jurnal, buku, atau karya tulis ilmiah lainnya yang memuat mengenai pemahaman kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan hotel syariah yang juga bersumber dari berita.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data melalui sejumlah pertanyaan tertulis untuk mendapatkan informasi atau data dari sumber data atau responden. (Syahrums & Salim, 2012, hlm. 142)
2. Dokumentasi, teknik ini digunakan sebagai penunjang untuk mengetahui data fisik yang terkait permasalahan yang diteliti seperti profil hotel, struktur organisasi dan manajemen hotel grand sandaga syariah Kandangan.

G. Desain Pengukuran

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert yang memuat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diajukan kepada tamu yang berkunjung atau menginap di hotel grand sandaga syariah Kandangan yang bersangkutan dan sesuai dengan karakteristik yang dibuat oleh peneliti. Biasanya dalam skala likert pengukuran diekspresikan mulai dari yang paling negatif, netral sampai ke yang paling positif dan penulisan setiap jawaban tersebut diberi lima tingkatan jawaban skor yang terbentuk sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Desain Pengukuran

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

(Sarwono, 2006, hlm. 117)

H. Instrumen Penelitian

Menyusun instrumen merupakan langkah yang penting dalam pola prosedur penelitian. Instrumen sendiri berfungsi sebagai alat bantu dalam mengumpulkan data yang diperlukan. (Siyoto & Sodik, 2015, hlm. 78) Dalam penelitian ini pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner atau angket. Instrumen kuesioner ini kemudian dikembangkan dari variabel penelitian, sebagaimana yang dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian

Variabel	Teori	Indikator	Skala
<i>Tangibles</i> atau bukti fisik (X^1)	Zheithalm dikutip dalam skripsi Syamsidar (2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat melakukan pelayanan nyaman dan menarik untuk konsumen 2. Area parkir luas, nyaman dan gratis 3. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional dalam melayani 4. Kebersihan yang selalu terjaga 5. Lokasi hotel yang strategis 	Likert
<i>Reliability</i> atau kehandalan (X^2)	Hosseini, Zadeh & Bideh, 2013; Liu & Chen, 2013; Putra, 2013 dikutip dalam buku Halim dan Kawan-kawan (2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecermatan karyawan dalam melayani pelanggan 2. Karyawan sopan dalam bertingkah laku melayani pelanggan 3. Prosedur yang mudah dalam segala transaksi 4. Pelayanan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan 5. Karyawan mampu menciptakan rasa aman untuk pengunjung saat menginap 	Likert

<i>Responsiveness</i> atau daya tanggap (X^3)	Parasuraman & Berry dikutip dalam skripsi Dhia Nadhifah (2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, cermat dan tanggap 2. Kesiapan dalam membantu pelanggan 3. Kesiapan dalam merespon semua keluhan pelanggan dan menanggapi permintaan pelanggan 	Likert
<i>Assurance</i> atau jaminan (X^4)	Parasuraman & Berry dikutip dalam skripsi Syadri (2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun rasa kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan 2. Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan 3. Karyawan memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan 	Likert
<i>Empathy</i> atau empati (X^5)	Parasuraman & Berry dikutip dalam skripsi Dhia Nadhifah (2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian 2. Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial 3. Memberikan perhatian individual kepada pelanggan 	Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Lupiyadi dikutip dalam skripsi Widyaningrum (2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan pelanggan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiapan merekomendasikan 	Likert

I. Teknik Pengolahan Data

Kegiatan mengolah data adalah kegiatan yang penting dalam suatu penelitian, apabila data yang dilah secara baik dan sempurna maka akan memudahkan peneliti untuk menganalisisnya dan akan menghasilkan analisis yang sempurna pula begitupun sebaliknya.

1. *Editing*, adalah suatu kegiatan meneliti kembali catatan-catatan suatu data yang dikumpulkan, apakah catatan tersebut cukup baik dan bisa dipersiapkan untuk keperluan proses yang lebih lanjut atau apakah perlu dilakukan peninjauan kembali. (Amir & Junaidi, 2009, hlm. 214)
2. *Coding*, adalah suatu proses mengidentifikasi dan mengklasifikasikan dari setiap pertanyaan yang terdapat dalam instrumen pengumpulan data menurut variabel-variabel yang diteliti, dengan memberikan kode-kode atau angka-angka tertentu terhadap kolom-kolom serta variabel-variabel yang ditanyakan dalam kuesioner atau angket yang berkaitan dengan keterangan tertentu yang diperlukan. (Fatihudin, 2020, hlm. 137)
3. *Tabulasi*, adalah kegiatan yang menggambarkan jawaban dari reponden dengan cara tertentu. Tabulasi merupakan tahap lanjutan dan penting dalam mengolah data. Dengan adanya tabulasi maka data lapangan akan tampak lebih ringkas dan bersifat rangkuman sehingga bisa mudah dibaca dan dipahami. (Amir & Junaidi, 2009, hlm. 219)

J. Teknik Analisa Data

1. Analisis Statistik

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah membuktikan ketepatan data yang diperoleh di lapangan dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dalam penelitian

kuantitatif yang diuji validitasnya adalah instrumen penelitian (kuesioner) yang mempunyai skor. (Digdowiseiso, 2017, hlm. 65)

Suatu skala pengukuran bisa dikatakan benar atau valid apabila pengukuran atau sesuatu yang diukur tersebut dilakukan sesuai dengan ketentuan. Valid atau tidaknya suatu pengukuran dapat dilihat dari 3 kriteria yaitu: validitas isi (*content validity*), validitas kriteria (*criterion validity*), dan validitas konstrukstur atau validitas kerangka (*constuct validity*). (Amir & Junaidi, 2009, hlm. 143) Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan alat ukur yaitu berupa program komputer SPSS 25 *for windows*.

Dasar dalam pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel valid, jika nilai r hasil $>$ r tabel
- 2) Varibel tidak valid, jika nilai r hasil $<$ r tabel

Suatu kuesioner dinyatakan valid jika r hasil lebih besar dibandingkan r tabel dengan taraf signifikan 5%. (Rasid, 2018, hlm. 60)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Pengujian reliabilitas instrumen adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach* untuk menguji reliabilitas instrumen, karena instrumen penelitian menggunakan bentuk

angket, dengan ketentuan *Alpha Cronbach* positif dan memiliki nilai > 0,06 maka dinyatakan reliabel. Rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{ac} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{ac} = Koefisien reliabilitas alpha cronbach

n = banyak butir/item soal

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah/ total varians perbutir/item pertanyaan

σt^2 = Jumlah atau total varians

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas artinya ketidaksamaan variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variasi residual bersifat homoskedastisitas yakni kesamaan pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain supaya memberikan pendugaan model yang lebih akurat. Alat statistik yang digunakan untuk menduga apakah suatu model terbebas dari gejala heteroskedastisitas atau tidak adalah seperti Uji Park (*Park Test*), Uji White, Uji Glejser, dan lain-lain. (Digdowiseiso, 2017, hlm. 108)

2) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah uji distribusi yang akan di analisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga bisa digunakan dalam analisis parametrik. Jika data tidak berdistribusi dengan normal, maka kita tidak bisa menggunakan analisis parametrik melainkan menggunakan analisis non-parametrik. Akan tetapi, ada solusi lain jika tidak berdistribusi dengan normal yakni dengan cara menambah lebih banyak jumlah sampel. (Digdowiseiso, 2017, hlm. 106) dengan tingkat kepercayaan atau signifikansi 5% atau 0,05.

d. Regresi Linier Sederhana

Analisis ini merupakan analisis statistik yang digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*). Regresi linier sederhana bertujuan untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel terikat (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*). Rumus regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b \cdot X$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat

a dan b = Nilai konstanta

X = Variabel bebas

e. Uji Hipotesis

Adapun dalam pengujian hipotesis ini dilakukan dengan uji t dan koefisien determinasi.

1) Uji t (uji parsial)

Uji t adalah uji yang biasa digunakan peneliti jika peneliti ingin menguji beda mean dari dua kelompok sampel. Uji t bertujuan untuk membandingkan rata-rata dari dua kelompok sampel yang tidak berhubungan satu dengan yang lain, apakah kedua sampel tersebut memiliki nilai rata-rata yang sama atau tidak sama secara signifikan. (Digdowiseiso, 2017, hlm. 103)

Adapun derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05 atau 5%. Dalam pengujian hipotesis apakah diterima atau ditolak secara parsial adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} atau dengan membandingkan nilai probabilitas dengan alpha signifikan sebagai berikut:

H_0 diterima dan H_a di tolak, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai probabilitas $> 0,05$. Artinya seluruh variabel independen (X)

tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y).

