



**PENGARUH ATRIBUT ISLAM DAN KUALITAS LAYANAN
SYARIAH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEVEN
DREAM SYARIAH HOTEL JEMBER**

*THE INFLUENCE OF ISLAMIC ATTRIBUTES AND THE QUALITY OF
SHARIA SERVICES ON CONSUMER SATISFACTION AT THE SEVEN
DREAM SHARIA HOTEL JEMBER*

SKRIPSI

Oleh :

Umi Aliyatul Himmah
NIM. 170810201311

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2020**



**PENGARUH ATRIBUT ISLAM DAN KUALITAS LAYANAN
SYARIAH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEVEN
DREAM SYARIAH HOTEL JEMBER**

*THE INFLUENCE OF ISLAMIC ATTRIBUTES AND THE QUALITY OF
SHARIA SERVICES ON CONSUMER SATISFACTION AT THE SEVEN
DREAM SHARIA HOTEL JEMBER*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh:

Umi Aliyatul Himmah
NIM. 170810201311

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2020**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

SURAT PERNYATAAN

Nama : Umi Aliyatul Himmah
NIM : 170810201311
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : PENGARUH ATRIBUT ISLAM DAN KUALITAS LAYANAN
SYARIAH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEVEN
DREAM SYARIAH HOTEL JEMBER

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 15 Januari 2020

Yang menyatakan

Materai
Rp. 6.000

Umi Aliyatul Himmah
NIM. 170810201311

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH ATRIBUT ISLAM DAN KUALITAS
LAYANAN SYARIAH TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SEVEN DREAM SYARIAH HOTEL
JEMBER
Nama Mahasiswa : Umi Aliyatul Himmah
NIM : 170810201311
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : 15 Januari 2020

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari, S.E., M.Si.

NIP. 19730908 200003 2 001

Mohammad Farid Afandi, S.E., M.Si.

NIP. 19791227 200812 1 002

Mengetahui,
Koordinator Program Studi S1-Manajemen

Hadi Paramu, S.E., MBA., Ph.D

NIP. 19690120 199303 1 002

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH ATRIBUT ISLAM DAN KUALITAS LAYANAN SYARIAH
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEVEN DREAM SYARIAH HOTEL
JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Umi Aliyatul Himmah

NIM : 170810201311

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

telah dipertahankan di depan panitia penguhi pada tanggal

Januari 2020

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

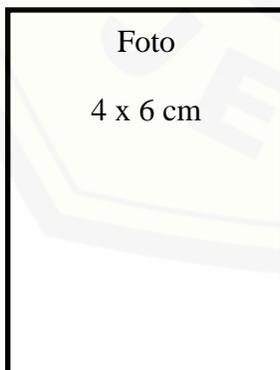
SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Bambang Irawan, M.Si. : (.....)
NIP. 196103171988021001

Sekretaris : Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D : (.....)
NIP. 196604081991031001

Anggota : Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M. : (.....)
NIP. 1963112819890220001

Mengetahui/Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember



Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA.
NIP 19710727 1995121 001

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat berupa kesehatan dan waktu luang sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini saya persembahkan sebagai bentuk tanggung jawab dan ungkapan terimakasih kepada:

1. Ibu saya Siti Lutfiah, yang selalu mendukung baik secara moril maupun materil serta mendoakan dan memberi kasih sayang kepada saya sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Bapak saya Alm. Moh. Basyir, doa saya akan selalu ada untuk Bapak, terimakasih atas segala pelajaran yang telah Bapak berikan semasa hidup.
3. Kedua kakak saya, Ulya Izzatyy dan Achmad Hilmi Mudhoffar, terimakasih atas doa dan nasihat serta dukungannya selama ini.
4. Para guru saya sejak taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran
5. Seluruh sahabat dan teman seperjuangan jurusan Manajemen alih jenjang 2017, teman-teman angkatan 2014-2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, alumni D3 Kesekretariatan angkatan 2014 Universitas Jember
6. Seluruh sahabat dan teman-teman se-organisasi para demisioner Bastiling dan keluarga besar Relawan Nusantara Jember
7. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