H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai probabilitas $< 0,05$. Artinya seluruh variabel independen (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y). (Munawwaroh, 2022, hlm. 55)

2) Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Koefisien Determinasi adalah angka yang menunjukkan besarnya kontribusi pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Koefisien determinasi (Adjusted R^2) mempunyai range antara 0 sampai 1 ($0 \leq r^2 \leq 1$). Semakin besar nilai adjusted r^2 (mendekati 1) maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat apabila (Adjusted R^2) mendekati (0) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak lemah. (Setiawati, 2021, hlm. 6)

BAB IV

ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Kandangan merupakan ibu kota Kabupaten Hulu Sungai Selatan sekaligus menjadi pusat pemerintahan Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Luas wilayah kota Kandangan adalah 106,7 km². Ada beberapa jenis hotel dan penginapan yang tersedia di kota Kandangan, tapi penulis khusus meneliti pada Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan terletak di Jalan Soeprapto, Kandangan Kota, Kandangan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Kalimantan Selatan 71217. Lokasi hotel cukup strategis karena berada dipusat kota berdekatan dengan pusat perbelanjaan. Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan ini terdiri dari 9 kamar atas dan 8 kamar bawah sehingga berjumlah 17 kamar dengan 5 tipe kamar. Adapun disetiap kamar terdapat fasilitas berupa TV layar datar, AC, sajadah dan mukena, penunjuk arah kiblat, lemari, meja rias, kamar mandi pribadi dan juga menawarkan WI-FI gratis.

Tabel 4. 1 Tipe Kamar

No	Tipe Kamar	Harga
1	Standar (Single Bed)	Rp. 300.000
2	Deluxe (Single Bed)	Rp. 350.000
3	Superior (Twin Bed)	Rp. 400.000
4	VIP (Twin Bed)	Rp. 450.000
5	Family (Twin Bed)	Rp. 500.000

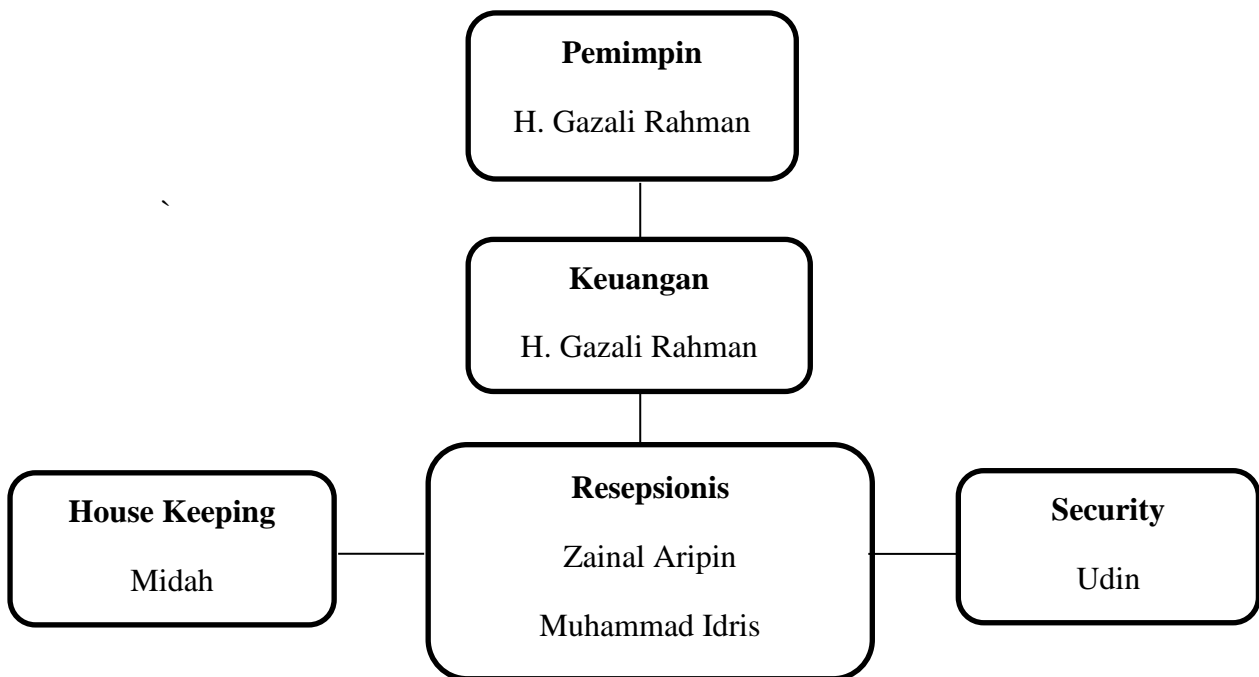
Sumber: Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan, Juli 2023

Ketentuan menginap di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

- a. Hotel ini merupakan hotel yang mengikuti Syari'at ISLAM sehingga apabila penghuni yang merupakan suami isteri harus bisa menunjukkan SURAT NIKAH dan KTP yang sama.
- b. Tarif kamar berlaku untuk 2 orang (kecuali family) kalau ada kelebihan penghuni dengan usiadi atas 12 tahun akan dikenakan cash Rp. 50.000/orang.
- c. Tarif kamar sudah termasuk PPN dan gratis makan pagi berlaku untuk 2 orang.
- d. Merupakan kamar yang bebas asap rokok.
- e. Tarif kamar berlaku sampai dengan pukul 01.00 siang.
- f. Penghuni dilarang keras mabuk-mabukkan, membawa ataupun memakai narkoba dan obat-obatan terlarang di area hotel.

Struktur Organisasi Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 2 Struktur Organisasi Hotel



Sumber: Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan, Juli 2023

B. Karakteristik Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada responden yang merupakan tamu yang sedang berkunjung atau pernah menginap di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan. Hasil total kuesioner yang dibagikan adalah kepada 100 responden. Data dari hasil kuesioner dapat digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden yang tercantum dalam 4 (empat) kategori, antara lain jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan

penghasilan perbulan. Karakteristik responden tersebut digunakan untuk memberikan gambaran tentang identitas responden dalam penelitian ini.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 3

Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	52	52 %
Perempuan	48	48 %
Total	100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa tamu Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan dengan jenis kelamin laki-laki yaitu berjumlah sebesar 52 orang dengan persentase 52 % dan perempuan sebesar 48 orang dengan persentase 48 %. Dari data tersebut bisa dilihat bahwa yang menginap atau berkunjung di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan didominasi oleh tamu laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 4

Jawaban Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	Persentase (%)
-------------	---------------	-----------------------

<30 Tahun	63	63 %
31-40 Tahun	19	19 %
41-50 Tahun	14	14 %
50 Tahun Ke Atas	4	4 %
Total	100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas umur responden dikelompokkan menjadi 4 (empat) kelompok dengan masing-masing jumlah dan persentase yang berbeda-beda. Umur dibawah 30 tahun memperoleh jumlah sebesar 63 orang atau sebesar 63 %. Umur 31-40 tahun memperoleh jumlah sebesar 19 orang atau sebesar 19 %. Umur 41-50 tahun memperoleh jumlah sebesar 14 orang atau sebesar 14 %. sedangkan umur 50 tahun keatas memperoleh jumlah sebesar 4 orang atau sebesar 4 %.

3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 5

Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
PNS	19	19 %
Pegawai Swasta	24	24 %
Wiraswasta	17	17 %
Mahasiswa/Pelajar	21	21 %
Lain-lain	19	19 %

Total	100	100 %
--------------	------------	--------------

Sumber: hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pekerjaan terbanyak responden adalah pegawai swasta yaitu sebanyak 24 orang atau 24 %. Kemudian disusul oleh pekerjaan mahasiswa/pelajar yaitu sebanyak 21 orang atau 21 %. Selanjutnya pekerjaan PNS yaitu sebanyak 19 orang atau 19 %. Sementara pekerjaan lain-lain yaitu sebanyak 19 orang atau 19 %. dan wiraswasta menempati posisi terendah yaitu sebanyak 17 orang atau 17 %.

4. Karakteristik Berdasarkan penghasilan/bulan

Tabel 4. 6

Jawaban Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

Penghasilan/bulan	Jumlah	Persentase (%)
< Rp. 1.000.000	24	25 %
Rp. 1.000.000 s/d Rp. 3.000.000	24	25 %
Rp. 3.000.000 s/d Rp. 4.000.000	13	14,6 %
> Rp. 4.000.000	34	35,4 %
Total	100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden dengan penghasilan <Rp. 1.000.000 adalah sebanyak 24 orang atau sebesar 25 %. Penghasilan responden Rp. 1.000.000 s/d Rp. 3.000.000 adalah

sebanyak 24 orang atau sebesar 25 %. penghasilan responden Rp. 3.000.000 s/d Rp. 4.000.000 adalah sebanyak 13 orang atau sebesar 14,6 %. Sedangkan penghasilan responden >Rp. 4.000.000 adalah sebanyak 34 orang atau sebesar 35,4 %.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Data dalam penelitian ini menunjukkan hasil dari rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden terhadap pernyataan dari tangibles (bukti fisik), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati), dan kepuasan pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang terdiri dari item-item pernyataan skala likert, yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Berikut adalah tanggapan-tanggapan yang diberikan responden terhadap setiap item variabel penelitian:

a. Variabel tangibles (bukti fisik) X¹

- 1) Indikator tempat melakukan pelayanan nyaman dan menarik untuk tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 7

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0
2	Tidak Setuju (TS)	0	0

3	Netral (N)	8	8 %
4	Setuju (S)	42	42 %
5	Sangat Setuju (SS)	50	50 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap tempat melakukan pelayanan nyaman dan menarik untuk tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan dalam memberikan tanggapan yang menyatakan netral berjumlah sebanyak 8 orang atau 8%, yang menyatakan setuju berjumlah 42 orang atau 42% sedangkan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 50 orang atau 50%. Berdasarkan data dari pernyataan tersebut yang diberikannya kepada responden mayoritas menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 50 orang. Hal ini menunjukkan bahwa tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju pada pernyataan tempat melakukan pelayanan nyaman dan menarik untuk tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

2) Indikator area parkir luas, nyaman dan gratis untuk tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 8

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0
2	Tidak Setuju (TS)	0	0

3	Netral (N)	10	10 %
4	Setuju (S)	36	36 %
5	Sangat Setuju (SS)	54	54 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap area parkir luas, nyaman dan gratis untuk tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan netral berjumlah 10 orang atau 10%, yang menyatakan setuju berjumlah 36 orang atau 36%, sedangkan pernyataan sangat setuju berjumlah 54 orang atau 54%. Hal ini menunjukkan bahwa tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju pada pernyataan area parkir luas, nyaman dan gratis untuk tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

- 3) Karyawan berpenampilan rapi dan bersih untuk laki-lakinya, sedangkan karyawan wanitanya berpakaian rapi, bersih dan menutup aurat di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 9

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	9	9 %
4	Setuju	35	35 %
5	Sangat Setuju	56	56 %

Total	100	100 %
-------	-----	-------

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap karyawan berpenampilan rapi dan bersih untuk laki-lakinya, sedangkan karyawan wanitanya berpakaian rapi, bersih dan menutup aurat di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan netral berjumlah 9 orang atau 9%, yang menyatakan setuju berjumlah 35 orang atau 35%, sedangkan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 56 orang atau 56%. Hal ini menunjukkan bahwa tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju pada pernyataan karyawan berpenampilan rapi dan bersih untuk laki-lakinya, sedangkan karyawan wanitanya berpakaian rapi, bersih dan menutup aurat di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

- 4) Kebersihan hotel selalu aman dan terjaga di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 10

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	1	1 %
3	Netral	10	10 %
4	Setuju	40	40 %
5	Sangat Setuju	49	49 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap kebersihan hotel selalu aman dan terjaga di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan tidak setuju 1 orang atau 1%, yang menyatakan netral 10 orang atau 10%, pada pernyataan setuju berjumlah 40 orang atau 40%, sedangkan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 49 orang atau 49%. Hal ini bahwa tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju pada pernyataan kebersihan hotel selalu aman dan terjaga di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

- 5) Lokasi Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan terletak diwilayah yang strategis

Tabel 4. 11

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	7	7 %
4	Setuju	30	30 %
5	Sangat Setuju	63	63 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap lokasi Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan terletak diwilayah yang strategis dan memberikan tanggapan pada pernyataan netral berjumlah 7 orang atau 7%, yang menyatakan setuju berjumlah 30 orang atau 30%, sedangkan yang menyatakan

sangat setuju berjumlah 63 orang atau 63%. Hal ini menunjukkan bahwa tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju pada pernyataan lokasi Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan terletak di wilayah yang strategis.

- 6) Adanya mushola dan perlengkapan shalat di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 12

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	10	10 %
4	Setuju	39	39 %
5	Sangat Setuju	51	51 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap adanya mushola dan perlengkapan shalat di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral berjumlah 10 orang atau 10%, yang menyatakan setuju berjumlah 39 orang atau 39%, sedangkan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 51 orang atau 51%. Hal ini menunjukkan bahwa tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju pada pernyataan adanya mushola dan perlengkapan shalat di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

b. Variabel reliability (kehandalan) X^2

- 1) Karyawan cermat dan tanggap dalam melayani tamu/pelanggan di
Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 13

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	8	8 %
4	Setuju	45	45 %
5	Sangat Setuju	47	47 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap karyawan cermat dan tanggap dalam melayani tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral berjumlah 8 orang atau 8%, yang menyatakan setuju berjumlah 45 orang atau 45%, sedangkan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 47 orang atau 47%. Berdasarkan data yang diperoleh maka disimpulkan bahwa tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju pada pernyataan karyawan cermat dan tanggap dalam melayani tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

- 2) Karyawan bertingkah laku sopan dalam melayani tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 14

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	5	5 %
4	Setuju	43	43 %
5	Sangat Setuju	52	52 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap karyawan bertingkah laku sopan dalam melayani tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral berjumlah 5 orang atau 5%, yang menyatakan setuju berjumlah 43 orang atau 43%, sedangkan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 52 orang atau 52%. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju pada pernyataan karyawan bertingkah laku sopan dalam melayani tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

- 3) Prosedur hotel yang mudah dalam segala transaksi di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 15

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	14	14 %
4	Setuju	47	47 %
5	Sangat Setuju	39	39 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap prosedur hotel yang mudah dalam segala transaksi di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral 14 orang atau 14%, yang menyatakan setuju berjumlah 47 orang atau 47, sedangkan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 39 orang atau 39%. Berdasarkan data yang diperoleh bahwa tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan setuju dengan pernyataan prosedur hotel yang mudah dalam segala transaksi di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

- 4) Pelayanan hotel sesuai dengan prosedur yang ditetapkan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 16

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	8	8 %
4	Setuju	41	41 %
5	Sangat Setuju	51	51 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap pelayanan hotel sesuai dengan prosedur yang ditetapkan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral berjumlah 8 orang atau 8%, yang menyatakan setuju berjumlah 41 orang atau 41%, sedangkan sangat setuju berjumlah 51 orang atau 51%. Hal ini menunjukkan bahwa tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju pada pernyataan pelayanan hotel sesuai dengan prosedur yang ditetapkan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

c. Variabel responsiveness (daya tanggap) X³

- 1) Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, cermat dan tanggap di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 17

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
----	--------------------	--------	----------------

1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	10	10 %
4	Setuju	39	39 %
5	Sangat Setuju	51	51 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap karyawan melakukan pelayanan cepat, tepat, cermat dan tanggap di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral berjumlah 10 orang atau 10%, pernyataan setuju berjumlah 39 orang atau 39%, sedangkan pernyataan sangat setuju berjumlah 51 orang atau 51%. Hal ini menunjukkan bahwa tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju dengan pernyataan karyawan melakukan pelayanan cepat, tepat, cermat, dan tanggap di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

- 2) Kesiediaan karyawan dalam membantu tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 18

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	12	12 %
4	Setuju	44	44 %

5	Sangat Setuju	44	44 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap kesediaan karyawan dalam membantu tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang memberikan tanggapan berupa netral berjumlah 12 orang 12%, pernyataan setuju berjumlah 44 orang atau 44%, sedangkan pada pernyataan sangat setuju berjumlah 44 orang atau 44%. Hal ini menunjukkan bahwa tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan lumayan sangat setuju dengan pernyataan kesediaan karyawan dalam membantu tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

- 3) Kesiapan karyawan dalam merespon semua keluhan pelanggan dan menanggapi permintaan tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 19

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	13	13 %
4	Setuju	42	42 %
5	Sangat Setuju	45	45 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap kesiapan karyawan dalam merespon semua keluhan pelanggan dan menanggapi permintaan tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral berjumlah 13 orang atau 13%, pernyataan setuju berjumlah 42 orang atau 42%, sedangkan untuk pernyataan sangat setuju berjumlah 45 orang atau 45%. Berdasarkan data pernyataan di atas yang diberikan kepada tamu/pelanggan, mayoritas menjawab sangat setuju pada pernyataan kesiapan karyawan dalam merespon semua keluhan pelanggan dan menanggapi permintaan tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