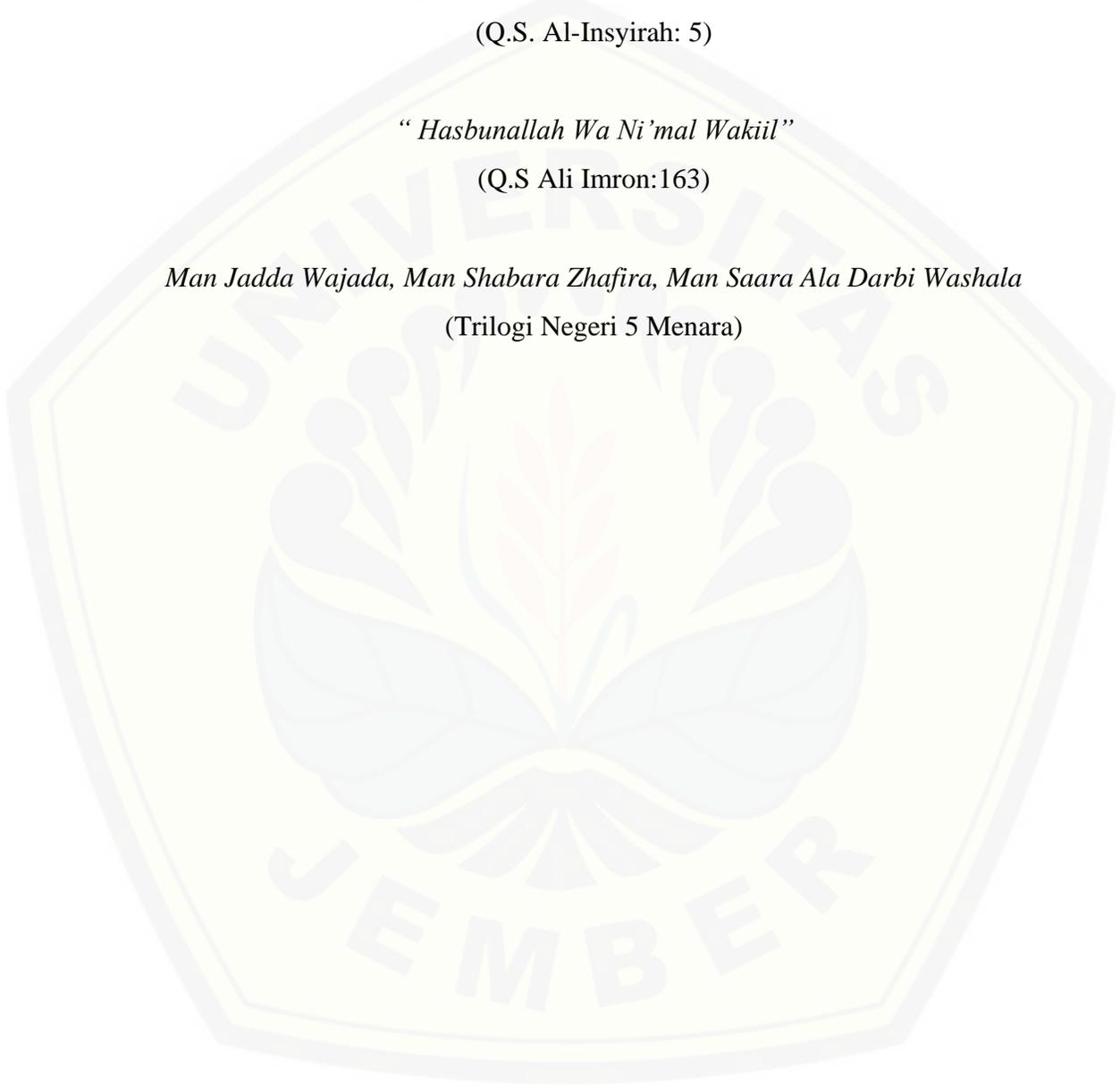
(Q.S. Al-Insyirah: 5)

“ Hasbunallah Wa Ni'mal Wakil”

(Q.S Ali Imron:163)

Man Jadda Wajada, Man Shabara Zhafira, Man Saara Ala Darbi Washala

(Trilogi Negeri 5 Menara)



RINGKASAN

Pengaruh Atribut Islam dan Kualitas Layanan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen Seven Dream Syariah Hotel Jember; Umi Aliyatul Himmah; 170810201311; 2020; 115 halaman; Jurusan Manajemen; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Perkembangan dunia bisnis pada era saat ini semakin pesat, terutama bisnis berbasis syariah yang muncul diberbagai sektor bisnis, salah satunya yaitu bisnis pariwisata syariah. Munculnya industri pariwisata syariah ini di dukung oleh pemerintah yang telah mengeluarkan fatwa MUI No. 108 tahun 2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah. Industri pariwisata tentunya sangat berhubungan erat dengan bisnis akomodasi, khususnya bisnis perhotelan. Salah satu bentuk perhatian pemerintah terhadap perkembangan bisnis syariah terutama hotel syariah ditunjukkan dengan adanya Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif no. 2 tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah yang menjadi landasan bagi para pengusaha pariwisata syariah untuk mendirikan usaha hotel yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam aspek pengelolaan, produk, dan pelayanan. Sebuah usaha yang baik dapat dinilai dari kepuasan konsumen yang menjadi indikator tercapainya keberhasilan usaha. Beberapa aspek yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu adanya atribut Islam dan kualitas layanan syariah. Hotel syariah pada dasarnya harus memiliki sertifikat hotel syariah yang dikeluarkan oleh MUI, hal itu yang akan memberikan jaminan bahwa hotel tersebut mengikuti aturan-aturan syariat Islam.

Penelitian ini dilakukan kepada konsumen yang pernah menginap di Seven Dream Syariah Hotel Jember. Objek penelitian ini belum memiliki sertifikat hotel syariah dari MUI namun telah menjalankan peraturan hotel berbasis syariah, sedangkan penulis ingin mengetahui sejauh apa atribut Islam dan kualitas layanan syariah ini mampu menjadi ikon pilihan konsumen untuk memuaskan kebutuhannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh atribut Islam dan kualitas layanan syariah terhadap kepuasan konsumen. Metode pengumpulan data diperoleh melalui kuesioner, wawancara, studi pustaka, dan observasi. Jumlah populasi pada penelitian ini berjumlah 140 orang. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan variabel bebas yaitu atribut Islam dan kualitas layanan syariah, variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel atribut Islam dan kualitas layanan syariah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Seven Dream Syariah Hotel. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, atribut Islam berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Seven Dream Syariah Hotel sebesar 29,4%, kualitas layanan syariah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Seven Dream Syariah Hotel sebesar 24,3%.

SUMMARY

The Influence Of Islamic Attributes And The Quality Of Sharia Services On Consumer Satisfaction At The Seven Dream Sharia Hotel Jember; Umi Aliyatul Himmah; 170810201311; 2020; 115 pages; Department of Management; Faculty of Economics and Business, University of Jember.