4) Karyawan profesional dalam bekerja di Hotel Grand Sandaga
Syariah Kandangan

Tabel 4. 20

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	12	12 %
4	Setuju	40	40 %
5	Sangat Setuju	48	48 %
	Total	100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap karyawan profesional dalam bekerja di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral berjumlah 12 orang atau 12%, yang menyatakan setuju berjumlah 40 orang atau 40%, sedangkan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 48 orang atau 48%. Hal ini menunjukkan bahwa tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju dengan pernyataan karyawan profesional dalam bekerja di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

d. Variabel assurance (jaminan) X⁴

- 1) Hotel dapat membangun rasa kepercayaan dan keyakinan kepada tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 21

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	11	11 %
4	Setuju	40	40 %
5	Sangat Setuju	49	49 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap hotel dapat membangun rasa kepercayaan dan keyakinan kepada tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral berjumlah 11 orang atau 11%, yang menyatakan setuju

berjumlah 40 orang atau 40%, sedangkan sangat setuju 49 orang atau 49%. Hal ini menunjukkan bahwa tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju terhadap pernyataan hotel dapat membangun rasa kepercayaan dan keyakinan kepada tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

- 2) Karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang secara konsisten bersikap sopan

Tabel 4. 22

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	9	9 %
4	Setuju	45	45 %
5	Sangat Setuju	46	46 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang secara konsisten bersikap sopan yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral 9 orang atau 9%, yang menyatakan setuju berjumlah 45 orang atau 45%, sedangkan sangat setuju berjumlah 46 orang atau 46%. Dari data yang diperoleh mayoritas responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang secara konsisten bersikap sopan.

- 3) Karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan

Tabel 4. 23

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	11	11 %
4	Setuju	48	48 %
5	Sangat Setuju	41	41 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral berjumlah 11 orang atau 11%, yang menyatakan setuju berjumlah 48 orang atau 48%, sedangkan pernyataan sangat setuju berjumlah 41 orang atau 41%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan setuju pada pernyataan karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan.

- 4) Karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan mampu menciptakan rasa aman untuk pengunjung saat menginap

Tabel 4. 24

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	1	1 %
3	Netral	10	10 %
4	Setuju	35	35 %
5	Sangat Setuju	54	54 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan mampu menciptakan rasa aman untuk pengunjung saat menginap yang memberikan tanggapan pada pernyataan tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1%, yang menyatakan netral berjumlah 10 orang atau 10%, pernyataan setuju berjumlah 35 orang atau 35%, sedangkan pada pernyataan sangat setuju berjumlah 54 orang atau 54%. Hal ini menunjukkan bahwa tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju pada pernyataan karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan mampu menciptakan rasa aman untuk pengunjung saat menginap.

e. Variabel empathy (empati) X⁵

- 1) Karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan memperlakukan tamu/pelanggan secara penuh perhatian

Tabel 4. 25

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
----	--------------------	--------	----------------

1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	1	1 %
3	Netral	9	9 %
4	Setuju	42	42 %
5	Sangat Setuju	48	48 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan memperlakukan tamu/pelanggan secara penuh perhatian yang memberikan tanggapan pada pernyataan tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1%, pernyataan netral berjumlah 9 orang atau 9%, yang menyatakan setuju berjumlah 42 orang atau 42%, sedangkan pernyataan sangat setuju berjumlah 48 orang atau 48%. Hal ini menunjukkan bahwa tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju dengan pernyataan karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan memperlakukan tamu/pelanggan secara penuh perhatian.

- 2) Karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan memberikan pelayanan yang sama atau adil tanpa memandang status sosial

Tabel 4. 26

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	9	9 %

4	Setuju	38	38 %
5	Sangat Setuju	53	53 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandungan memberikan pelayanan yang sama atau adil tanpa memandang status sosial yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral berjumlah 9 orang atau 9%, yang menyatakan setuju berjumlah 38 orang atau 38%, sedangkan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 53 orang atau 53%. Dari data di atas mayoritas tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandungan sangat setuju pada pernyataan karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandungan memberikan pelayanan yang sama atau adil tanpa memandang status sosial.

- 3) Karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandungan memberikan perhatian individual kepada tamu/pelanggan

Tabel 4. 27

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	2	2 %
3	Netral	11	11 %
4	Setuju	49	49 %
5	Sangat Setuju	38	38 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan memberikan perhatian individual kepada tamu/pelanggan yang memberikan tanggapan pada pernyataan tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2%, yang menyatakan netral berjumlah 11 orang atau 11%, pernyataan setuju berjumlah 49 orang atau 49%, sedangkan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 38 orang atau 38%. Hal ini menunjukkan bahwa tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan setuju pada pernyataan karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan memberikan perhatian individual kepada tamu/pelanggan.

f. Variabel kepuasan pelanggan (tamu) (Y)

1) Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 28

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	12	12 %
4	Setuju	44	44 %
5	Sangat Setuju	44	44 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang membartikan tanggapan pada pernyataan netral 12 orang atau 12%, yang menyatakan setuju berjumlah 44 orang atau 44%, sedangkan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 44 orang atau 44%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan lumayan sangat setuju dengan pernyataan kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

- 2) Tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan berminat untuk berkunjung kembali

Tabel 4. 29

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	14	14 %
4	Setuju	44	44 %
5	Sangat Setuju	42	42 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan berminat untuk berkunjung kembali yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral

berjumlah 14 orang atau 14%, yang menyatakan setuju berjumlah 44 orang, sedangkan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 42 orang atau 42%. Dari data di atas mayoritas tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan setuju pada pernyataan tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan berminat untuk berkunjung kembali.

- 3) Tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan bersedia merekomendasikan hotel kepada kerabat dan teman sejawat

Tabel 4. 30

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	11	11 %
4	Setuju	44	44 %
5	Sangat Setuju	45	45 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan bersedia merekomendasikan hotel kepada kerabat dan teman sejawat yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral berjumlah 11 orang atau 11%, pernyataan setuju berjumlah 44 orang atau 44%, sedangkan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 45 orang atau 45%. Hal ini menunjukkan bahwa tamu/pelanggan Hotel

Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju pada pernyataan tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan bersedia merekomendasikan hotel kepada kerabat dan teman sejawat.

- 4) Saya puas dengan pelayanan pada Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Tabel 4. 31

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	8	8 %
4	Setuju	45	45 %
5	Sangat Setuju	47	47 %
Total		100	100 %

Sumber: hasil penelitian 2023 (Data diolah)

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terhadap saya puas dengan pelayanan pada hotel Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang memberikan tanggapan pada pernyataan netral berjumlah 8 orang atau 8%, yang menyatakan setuju berjumlah 45 orang atau 45%, sedangkan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 47 orang atau 47%. Dari data di atas mayoritas tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan sangat setuju pada pernyataan saya puas dengan pelayanan pada Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.

D. Pengujian Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Dasar dalam pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Variabel valid, jika nilai r hitung $>$ r tabel
- b. Variabel tidak valid, jika nilai r hitung $<$ r tabel

Suatu kuesioner dinyatakan valid jika r hitung lebih besar dibandingkan r tabel dengan taraf signifikan 5%. (Rasid, 2018, hlm. 60)

Tabel 4. 32

Hasil Uji Validitas Tangibles (Bukti Fisik)(X1)

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0,726	0,195	Valid
X1.2	0,688	0,195	Valid
X1.3	0,739	0,195	Valid
X1.4	0,773	0,195	Valid
X1.5	0,661	0,195	Valid
X1.6	0,755	0,195	Valid

Sumber: Data Primer (Data diolah 2023)

Dari hasil uji validitas di atas pada variabel Tangibles (Bukti Fisik)(X1) dapat dilihat bahwa r hitung yaitu (0,726), (0,688), (0,739), (0,773), (0,661), (0,755) berada di atas r tabel yaitu 0,195. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

semua pernyataan atau item pada variabel tangibles (bukti fisik) (X1) adalah valid.

Tabel 4. 33

Hasil Uji Validitas Reliability (Kehandalan)(X2)

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X2.1	0,832	0,195	Valid
X2.2	0,837	0,195	Valid
X2.3	0,813	0,195	Valid
X2.4	0,816	0,195	Valid

Sumber: Data Primer (Data diolah 2023)

Dari hasil uji validitas di atas pada variabel Reliability (kehandalan)(X2) dapat dilihat bahwa r hitung yaitu (0,832), (0,837), (0,813), (0,816) berada di atas r tabel yaitu 0,195. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau item pada variabel reliability (kehandalan)(X2) adalah valid.

Tabel 4. 34

Hasil Uji Validitas Responsiveness (Daya Tanggap)(X3)

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X3.1	0,806	0,195	Valid
X3.2	0,848	0,195	Valid
X3.3	0,875	0,195	Valid
X3.4	0,826	0,195	Valid

Sumber: Data Primer (Data diolah 2023)

Dari hasil uji validitas di atas pada variabel Responsiveness (Daya Tanggap)(X3) dapat dilihat bahwa r hitung yaitu (0,806), (0,848), (0,875), (0,826) berada di atas r tabel yaitu 0,195. Sehingga dapat di simpulkan bahwa semua pernyataan atau item pada variabel responsiveness (daya tanggap)(X3) adalah valid.

Tabel 4. 35

Hasil Uji Validitas Assurance (Jaminan)(X4)

Item	Rhitung	rtabel	Keterangan
X4.1	0,903	0,195	Valid
X4.2	0,857	0,195	Valid
X4.3	0,815	0,195	Valid
X4.4	0,853	0,195	Valid

Sumber: Data Primer (Data diolah 2023)

Dari hasil uji validitas di atas pada variabel Assurance (Jaminan)(X4) dapat dilihat bahwa r hitung yaitu (0,903), (0,857), (0,815), (0,853) berada di atas r tabel yaitu 0,195. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau item pada variabel assurance (jaminan)(X4) adalah valid.

Tabel 4. 36

Hasil Uji Validitas Empathy (Empati)(X5)

Item	Rhitung	rtabel	Keterangan
X5.1	0,928	0,195	Valid

X5.2	0,848	0,195	Valid
X5.3	0,861	0,195	Valid

Sumber: Data Primer (Data diolah 2023)

Dari hasil uji validitas di atas pada variabel Empathy (Empati)(X5) dapat dilihat bahwa r hitung yaitu (0,928), (0,848), (0,861) berada di atas r tabel yaitu 0,195. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau item pada variabel empathy (empati)(X5) adalah valid.

Tabel 4. 37

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Item	Rhitung	rtabel	Keterangan
Y1.1	0,843	0,195	Valid
Y1.2	0,874	0,195	Valid
Y1.3	0,810	0,195	Valid
Y1.4	0,886	0,195	Valid

Sumber: Data Primer (Data diolah 2023)

Dari hasil uji validitas di atas pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat bahwa r hitung yaitu (0,843), (0,874), (0,810), (0,886) berada di atas r tabel yaitu 0,195. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau item pada variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen adalah menggunakan rumus Alpha Cronbach untuk menguji reliabilitas instrumen, karena instrumen penelitian menggunakan bentuk angket, dengan ketentuan Alpha Cronbach positif dan memiliki nilai $> 0,06$ maka dinyatakan reliabel.

Tabel 4. 38

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Tangibles (X1)	6	0,819	Reliabel
Reliability (X2)	4	0,841	Reliabel
Responsiveness (X3)	4	0,860	Reliabel
Assurance (X4)	4	0,879	Reliabel
Empathy (X5)	3	0,852	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	4	0,875	Reliabel

Sumber: Data Primer (Data diolah 2023)

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau item pada variabel X1, X2, X3, X4, X5, dan Y adalah reliabel.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji normalitas Data

Uji normalitas data adalah uji distribusi yang akan di analisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga bisa digunakan dalam analisis parametrik. Metode yang digunakan dalam uji normalitas data ini adalah kolmogorov-smirnov. Dengan tingkat kepercayaan atau nilai signifikan 5% jika nilai probabilitas (Exact) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, namun jika nilai probabilitas (Exact) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Exact test dalam melakukan pengujian kolmogorov-smirnov. Metode Exact adalah salah satu cara yang digunakan sebagai solusi atas permasalahan data yang tidak normal ketika menggunakan pendekatan asymptotic.

Tabel 4. 39

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,03536330
Most Extreme Differences	Absolute	,139
	Positive	,077
	Negative	-,139
Test Statistic		,139
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c

Exact Sig. (2-tailed)	,038
Point Probability	,000
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Sumber: Data Primer (Data diolah 2023)

Berdasarkan data tabel di atas hasil dari normalitas kolmogorov smirnov bisa diketahui bahwa nilai signifikansi berdasarkan uji Exact sig sebesar 0,038 yang berarti dalam penelitian ini dikatakan berdistribusi normal karena nilai signifikansi nya lebih dari 0,05.

2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel di bawah dasar pengambilan uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser. Pada uji glejser ini dasar pengambilan nilai signifikannya adalah 5% atau 0,05. Pada uji ini nilai signifikannya adalah lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sebagaimana tampak pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 40

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	1,887	,686		2,750	,007
	Tangibles	,019	,045	,074	,419	,676
	Realiability	-,002	,058	-,006	-,036	,972
	Responsiveness	,006	,062	,019	,096	,924
	Assurance	,023	,068	,074	,342	,733
	Empathy	-,163	,078	-,409	- 2,099	,039
a. Dependent Variable: Abs_Res						

Sumber: data SPSS 25 For Windows

F. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis ini merupakan analisis statistik yang digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*). Regresi linier sederhana bertujuan untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel terikat (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*). Rumus regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat

a dan b = Nilai konstanta

X = Variabel bebas

Tabel 4. 41

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,870	1,002		-,869	,387
	Kualitas Pelayanan	,198	,011	,879	18,282	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data SPSS 25 For Windows

Berdasarkan hasil output dari SPSS di atas dapat dibuat persamaan sebagai

berikut:

$$Y = -0,870 + 0,198 X$$

Dari perhitungan diatas memperoleh nilai konstanta (a) sebesar -0,870, nilai tersebut menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan (X) bernilai nol atau tidak meningkat, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan tetap bernilai -0,870. Artinya kualitas pelayanan tidak ada maka pelanggan tidak akan puas. Sedangkan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,198 (positif) artinya setiap kenaikan satu variabel kualitas pelayanan (X) maka nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,198 yang dapat disimpulkan bahwa apabila kualitas pelayanan yang diberikan tidak baik maka pelanggan hotel tidak akan puas dan sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan baik maka pelanggan hotel akan merasa puas.

1. Uji t (Parsial)

Uji t atau uji parsial merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen (X) yang

digunakan dalam penelitian secara individual terhadap variabel dependen (Y).

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 diterima dan H_a di tolak, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai probabilitas $> 0,05$.

H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai probabilitas $< 0,05$.

$$\begin{aligned} T_{tabel} &= a/2;n-k-1 \\ &= 0,05/2;100-5-1 \\ &= 0,05/2;94 \\ &= 0,025;94 \\ &= 1,98552 \end{aligned}$$

Tabel 4. 42

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,870	1,002		-,869	,387
	Kualitas Pelayanan	,198	,011	,879	18,282	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data SPSS 25 For Windows

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0.000. Ketentuan dalam pengambilan keputusan hipotesis yang diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikan. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima. Hasil dari penelitian ini adalah diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 18,282 > t_{tabel} 1,98552$, yang artinya bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. 43

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,879 ^a	,773	,771	1,099
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Sumber: Data SPSS 25 For Widows

Berdasarkan data tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (Adjusted R square) yang diperoleh adalah sebesar 0,771. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) mempunyai kontribusi sebesar 77,1% terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan sisanya 22,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

G. Analisis Data

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Hasil perhitungan dari regresi linier sederhana menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan. Salah satu cara untuk membuktikan bahwa pelanggan merasa puas adalah dengan cara memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Dengan memberikan pelayanan yang baik maka akan membuat pelanggan merasa puas. Jika pelanggan merasa puas dengan

pelayanan yang diterima maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan akan merekomendasikan kepada keluarga, teman, dan banyak orang.

2. Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Berdasarkan hasil uji Hasil dari penelitian ini adalah diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 18,282 > t_{tabel} 1,98552$, yang artinya bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandungan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandungan. Pada penelitian ini diperoleh hasil nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandungan diterima.
2. Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandungan bisa dilihat pada hasil pengujian uji t yang memperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 18,282 > t_{tabel} 1,98552$, yang artinya bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan untuk lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang baik dan dipertahankan agar semakin meningkatkan kepercayaan dan minat tamu/pelanggan terhadap Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.
 - b. Penelitian ini diharapkan bagi Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan untuk menyediakan pembayaran secara non tunai agar memudahkan para tamu/pelanggan saat bertransaksi di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan.
 - c. Penelitian ini diharapkan bagi Hotel Grand Sandaga Syariah kandangan untuk menyediakan alat transportasi hotel yang bisa digunakan oleh tamu/pelanggan hotel saat menginap seperti sepeda motor dan mobil.
2. Untuk peneliti yang akan datang
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel syariah bagi penelitian selanjutnya.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam mengembangkan dan melanjutkan penelitian bagi peneliti selanjutnya dengan mengambil obyek yang berbeda ataupun dengan menambahkan variabel independen lainnya yang tidak diteliti oleh penelitian ini yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P. L. (2019). Assessing the effects of service quality on customer satisfaction. *Management Science Letters*, 13–24. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.11.004>
- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., Sabir, B. Y., Sorguli, S., & Anwar, G. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 14–28. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3.2>
- Alviona, D. V. (2018). *Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Usaha Perhotelan Berbasis Syariah (Studi Kasus di Hotel Sofyan Inn Altama Pandeglang)* (hlm. 62). Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin.
- Amir, D. H. A., & Junaidi, H. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya*. 339.
- Ansari, & Makki, H. (2020). *Fatwa Dsn-Mui No. 108 Dsn-Mui (X) 2016tentang Pedoman Penyelenggaraan Wisata Berdasarkan Prinsip Syariah Sebagai Fondasi Pengembangan Wisata Syariah Pulau Santen Kabupaten Banyuwangi*. 1(2), 19.
- Arifin, Moch. B. U. B., & Nurdyansyah. (2018). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Umsida Press.

- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Fadila, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Berprinsip Syariah Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel (Studi Kasus Pada Hotel Graha Muslim Bukittinggi)* (hlm. 122). Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi.
- Fatihudin, D. (2020). *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (Revisi)*. Zifatama Jawara Publisher.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). *The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings*. 60, 7–18.
- Fuja, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ulee Kareng* (hlm. 129). Universitas Islam Negeri Ar-Ranry.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., & Effendi, M. B. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Hapsari, R. M. (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Semesta Semarang* (hlm. 154). Universitas Negeri Semarang.
- Hidayat, M. R. (2021). *Strategi Pemasaran Hotel Syariah Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus Grand Dafam Rohan Jogja-DHM Syariah)* (hlm. 131). Universitas Islam Indonesia.

- Jatmiko, H., & Sandy, S. R. O. (2020). *Studi Potensi Pengembangan Hotel Berbasis Syariah Di Kota Jember*. 8(1), 16.
- Kristianto, D. A., & Kiswanto, A. (2019). Analisis Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 13(03), 15–30. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v13i03.29>
- Munawwaroh, S. (2022). *Pengaruh Relokasi Pasar, Modal Usaha dan Biaya Sewa Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Bauntung Banjarbaru* (hlm. 212). Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Nadhifah, D. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Syariah di Yogyakarta* (hlm. 149). Universitas Islam Indonesia.
- Nadhifah, D. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Syariah Di Yogyakarta*. 149.
- Nisa, A. K. (2018). *Pengaruh Kualitas Dan Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Syariah Di Solo* (hlm. 84). Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Nisa, K. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kirei Bantaeng* (hlm. 97). Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Nisa, S. R. Z. (2013). *Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Pengunjung Montana Hotel Syariah di Banjarbaru* (hlm. 102). Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

- Rahardi, N., & Wiliasih, R. (2016). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah*. 2(1), 13.
- Rahmadi, D. (2021a). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Di Hotel Sahid Batam Center* (hlm. 62). Universitas Putera Batam.
- Rahmadi, D. (2021b). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Di Hotel Sahid Batam Center* (hlm. 62). Universitas Putera Batam.
- Rasid, M. H. A. (2018). *Pengaruh TERRA (Tangibles, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance) Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Cabang Margonda Depok* (hlm. 200). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Rusydiana, A. S. (2021). *What Is Sharia Based Hotel? A Meta-Analysis*. 5(1), 18.
- Sa'adah, I. N. (2019). *Konsep Bisnis Syariah Pada Hotel Familie 2 Syariah Kota Metro* (hlm. 105). Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Saleh, A. (2021). *Dampak Wabah Covid-19 Terhadap Tingkat Hunian Hotel (Studi Kasus Di Hotel Svarga Kabupaten Lombok Barat)* (hlm. 45). Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Samsidar. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Hotel Denpasar Makassar* (hlm. 103). Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.

- Sauri, S. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Anggota Di Pusat Koperasi Syaariah Alkamil Jawa Timur* (hlm. 236). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Setiawati. (2021). *Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di BEI*. 1(8), 10.
- Setyaningaih, & Alam, A. (2021). *Impact Of Covid-19 Pandemic On Sharia Hotels and Their Handling Strategis (A Case In Indonesia)*. 29.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Supriansyah, M. (2022). *Analisis Manajemen Pelayanan Hotel Syariah Perpektif Standar Pariwisata Halal (Studi Pada Syariah Radho Hotel Malang)*.
- Surahmi. (2016). *Konsep Hotel Syariah Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Kasus Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu)* (hlm. 89). Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Syadri. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Berprinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Pada Hotel Amanah Kota Jambi* (hlm. 101). Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin.
- Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media.
- USMAN, H., SOBARI, N., & AL HASAN, F. A. (2020). The Impact of Sharia Compliance on Sharia Hotel Services and Customers Satisfaction. *The Journal of Business Economics and Environmental Studies*, 10(3), 5–12. <https://doi.org/10.13106/JBEES.2020.VOL10.NO3.5>

- Wicaksono, S. S. (2020). *Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Hotel Syariah Di Yogyakarta (Studi Kasus Hotel Unisi Yogyakarta)* (hlm. 77). Universitas Islam Indonesia.
- Widad, A. L., Pauzi, E. R., & Prayoga, A. (2020). *Manajemen Pelayanan Perspektif Al-Quran Dan Hadits*. 16(2), 10.
- Widyaningrum, I. D. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat*. 22.
- Widyarini. (2013). *Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta*. VIII(1), 12.
- Wulandari. (2019). *Analisis Penerapan Prinsip Hotel Syariah (Studi Kasus Pada Namira Syariah Hotel Pekalongan)* (hlm. 91). Universitas Islam Negeri Walisongo.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan”

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Responden yang terhormat,

Terimakasih kepada Bapak/ibu yang telah menyempatkan waktunya untuk menjawab kuesioner ini. Kuesioner penelitian ini semata-mata digunakan untuk mengumpulkan data dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi, sebagai syarat untuk menyelesaikan studi penulis, Pendidikan Sarjana Strata 1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Kuesioner ini bukanlah tes, jawaban yang diberikan responden tidak dinilai benar/salah. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Semua jawaban dan identitas responden dijamin kerahasiaannya.

Penulis sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan. Atas bantuan dan kesediaannya, penulis mengucapkan terimakasih banyak.

Banjarmasin, 12 Juli 2023

Hormat saya

Nur Afifah Rahmah

KUESIONER

A. Data Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis kelamin : laki-laki / perempuan
4. Usia : Tahun
5. Pekerjaan atau profesi
 - PNS
 - Pegawai Swasta
 - Wiraswasta
 - Mahasiswa/Pelajar
 - Lain-lain
6. Penghasilan/bulan
 - <Rp. 1.000.000
 - Rp. 1.000.000 s/d Rp. 3.000.000
 - Rp. 3.000.000 s/d 4.000.000
 - >Rp. 4.000.000

B. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah semua pertanyaan berdasarkan pengalaman anda, kesan anda, serta harapan anda sebagai tamu Hotel Grandd Sandaga Syariah Kandangan, Berilah tanda centang (√) pada lembar kuesioner.

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

2. Pilihan tersebut hendaknya seobjektif mungkin.

3. Kuesioner ini digunakan secara optimal bila seluruh pertanyaan terjawab, oleh karena itu mohon diteliti kembali apakah pertanyaan sudah terjawab.

C. Pernyataan-pernyataan terkait Kualitas Pelayanan (X)

Tangibles (Bukti Fisik)(X1)						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Tempat melakukan pelayanan nyaman dan menarik untuk tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					
2	Area parkir luas, nyaman dan gratis untuk tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					
3	Karyawan berpenampilan rapi dan bersih untuk laki-lakinya, sedangkan karyawan wanitanya berpakaian rapi, bersih dan menutup aurat di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					
4	Kebersihan hotel selalu aman dan terjaga di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					
5	Lokasi Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan terletak diwilayah yang strategis					
6	Adanya mushola dan perlengkapan shalat di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					

Reliability (Kehandalan)(X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan cermat dan tanggap dalam melayani tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					
2	Karyawan bertingkah laku sopan dalam melayani tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah					

	Kandangan					
3	Prosedur hotel yang mudah dalam segala transaksi di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					
4	Pelayanan hotel sesuai dengan prosedur yang ditetapkan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					

Responsiveness (Daya Tanggap)(X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, cermat dan tanggap di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					
2	Kesediaan karyawan dalam membantu tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					
3	Kesiapan karyawan dalam merespon semua keluhan pelanggan dan menanggapi permintaan tamu/pelanggan di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					
4	Karyawan profesional dalam bekerja di Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					

Assurance (Jaminan)(X4)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Hotel dapat membangun rasa kepercayaan dan keyakinan kepada tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					
2	Karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan yang secara konsisten bersikap sopan					
3	Karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan					
4	Karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					

	mampu menciptakan rasa aman untuk pengunjung saat menginap					
--	--	--	--	--	--	--

Empathy (empati)(X5)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan memperlakukan tamu/pelanggan secara penuh perhatian					
2	Karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan memberikan pelayanan yang sama atau adil tanpa memandang status sosial					
3	Karyawan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan memberikan perhatian individual kepada tamu/pelanggan					