The development of the business world at this time is increasing rapidly, especially sharia-based businesses that appear in various business sectors, one of them is sharia business. The emergence of the sharia industry is supported by the government which has issued MUI fatwa No. 108 of 2016 concerning laws on the implementation of Islamic tourism. The tourism industry is very closely related to accomodation businesses, especially the hospitality business. One of government attention to the development of sharia business, especially sharia hotels, was announced with the Minister of Tourism and Creative Economy Regulation no. 2 of 2014 concerning Guidelines for Sharia Hotel Business Administration which is the basis for tourism entrepreneurs to establish businesses that apply sharia principles in the fields of management, products, and services. A good business can support customer satisfaction which is an indicator of achieving business success. Some aspects that oppose consumer satisfaction are attributes of Islam and the quality of sharia services. Sharia hotels basically must have sharia hotel certificates issued by MUI, which will provide a guarantee that the hotel contains Islamic sharia rules.

This research was conducted to consumers who have stayed at Seven Dream Syariah Hotel Jember. The object of this study does not yet have a Sharia hotel certificate from MUI but has been implementing sharia-based hotel regulations, while the authors want to know what Islamic attributes and quality of sharia services are able to become icons of consumer choice to meet research needs. sharia services for consumer satisfaction. Methods of data collection were obtained through questionnaires, interviews, literature studies, and observations. The population in this study was 140 people. The method of data analysis uses multiple linear regression analysis with independent variables namely Islamic attributes and sharia service quality, independent variables namely customer satisfaction.

The results showed the Islamic attributes and sharia service quality variables were significant to Seven Dream Syariah Hotel's customer satisfaction. Based on multiple linear regression analysis, Islamic attributes to the Seven Dream Syariah Hotel customer satisfaction by 29.4%, the quality of sharia services affects the customer satisfaction of the Seven Dream Syariah Hotel by 24.3%.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Atribut Islam Dan Kualitas Layanan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen Seven Dream Syariah Hotel Jember” dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna serta masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
2. Dr. Novi Puspitasari, S.E., M.M., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
3. Hadi Paramu, S.E., M.B.A, Ph.D., selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
4. Dr. Deasy Wulandari, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dan Mohammad Farid Afandi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, kritik, saran dengan penuh kesabaran sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dr. Bambang Irawan, M.Si., Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D dan Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M._selaku Tim penguji yang telah meluangkan waktunya untuk menguji kesempurnaan skripsi ini.
6. Dr. Handriyono, M.Si., selaku DPA saya yang membantu selama proses studi ini.

7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember serta perpustakaan fakultas dan pusat.
8. Kedua orang tua saya, Alm. Moh. Basyir dan Siti Lutfiah yang selalu mendoakan kelancaran penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman jurusan manajemen alih jenjang angkatan 2017 yang telah menempuh pendidikan bersama-sama.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas bantuan dari semua pihak. Penulis menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca.

Jember, 15 Januari 2020

Penulis,

Umi Aliyatul Himmah

NIM 170810201311

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DARTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Atribut Islam	11
2.1.2 Kualitas Layanan Syariah	12
2.1.3 Kepuasan.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Konsep.....	22
2.4 Hipotesis Penelitian.....	23
2.4.1 Pengaruh Atribut Islam Terhadap Kepuasan Konsumen	24
2.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen	24
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Rancangan Penelitian.....	25

3.2 Populasi dan Sampel	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	26
3.4 Metode Pengumpulan Data	27
3.5 Identifikasi Variabel	27
3.6 Definisi Operasional Variabel	27
3.7 Skala Pengukuran Variabel	30
3.8 Metode Analisis Data	30
3.8.1 Uji Instrumen	30
3.8.2 Uji Normalitas	32
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda	32
3.10 Uji Asumsi Klasik	33
3.11 Uji Hipotesis	34
3.12 Kerangka Pemecahan Masalah	36
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Umum Seven Dream Syariah Hotel	38
4.1.2 Visi dan Misi Seven Dream Syariah Hotel	40
4.2 Uji Instrumen	40
4.2.1 Uji Validitas	41
4.2.2 Uji Reliabilitas	41
4.3 Deskripsi Statistika Data atau Variabel Penelitian	42
4.3.1 Deskripsi Karakteristik Responden	42
4.3.2 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian	46
4.4 Uji Normalitas	51
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.6 Uji Asumsi Klasik	53
4.6.1 Uji Multikolinearitas	53
4.6.2 Uji Heterokedastisitas	54
4.7 Uji Hipotesis	54
4.8 Pembahasan	56
4.8.1 Pengaruh Atribut Islam Terhadap Kepuasan Konsumen	56
4.8.2 Pengaruh Kualitas Layanan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen	60
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65

DAFTAR PUSTAKA 67
LAMPIRAN..... 71

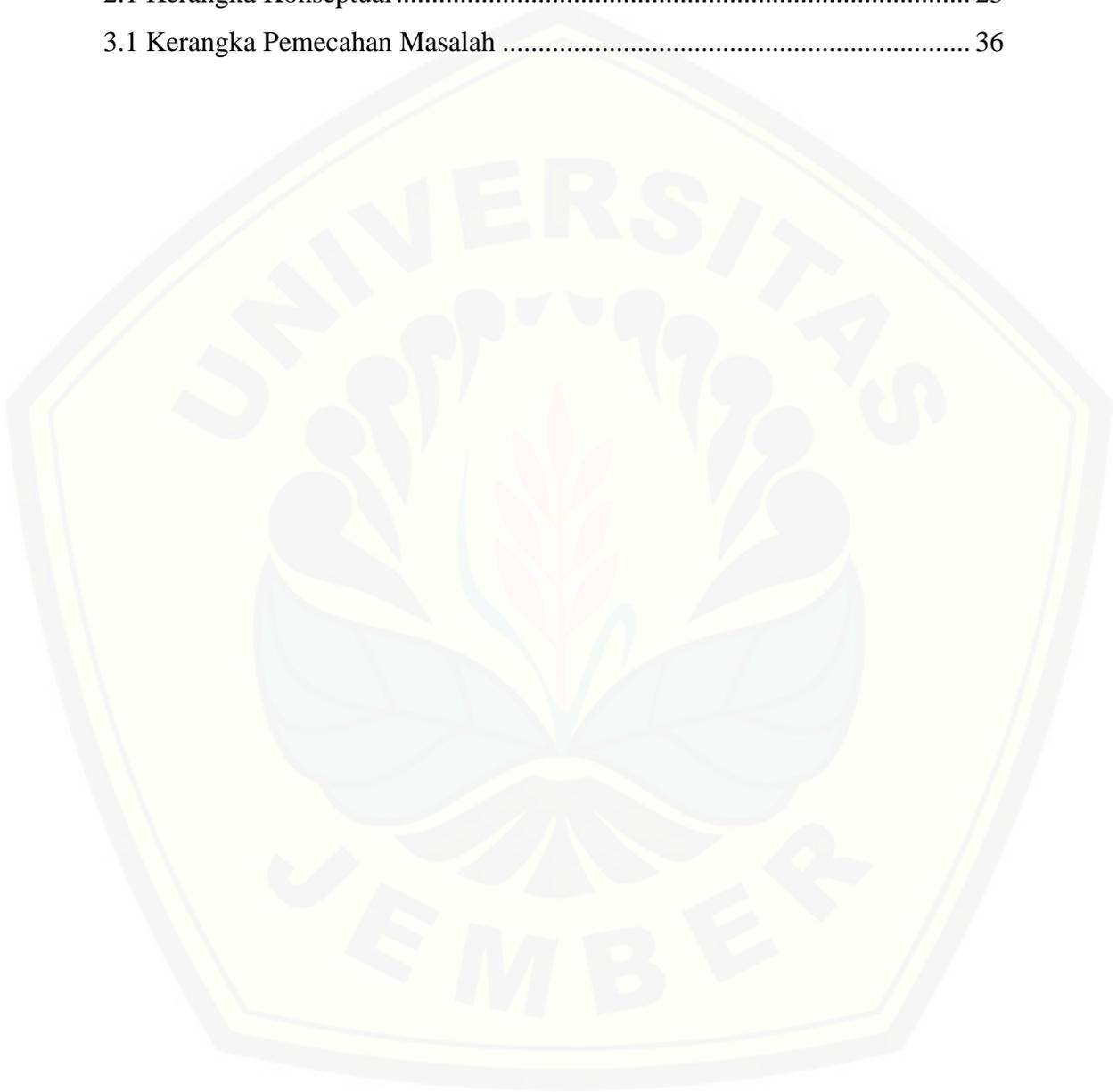


DAFTAR TABEL

1.1 Daftar para pesaing dibidang jasa penginapan syariah di kabupaten Jember	6
1.2 Data Hunian Seven Dream Syariah Hotel Bulan Januari-Oktober 2019 ...	7
2.1 Penelitian Terdahulu	21
4.1 Hasil Uji Validitas	41
4.2 Hasil Uji Reliabilitas	42
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....	44
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menginap.....	45
4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Teman Menginap.....	46
4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Vaiabel Atribut Islam.....	47
4.10 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kualits Layanan Syariah	48
4.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen.....	50
4.12 Hasil Uji Normalitas	51
4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
4.15 Hasil Uji Heterokedastisitas	54
4.16 Hasil Uji t	55
4.17 Hasil Uji R ²	56

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual	23
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	36



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian	71
2. Rekapitulasi Jawaban Responden	76
3. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden.....	81
4. Hasil Uji Instrumen	83
5. Hasil Uji Normalitas Data.....	88
6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
7. Hasil Uji Asumsi Klasik	90
8. Hasil Uji Hipotesis	91
9. R_{tabel}	92
10. t_{tabel}	93

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis pada era saat ini semakin pesat, baik di sektor industri maupun jasa. Bahkan adanya industri syariah dalam dekade terakhir ini semakin marak diberbagai belahan dunia, dan berkembang pula di negara yang penduduknya minoritas muslim sekalipun (Mansyuroh: 2018). Bisnis berbasis syariah muncul diberbagai sektor bisnis, salah satunya yaitu bisnis pariwisata syariah (Sabri: 2010). Munculnya industri pariwisata syariah ini di dukung oleh pemerintah yang telah mengeluarkan fatwa Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia disingkat dengan DSN-MUI No.108 tahun 2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah. Adanya fatwa pendukung tersebut, pengelolaan wisata berbasis syariah kini berkembang menjadi tren di dunia bisnis dengan pasar yang sangat menjanjikan (Satriana: 2018). Perkembangan bisnis berbasis syariah di Indonesia merupakan bisnis yang saat ini meningkat secara signifikan, hal ini berdasarkan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap produk yang bersertifikasi syariah atau halal, dan berkembangnya konsep *halal living* yang mulai banyak diterapkan oleh masyarakat khususnya masyarakat muslim (Satriana: 2018). Berdasarkan hal tersebut yang memicu adanya perkembangan pariwisata yakni *halal tourism*.