D. Pernyataan-pernyataan terkait Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan					
2	Tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan berminat untuk berkunjung kembali					
3	Tamu/pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan bersedia merekomendasikan hotel kepada kerabat dan teman sejawat					
4	Saya puas dengan pelayanan pada hotel grand sandaga syariah kandangan					

LAMPIRAN 2

REKAP SKOR

Responden	Tangibles (Bukti Fisik)(X1)						Reliability (Kehandalan)(X2)				Responsiveness (Daya Tanggap)(X3)				Assurance (Jaminan)(X4)				Empathy (empati)(X5)			Kepuasan Pelanggan (Y)				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5		
2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	
3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	2	5	5	4	5	
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
7	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	
8	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
9	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
10	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	
11	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
12	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	
13	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	
14	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
16	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	
17	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	

18	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
19	3	3	4	4	5	4	4	5	3	5	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
21	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4
23	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
25	3	4	5	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4
26	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4
27	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3	2	4	4	4	5
28	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
30	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
33	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4
34	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
35	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4
37	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
38	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5
40	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	5
41	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4

42	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
43	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
44	5	5	4	3	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4
45	4	4	4	5	3	3	5	5	3	5	5	5	5	4	4	3	5	3	5	3	5	4	4	5	4
46	5	5	3	5	5	4	4	4	5	3	5	3	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
47	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	5	4	3	5	5	5	4	5	4	4	5
48	3	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
53	3	5	3	2	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
54	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
55	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
63	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
64	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5

90	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5
91	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	4	3	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	5	3	4	3	4	3	5	4	3	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	5	5	5	3	5	4	4	3	3	3	4	5	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
97	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	5	3	5	3	5	3	3	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3
100	5	5	4	4	4	4	5	4	3	5	5	3	3	3	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4

X1.5	Pearson Correlation	,341**	,418**	,385**	,304**	1	,461**	,661**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,002		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,350**	,314**	,545**	,596**	,461**	1	,755**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TotalX1	Pearson Correlation	,726**	,688**	,739**	,773**	,661**	,755**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Validitas Variabel X2

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	,608**	,562**	,579**	,832**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,608**	1	,576**	,606**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,562**	,576**	1	,511**	,813**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,579**	,606**	,511**	1	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TotalX2	Pearson Correlation	,832**	,837**	,813**	,816**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

3. Uji Validitas Variabel X3

Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TotalX3
X3.1	Pearson Correlation	1	,576**	,585**	,554**	,806**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,576**	1	,701**	,571**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,585**	,701**	1	,643**	,875**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100

X3.4	Pearson Correlation	,554**	,571**	,643**	1	,826**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TotalX3	Pearson Correlation	,806**	,848**	,875**	,826**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

4. Uji Validitas Variabel X4

Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TotalX4
X4.1	Pearson Correlation	1	,736**	,691**	,669**	,903**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	,736**	1	,543**	,668**	,857**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	,691**	,543**	1	,567**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	,669**	,668**	,567**	1	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000

	N	100	100	100	100	100
TotalX4	Pearson Correlation	,903**	,857**	,815**	,853**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

5. Uji Validitas Variabel X5

Correlations					
		X5.1	X5.2	X5.3	TotalX5
X5.1	Pearson Correlation	1	,728**	,718**	,928**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	,728**	1	,530**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	,718**	,530**	1	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
TotalX5	Pearson Correlation	,928**	,848**	,861**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

6. Uji Validitas Variabel Y

Correlations						
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TotalY
Y1.1	Pearson Correlation	1	,685**	,535**	,645**	,843**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,685**	1	,567**	,733**	,874**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,535**	,567**	1	,660**	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	,645**	,733**	,660**	1	,886**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TotalY	Pearson Correlation	,843**	,874**	,810**	,886**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

B. Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel X1

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,819	,818	6

2. Uji Reliabilitas Variabel X2

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,841	,843	4

3. Uji Reliabilitas Variabel X3

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,860	,860	4

4. Uji Reliabilitas Variabel X4

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,879	,879	4

5. Uji Reliabilitas Variabel X5

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,852	,853	3

6. Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,875	,876	4

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,03536330
Most Extreme Differences	Absolute	,139
	Positive	,077
	Negative	-,139
Test Statistic		,139

Asymp. Sig. (2-tailed)	,000 ^c
Exact Sig. (2-tailed)	,038
Point Probability	,000
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

2. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,887	,686		2,750	,007
	Tangibles	,019	,045	,074	,419	,676
	Realiability	-,002	,058	-,006	-,036	,972
	Responsiveness	,006	,062	,019	,096	,924
	Assurance	,023	,068	,074	,342	,733
	Empathy	-,163	,078	-,409	-2,099	,039

a. Dependent Variable: Abs_Res

D. Regresi Linier Sederhana

1. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,870	1,002		-,869	,387
	Kualitas Pelayanan	,198	,011	,879	18,282	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,879 ^a	,773	,771	1,099

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Tabel T

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

DOKUMENTASI



Halaman dan tempat parkir Hotel



Resepsionis



Tarif Kamar dan Ketentuan Menginap di Hotel



Ruang Tamu Hotel



Dapur Hotel



Family



Deluxe



Fasilitas didalam kamar



VIP



Superior



Standar



Kamar Mandi dan Walk in Closet



Tempat santai di depan kamar



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434;6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febl@uin-antasari.ac.id website: www.febl.uin.antasari.ac.id

PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 3654/Un.14/III.5/PP.00.9/09/2022

Setelah kami mempelajari dan diadakan perbaikan seperlunya atas rencana penelitian Saudara (i):

Nama : Nur Afifah Rahmah
NIM : 180105020422
Program Studi : S.1 / Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan pada Masa Pandemi Covid-19

Kami dapat menyetujui rencana penelitian (proposal) tersebut. Sebagai pembimbing kami tetapkan sebagai berikut:

Dosen Pembimbing Skripsi : Hariyanto, S.E., M.M.

Saudara (i) diharapkan segera melakukan konsultasi dengan Dosen Pembimbing Skripsi guna mendapatkan arahan dalam rangka persiapan pembuatan skripsi selanjutnya.

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 14 September 2022
an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan



[Signature]
Dr. Zaki Mubarak, S.E., M.Si
NIP. 19771031 200212 1 002

Tembusan:

1. Rektor UIN Antasari (sebagai laporan);
2. Dosen Pembimbing;
3. Mahasiswa (i) ybs;
4. Arsip.

KOP Surat FEBI

PERSETUJUAN PERUBAHAN JUDUL SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hariyanto, S. E., M.M.,

NIP : 197910272005011004

Jabatan : Dosen Pembimbing Skripsi

Setelah melakukan bimbingan kepada mahasiswa :

Nama : Nur Afifah Rahmah

NIM : 180105020422

Judul skripsi :

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Hotel

Menyetujui untuk dilakukan perubahan judul skripsi menjadi :

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 9 Mei 2023

Dosen Pembimbing,



Hariyanto, S.E., M.M.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 – 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febi@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin.antasari.ac.id

Banjarmasin, 28 Maret 2023

Nomor : B-149/Un.14/III.5/BIRO.SKRIPSI/PP.00.9/03/2023
Lampiran : Satu berkas
Hal : Penetapan Waktu Ujian
Proposal Skripsi

Kepada
Yth. Nur Afifah Rahmah / 180105020422
Mahasiswa/i Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berdasarkan surat permohonan Saudara mengenai penetapan waktu ujian proposal skripsi, maka dengan ini ditetapkan Ujian Proposal Skripsi atas nama:

Nama / NIM : Nur Afifah Rahmah / 180105020422
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan Pada Masa Pandemi COVID-19 Di Hotel

pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 30 Maret 2023
Waktu : 14.45 - 15.00
Tempat : Ruang Munaqasyah 1

dengan susunan tim penguji sebagai berikut:

Penguji (Pembimbing) : Hariyanto, S.E., M.M.
Penguji (Eksternal) : Annisa Sayyid, SHI, MSI.
Notulis : Abd. Adim, SE., M.Ag

Demikian surat penetapan ini dibuat untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Ketua Prodi Perbankan Syariah

Annisa Sayyid, SHI, MSI.