Indonesia ditetapkan sebagai destinasi wisata halal atau *halal tourism* terbaik dunia 2019 oleh standar Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019 dengan mengungguli 130 destinasi dari seluruh dunia. Lembaga pemeringkat *Mastercard-Crescent* menempatkan Indonesia pada peringkat pertama standar GMTI dengan skor 78 bersama dengan Malaysia yang sama-sama berada di ranking teratas. Sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia, Indonesia tercatat mengalami peningkatan secara berjenjang dari ranking 6 di tahun 2015, ranking 4 di tahun 2016, ranking 3 di tahun

2017, ranking 2 di ranking 2018, akhirnya menduduki peringkat 1 GMTI pada tahun 2019.

Industri pariwisata tentunya sangat berhubungan erat dengan bisnis akomodasi, khususnya bisnis perhotelan (Basalamah: 2011). Bisnis pariwisata syariah terutama hotel syariah menjadi salah satu sektor bisnis yang menawarkan keuntungan yang baik, karena kini masyarakat modern yang pergi ke luar kota dengan urusan pekerjaan atau sekedar berlibur sangat memerlukan jasa penginapan atau hotel (Sabri :2010). Saat ini diperkirakan ada sekitar 50 sampai 100 hotel syariah yang berpotensi diseluruh Indonesia (Sofyan, 2016:67). Salah satu bentuk perhatian pemerintah terhadap perkembangan bisnis syariah terutama hotel syariah ditunjukkan dengan adanya Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif no. 2 tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah yang menjadi landasan bagi para pengusaha pariwisata syariah untuk mendirikan usaha hotel yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam aspek pengelolaan, produk, dan pelayanan.

Usaha Hotel Syariah adalah usaha hotel yang penyelenggaraannya harus memenuhi kriteria usaha hotel syariah sebagaimana dimaksud dalam peraturan menteri. Kategori hotel syariah menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No.2 Tahun 2014, menentukan bahwa hotel syariah terdiri dari dua kategori yaitu hilal 1 dan hilal 2. Adapun hotel syariah hilal 1 yaitu *Minimal Sharia Compliant* merupakan hotel syariah yang didalamnya memenuhi sebagian unsur syariah sesuai dengan penilaian usaha hotel syariah yang ditentukan oleh DSN-MUI. Sedangkan hotel syariah hilal 2 yaitu *Moderate Sharia Compliant* merupakan hotel syariah yang telah memenuhi seluruh unsur syariah sesuai dengan penilaian usaha hotel syariah yang ditentukan juga oleh DSN-MUI. Untuk selanjutnya, unsur syariah dalam penelitian ini disebutkan dengan istilah atribut Islam.

Peningkatan penyedia hotel syariah di Indonesia memunculkan perhatian bagi peneliti. Pertanyaan yang muncul yaitu apakah hotel syariah yang berkembang hanya sekedar menawarkan tren nama syariah atau memang benar memiliki atribut Islam yang sesuai dengan syariah didalamnya. Karena penerapan syariah yang benar dalam

usaha hotel juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen, terutama konsumen yang beragama Islam. Oleh karena itu penyelenggaraan usaha hotel yang terdapat atribut Islam di dalam penyediaan, pengadaan, dan pengelolaannya tidak boleh menyimpang dari aturan syariah, sehingga tamu merasakan nyaman dan aman jika menginap di hotel syariah dan hal tersebut yang akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen saat menggunakan jasa hotel.

Kepuasan konsumen dianggap sebagai aspek utama dalam strategi setiap organisasi dan mendapatkan banyak perhatian oleh para peneliti (Jamal dan Naser: 2002). Kotler dan Keller (2012:46) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa. Assauri (2012:11) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan. Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2004:101) kepuasan dapat diukur dengan mengetahui kesesuaian harapan yang diterima konsumen, minat konsumen untuk berkunjung kembali, dan kesediaan konsumen untuk merekomendasi jasa kepada teman atau keluarganya. Banyak hal yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya yaitu adanya atribut Islam dan kualitas layanan syariah dalam sebuah hotel syariah.

Atribut Islam merupakan salah satu unsur yang dapat mempengaruhi konsumen untuk memilih sebuah produk dan layanan jasa akomodasi untuk memenuhi keinginannya. Menurut Zamani dan Henderson (2010) atribut Islam adalah faktor-faktor yang mencangkup kebutuhan muslim seperti menyediakan makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah yang lengkap dan fasilitas penunjang lainnya. Sedangkan Battour dkk., 2010; Henderson; 2010, Javed; 2007, Stephenson; 2014 menyatakan bahwa atribut Islam pemberian petunjuk arah kiblat, sejadah, makanan halal, minuman bebas alkohol, dan ruang sholat dengan panggilan untuk sholat. Akomodasi terpisah tersedia dalam bentuk "lantai khusus wanita" dan "lantai

khusus keluarga" untuk tujuan keamanan dan privasi (Stephenson: 2014). Konsep pemisahan juga diterapkan di pantai dan kolam renang (Battour dan Ismail: 2016). Battour dkk. (2011) menyatakan bahwa atribut Islam mampu menjadi daya tarik utama bagi konsumen muslim, dimana ketersediaan makanan bersertifikat halal, tempat ibadah, moralitas Islam, azan, dan lainnya ada di tempat tersebut. Atribut Islam merupakan hal penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan menyebabkan konsumen akan loyal, atribut Islam dapat membuat citra positif dan meningkatkan tingkat kunjungan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Battour dkk.(2014) yang menyatakan bahwa hasil penelitian dari atribut destinasi Islam berpengaruh positif terhadap kepuasan.