Tembusan:

- Yth. 1. Penguji (Pembimbing)
- 2. Penguji (Eksternal)
- 3. Notulis

-Arsip

Catatan:

Diharap pelaksanaan ujian tepat waktu untuk menghindari tertundanya ujian-ujian berikutnya



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 87834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ANTASARI BANJARMASIN**

Pada Hari/Tanggal : Kamis, 09 Maret 2023 telah dilaksanakan ujian proposal skripsi atas nama:




Nama/NIM : Nur Afifah Rahmah
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan pada Masa Pandemi Covid-19 di Hotel

Dengan susunan tim Penguji sebagai berikut:

Penguji (Pembimbing) : Hariyanto, S.E., M.M.
Penguji (Eksternal) : H. Badrian, M.Ag.
Notulen : Abd. Adim, SE., M.Ag

Hasil Ujian Proposal Skripsi dinyatakan :
Diterima / diterima dengan perbaikan / ditolak*
Catatan pelaksanaan ujian proposal:

Banjarmasin, Kamis, 09 Maret 2023

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. Penguji (Pembimbing) | 
Hariyanto, S.E., M.M. |
| 2. Penguji (Eksternal) | 
H. Badrian, M.Ag. |
| 3. Notulen | 
(Abd. Adim, SE., M.Ag |



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / website: www.febi.uin-antasari.ac.id

Nomor : B-2581/Un.14/III.5/TL.00/07/2023

12 Juli 2023

Sifat : -

Lamp : 1 Berkas

Hal : Permohonan Izin Riset

Yth.

Corporate Owner Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan
di-Tempat

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan hormat. Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari menyampaikan permohonan untuk diberikan izin riset kepada :

Nama	: Nur Afifah Rahmah
NIM	: 180105020422
Tempat/Tanggal Lahir	: Gambah Luar, 29 Desember 1999
Semester/Jurusan	: X/Perbankan Syariah
Tahun Akademik	: 2022/2023
Alamat	: Rantauan Gambah Luar RT.004/RW.003 Desa Gambah Luar Kec. Kandangan Kab. Hulu Sungai Selatan Prov. Kalimantan Selatan

Waktu Riset : 13 Juli s.d 13 September 2023

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL GRAND SANDAGA SYARIAH KANDANGAN** (sebagaimana proposal terlampir).

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon agar kiranya berkenan membantu memberikan data dan informasi yang diperlukan terkait dengan riset tersebut.

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



Zaki Mubarak



SURAT KETERANGAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala, teriring do'a semoga Saudara dalam keadaan Sehat wal afiat dan selalu mendapat lindungan Allah SWT dalam menjalankan tugas sehari-hari,

Amin

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari

Banjarmasin, Nomor : B-2581/Un.14/III.5/TL.00/07/2023 tanggal 12 Juli 2023, Perihal: Permohonan Izin Riset, maka Pimpinan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Dengan ini menerangkan mahasiswa dibawah ini

Nama : Nur Afifah Rahmah
 NIM : 180105020422
 Tempat/Tanggal Lahir : Gambah Luar, 29 Desember 1999
 Semester/Jurusan : X/Perbankan Syariah
 Tahun Akademik : 2023/2023
 Alamat : Rantauan Gambah Luar RT.004/RW.003 Desa
 Gambah Luar kec. Kandangan Kab. Hulu Sungai
 Selatan Prov. Kalimantan Selatan

Menyatakan bahwa benar mahasiswa tersebut diatas melakukan riset penelitian di,- Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan pada tanggal 13 Juli 2023 s/d 13 September 2023 Guna melengkapi data pada penyusunan skripsi yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGAN.
 HOTEL GRAND SANDAGA SYARIAH KANDANGAN(sebagaimana
 Proposal terlampir).**

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.
 Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
e-mail: mikwafebi@uin-antasari.ac.id website: www.febi.uin.antasari.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: B- 2498 /Un.14/III.5/PP.01.1/06/2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama : NUR AFIFAH RAHMAH
NIM : 180105020422
Jurusan : PERBANKAN SYARIAH

Telah **LULUS** dalam menempuh ujian komprehensif dengan nilai akhir : **74.00 (B)**, bobot: 3 (**LULUS**).

Demikian keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 28 Juni 2022
Dekan,



Sukarni



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / website: www.febi.uin-antasari.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B-676/Un.14/III.5/PP.00.9/02/2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Nur Afifah Rahmah
NIM : 180105020422
Semester/Jurusan : VIII / Perbankan Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022

Telah memperoleh 93 Satuan Kredit Kegiatan ekstra Kurikuler (SKK).

Demikian keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 22 Februari 2022

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,

Zaki Mubarak



**KEMENTERIAN AGAMA RI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN**

Sertifikat

Nomor : B-3560/Un.14/III.5/PP.01.1/10/2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin menerangkan bahwa:

Nur Afifah Rahmah
NIM: 180105020422

Tempat Tanggal Lahir : Gambah Luar, 29 Desember 1999
Jurusan Perbankan Syariah

Telah mengikuti
Tes Hapalan Juz'amma
Yang dilaksanakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin dengan Predikat:

80,25 / Baik Sekali

Banjarmasin, 10 Oktober 2023



Dekan,

Sukarni



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Mur Afifah Rahman
NIM : 180105020422
Jurusan : SI Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan
Pembimbing I : Harixanto, S.E., M.M.
Pembimbing II :

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
<ul style="list-style-type: none"> - Setiap Variabel ada teori keislamannya. - Metode penelitian pada bab 1 di buang - pada judul bab 2 landasan teori diganti dengan teori materi - Halaman diperbaiki atas bawah - Pendekatan lebih diperjelas - lokasi penelitian dihubungkan dengan variabel x - Jumlah populasi dimasukkan cantumkan sumber. - Teknik pengumpulan data dijelaskan lagi - sesuaikan rumusan masalah dengan uji hipotesis. - Bab 1 Acc <p style="text-align: right;">11 Mei 2023</p>	

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Afifah Rahmah
NIM : 180105020422
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan
Pembimbing : Hariyanto, S.E., M.M.,

CATATAN PEMBIMBING I

Bab 1, 2 dan 3 Acc
Lanjutkan ke bab 4

Jum'at, 6 Oktober 2023

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembar catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembar serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Afifah Rahmah
NIM : 180105020422
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan
Pembimbing : Hariyanto, S.E., M.M.,

CATATAN PEMBIMBING I

Jumat, 6 Oktober 2023

- Penjabaran tentang yg telah berpengaruh
- tambahkan analisis secara Islami
- Perbaiki & konsultasikan lagi

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Afifah Rahmah
NIM : 180105020422
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan
Pembimbing : Hariyanto, S.E., M.M.,

CATATAN PEMBIMBING I

Bab 4 Acc
Lanjutkan ke bab 5

Kamis 19 Oktober 2023

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Afifah Rahmah
NIM : 180105020422
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan
Pembimbing : Hariyanto, S.E., M.M.,

CATATAN PEMBIMBING I

Bab 5 ACC Kamis, 19 Oktober 2023
Kemudian langkah Persyaratan Ujian
Tambahkan daftar pustaka buku berbahasa Asing

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Afifah Rahmah
NIM : 180105020422
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan
Pembimbing : Hariyanto, S.E., M.M.,

CATATAN PEMBIMBING I

Stap diujikan

Kamis, 19 oktober 2023

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434, 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febi@uin-antasari.ac.id/febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

**SURAT PENETAPAN BEBAS PLAGIASI
Nomor : B-909 /Un.14/III.5/PS.S1/PP.00.9/11 /2023**

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi atas nama Saudara (i) :

Nama : Nur Aiffah Rahmah
NIM : 180105020422
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandaga Syariah Kandangan

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan :

BEBAS PLAGIASI

Dengan Presentasi Plagiat 11 %

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.



Banjarmasin, 08 November 2023

Ketua Jurusan

Amisa Sayyid

RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Nur Afifah Rahmah
2. Tempat/Tanggal Lahir : 29 Desember 1999
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Warga Negara : Indonesia
6. Status Pernikahan : Belum Menikah
7. Alamat : Jalan Rantauan Desa Gambah Luar RT 004
RW 003 Kec. Kandangan Kab. Hulu Sungai Selatan Kalimantan Selatan
8. Riwayat Pendidikan :
 - a. SD : SDN Bakarung Selatan 1
 - b. SMP/MTs : MTsN Angkinang
 - c. SMA : SMKN 1 Kandangan
 - d. Universitas : Universitas Islam Negeri Antasari
Banjarmasin
9. Orang Tua
 - a. Ayah
 - 1) Nama : Maserani
 - 2) Pekerjaan : Tukang Kayu
 - 3) Alamat : Jalan Rantauan Desa Gambah Luar RT 004
RW 003 Kec. Kandangan Kab. Hulu Sungai Selatan Kalimantan
Selatan
 - b. Ibu
 - 1) Nama : Kamariah
 - 2) Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
 - 3) Alamat : Jalan Rantauan Desa Gambah Luar RT 004
RW 003 Kec. Kandangan Kab. Hulu Sungai Selatan Kalimantan
Selatan
10. Anak ke : 2 dari 3 bersaudara
11. Kontak Person
 - a. Wa : 082350359926
 - b. E-mail : nurafifahrahmah7@gmail.com