Selain atribut Islam yang dapat memberikan daya tarik kepada pelanggan yaitu adanya kualitas layanan yang dirasakan secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan dan / atau ketidakpuasan (Jahanshahi: 2011). Kualitas layanan pelanggan didefinisikan sebagai cara yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menyediakan kebutuhan produk dan layanannya (Daniel dan Berinyuy: 2010). Untuk dapat menciptakan kepuasan konsumen, setiap hotel harus dapat memberikan kualitas pelayanan terutama berupa fasilitas yang sesuai dengan harapan konsumen. Zainal dkk. (2017:180) mengatakan terdapat enam dimensi *ServQual (Service Quality)* yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan dengan konsep layanan yang Islami diantaranya yaitu Kepatuhan Syariah (*compliance*), Bukti langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Keyakinan/Jaminan (*Assurance*), dan Perhatian (*Emphaty*). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Janahi (2016) yang menyatakan bahwa hasil penelitian dari kualitas layanan syariah yang terdiri dari kepatuhan, jaminan, keandalan, tangibilitas, empati, dan responsif terhadap kepuasan pelanggan hasilnya berpengaruh positif.

Kabupaten Jember merupakan salah satu kabupaten di ujung timur Provinsi Jawa Timur. Selain dikenal sebagai Kota Tembakau, Jember juga terkenal sebagai Kota Santri. Hal ini didukung dengan hampir 90% dari jumlah penduduknya

beragama Islam (sumber: jatim.kemenag.go.id). Di sebagian besar pelosok desa di Kabupaten Jember dengan mudah dijumpai pusat pendidikan agama Islam dan pondok pesantren.

Perkembangan Kota Jember tidak dapat dilepaskan dari keberadaan pusat-pusat pendidikan. Di Kota Jember, ada empat Perguruan Tinggi yang menjadikan berkumpulnya pelajar dari luar Jember untuk melanjutkan pendidikan. Universitas tersebut adalah Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, Universitas Islam Jember, dan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember. Keberadaan kampus-kampus tersebut, meningkatkan kegiatan ekonomi masyarakat misalnya dengan semakin banyaknya keberadaan rumah kos, warung makan, kafe, warnet, usaha fotokopi, dan usaha laundry.

Tidak hanya itu, sektor pariwisata juga memberi sumbangsih dalam perkembangan kabupaten Jember. Jember termasuk salah satu daerah tujuan wisata yang mewarisi banyak potensi keindahan alam, memiliki banyak tempat wisata yang menarik dan populer terutama wisata pantainya yang sangat indah. Tidak heran banyak wisatawan baik lokal maupun internasional berkunjung ke Jember. Perkembangan sektor pariwisata tersebut mengakibatkan terbukanya kesempatan kerja, peningkatan pendapatan dan taraf hidup masyarakat, juga dapat mengaktifkan industri seperti industri kerajinan tangan, cinderamata, penginapan dan transportasi. Hotel merupakan salah satu sarana pokok yang memegang peranan penting dalam perkembangan sektor pariwisata karena hotel menyediakan sarana dan akomodasi dan pelayanan bagi para wisatawan.

Melihat adanya peluang yang baik dan dapat dimanfaatkan dalam sektor pariwisata, maka banyak perusahaan yang berminat melakukan usaha dibidang jasa penginapan dan mewujudkan melalui pendirian bermacam-macam hotel, mulai dari hotel melati sampai dengan hotel berbintang, bahkan hotel konvensional maupun hotel syariah. Pada akhirnya terjadilah persaingan antar hotel yang semakin ketat untuk mendapatkan penghuni atau para tamu. Hotel adalah salah satu bentuk jasa karena pelayanan hotel tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.

Meningkatnya persaingan antar hotel menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan kualitas dan jasa yang terbaik kepada konsumennya. Perusahaan jasa perhotelan dapat dikatakan berhasil apabila jasa yang disampaikan telah memenuhi atau melebihi dari yang diharapkan. Oleh karena itu perusahaan jasa perhotelan harus berusaha menanggapi keinginan dari para penghuninya dan dapat meningkatkan kualitas jasanya, sehingga dapat menciptakan kepuasan.

Di kota Jember banyak usaha hotel yang menawarkan berbagai fasilitas, harga, dan ciri khas yang berbeda-beda dari setiap hotel baik itu hotel yang berbasis syariah maupun konvensional. Berikut merupakan daftar pesaing di bidang jasa penginapan syariah di kabupaten Jember

Tabel 1.1 Daftar para pesaing dibidang jasa penginapan syariah di Kabupaten Jember

No.	Nama Hotel	Alamat
1.	Seven Dream Syariah Hotel	Jalan Riau No.2 Sumbersari
2.	Casablanca Homestay Syariah	Griya Casablanca, Cluster d'Safira, Jl. Letjend Suprpto XIV No.3 Sumber Sari
3.	The Peak Guest House Syariah	Jalan Perumahan Gunung Batu Sumbersari
4.	OYO 995 Alice's Homestay Syariah	Jalan Citarum No. 10, Kp. Using Jember lor Patrang
5.	Rumah Tidar Syariah	Jalan Diponegoro No.43 Kaliwates
6.	OYO 1176 J3 Residence Syariah Jember	Jalan Melati Gg. Buntu No. 176 Jember Kidul Kaliwates
7.	RedDoorz Syariah Hotel 91 Jember	Jalan Mataram No. 19 Karangmluwo Mangli Kaliwates

Sumber: www.traveloka.com diakses 25 Januari 2020 (data diolah 2020)

Seven Dream Syariah Hotel adalah hotel yang berkonsep Islami dan memiliki lokasi yang strategis berada disekitar wilayah kampus dan perkantoran. Hotel yang berdiri pada tahun 2010 di Jember ini mempunyai fasilitas dengan memiliki tiga jenis kamar dengan klasifikasi, yaitu Tipe Jasmine, Tipe Orchid dan Tipe Rose. Dari 3 klasifikasi tersebut, Tipe Jasmine memiliki 2 tipe kamar, yaitu Double Bed (uk: 180), Twin Bed (uk: 120.) (sumber: Sevendreamhotel.com) Setiap kamar di hotel ini

menyediakan perabot lengkap seperti pada umumnya kamar hotel, disamping itu disetiap kamar juga disediakan perangkat sholat seperti sajadah, mukenah, sarung dan Al-Qur'an. Fasilitas ibadah juga disediakan didalam hotel, seperti Musholla. terdapat pula lobi ruang bersantai, *meeting room* dan ruang makan bersama. Busana yang dipakai karyawan hotel juga mencerminkan busana yang muslim dan muslimah. Adanya label syariah maka hotel syariah menggunakan atribut Islam dan kualitas layanan syariah untuk pengelolaanya sehingga kepuasan konsumen akan muncul apabila kedua hal tersebut dijalankan dengan baik.

Dari beberapa alasan di atas inilah yang membuat peneliti tertarik pada Seven Dream Syariah Hotel dari pada hotel lain atau penginapan yang lain. Selain itu peneliti juga mendapat kemudahan dalam mengakses beberapa data yang dibutuhkan. Berikut beberapa data sekunder yang didapatkan oleh peneliti guna mendukung penelitian sebagai berikut.

Tabel 1.2 Data Hunian Seven Dream Syariah Hotel Bulan Januari-Oktober 2019

No.	Bulan	Jenis kamar dan hunian			Total Hunian
		Jasmine	Orchid	Rose	
1.	Januari	51	66	72	189
2.	Februari	6	52	96	154
3.	Maret	57	72	98	227
4.	April	112	62	103	277
5.	Mei	78	103	117	298
6.	Juni	65	87	156	308
7.	Juli	43	65	80	188
8.	Agustus	79	101	139	319
9.	September	58	77	82	217
10.	Oktober	76	85	161	312

Sumber: Seven Dream Syariah Jember

Berdasarkan Tabel 1.2 peneliti mendapatkan data hunian bulan Januari-Oktober 2019 untuk bulan selanjutnya peneliti tidak mendapatkan data dikarenakan penelitian di mulai bulan November, dapat dilihat bahwa data hunian berfluktuatif pada bulan Januari ke Februari mengalami penurunan penghunian. Lalu, pada bulan Maret sampai dengan Juni mengalami peningkatan penghunian. Kemudian, pada

bulan juli mengalami penurunan dan meningkat lagi pada bulan agustus. Mengalami penurunan pada bulan September dan mengalami kenaikan pada bulan Oktober. Hal ini menunjukkan bahwa Seven Dream Syariah Hotel secara kualitas layanan jasa dipercaya oleh pelanggan walaupun tiap bulan mengalami naik turun tingkat hunian. Tetapi tidak menutup kemungkinan ada faktor lain. Pada bulan-bulan yang didapati hunian kamar naik lebih dari 300 menurut informasi yang didapat dari hotel hal itu biasanya bertepatan dengan momentum wisuda. Tentu hal ini dimanfaatkan para orang tua mahasiswa untuk menginap di hotel syariah. Selain itu, bisa bertepatan dengan hari besar Islam sehingga berlaku diskon 50%, hal tersebut dimanfaatkan untuk konsumen menikmati fasilitas promo yang diberikan oleh hotel.

Seven Dream Syariah Hotel merupakan suatu jasa akomodasi yang beroperasi dan menganut prinsip-prinsip Islam. Namun, ada keterbatasan yang dimiliki oleh Seven Dream Syariah Hotel yaitu belum adanya sertifikat dari DSN-MUI yang menyatakan bahwa hotel tersebut berada di kategori hilal 1 atau hilal 2. Secara operasional, fasilitas yang ada di Seven Dream Syariah Hotel Jember tentunya tidak jauh berbeda dengan hotel syariah pada umumnya. Konsep dari Seven Dream Syariah Hotel ini telah menyeimbangkan aspek-aspek spiritual Islam yang berlaku didalam pengelolaannya. Konsumsi minuman beralkohol dan judi juga dilarang di area Seven Dream Syariah Hotel Jember, dan yang tidak kalah penting menghindari penyiaran acara yang tidak cocok untuk anak-anak dan keluarga.

Ketersediaan atribut Islam dan kualitas layanan syariah pada Seven Dream Syariah Hotel Jember, dapat semakin mendorong pelanggan untuk memilih hotel tersebut. Selain itu atribut Islami yang disediakan oleh Seven Dream Syariah Hotel Jember adalah musolah dan sarana ibadah lainnya. Penggunaan konsep hotel yang Islami dengan adanya berbagai macam fasilitas yang mendukung keinginan dan harapan konsumen terhadap hotel syariah, hal tersebutlah yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sehingga mereka akan memiliki keinginan untuk kembali berkunjung, merekomendasikan hotel tersebut kepada teman atau saudaranya serta kemauan untuk menyebarkan informasi yang positif mengenai hotel tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis ingin mengetahui sejauh apa atribut Islam dan kualitas layanan syariah ini mampu menjadi ikon pilihan konsumen untuk memuaskan kebutuhannya menggunakan jasa hotel syariah, sehingga peneliti dapat mengetahui pengaruh keduanya terhadap kepuasan konsumen Seven Dream Syariah Hotel, oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Atribut Islam dan Kualitas Layanan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen Seven Dream Syariah Hotel”.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah atribut Islam berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Seven Dream Syariah Hotel Jember ?
- b. Apakah kualitas layanan syariah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Seven Dream Syariah Hotel Jember ?

1.3 Tujuan penelitian

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Atribut Islam terhadap kepuasan konsumen Seven Dream Syariah Hotel Jember
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Layanan Syariah terhadap kepuasan konsumen Seven Dream Syariah Hotel Jember

1.4 Manfaat

Penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Atribut Islam dan Kualitas Layanan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen Seven Dream Syariah Hotel Jember. Serta penelitian ini diharapkan akan bermanfaat sebagai bahan masukan dalam penelitian selanjutnya serta dapat menunjang ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, adapun penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut :

a. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan dalam mengembangkan bisnis hotel syariah terutama dalam pengembangan atribut Islam dan kualitas layanan syariah.

b. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi penyumbang kemajuan ilmu pengetahuan dibidang manajemen pemasaran sehingga dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan atribut Islam dan kualitas layanan syariah.

c. Peneliti

Penulisan ini diharapkan dapat memperluas wawasan serta pengetahuan untuk bahan pengembangan teori terkait dengan atribut Islam dan kualitas layanan syariah sebagai studi yang dipelajari peneliti.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Atribut Islam

Secara umum ketika menargetkan wisatawan Muslim, industri pariwisata harus memastikan untuk mempertimbangkan semua kebutuhan dari pelanggan dan menyediakan atribut Islam bagi konsumen, supaya konsumen merasa puas. Atribut Islam adalah faktor-faktor yang mencangkup kebutuhan muslim seperti menyediakan makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah yang lengkap dan fasilitas penunjang lainnya (Zamani dan Henderson: 2010). Battour dkk. (2011) menyatakan bahwa atribut Islam mampu menjadi daya tarik utama bagi wisatawan muslim, dimana ketersediaan makanan bersertifikat halal, tempat ibadah, moralitas Islam, Azan, dan lainnya ada di tempat tersebut. Aspek dasar dari moralitas Islam melibatkan kesopanan umum dengan menghindari titik-titik merah dan praktik, saluran dewasa, percampuran antara pria dan wanita terutama di kolam renang dan menganjurkan untuk berpakaian Islam untuk wanita yaitu menggunakan hijab/penutup. Battour dkk. (2011) melalui studinya mengungkapkan bahwa atribut Islam sangat penting untuk preferensi konsumen muslim dalam memilih tujuan tertentu. Atribut Islam yang disukai adalah moralitas Islam, ketersediaan makanan bersertifikat/memiliki logo halal, dan tempat untuk beribadah. Jadi dapat disimpulkan bahwa atribut Islam ialah ciri-ciri mencangkup kebutuhan muslim yang menyediakan fasilitas penunjang ibadah dan menggunakan aturan Islam dalam penerapannya.

Menurut fatwa DSN-MUI Nomor 108 tahun 2016 mengenai ketentuan terkait hotel syariah yaitu :

- a. Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi dan tindakan asusila;
- b. Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi dan/atau tindak asusila;

- c. Makanan dan minuman yang disediakan hotel syariah wajib telah mendapat sertifikat halal dari MUI;
- d. Menyediakan fasilitas, peralatan yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci;
- e. Pengelola dan karyawan/karyawati hotel wajib mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah;
- f. Hotel syariah wajib memiliki pedoman dan/atau panduan mengenai prosedur pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah;
- g. Hotel syariah wajib menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam melakukan aktifitasnya.

2.1.2 Kualitas Layanan Syariah

Konsep Islam mengajarkan kepada umatnya untuk memberikan hasil usaha yang baik dan tidak memberikan hasil usaha yang buruk kepada orang lain melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Menurut Zainal dkk. (2017:179) pelayanan (*service*) bukan sebatas melayani, melainkan mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian, penyampaian dalam pelayanan akan mengenai *heart share* pelanggan, yang kemudian dapat memperkokoh posisi dalam *mind share* pelanggan. *Heart share* dan *mind share* tersebut dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau perusahaan. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis dapat bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalah-menyalahkan amanah yang menjadi tanggung jawabnya. Hal tersebut sebagaimana sabda Rasulullah saw, dalam hadis berikut. “*Apabila amanah disia-siakan maka tunggulah kehancuran*”. Kemudian seseorang berkata “*Bagaimana caranya menyalah-menyalahkan amanah ya Rasulullah?*” Rasulullah saw menjawab, “*Apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya maka tunggulah kehancurannya.*” (HR. Bukhari). Hadist tersebut menerangkan bahwa sebuah amanah harus diserahkan kepada ahlinya, apabila tidak diserahkan kepada ahlinya maka akan timbul

ketidaksesuaian. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap profesional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalahgunakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya

Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009:153) kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima/rasakan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam usaha menciptakan kepuasan pelanggan. Tjiptono dan Chandra (2004:18) menyatakan konsep kepuasan pelanggan, kualitas jasa/layanan, dan nilai pelanggan berkaitan erat. Kualitas pelayanan merupakan komponen penting dalam persepsi konsumen, juga sangat penting dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Menurut Ahmad (2014) kualitas layanan sendiri dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Oleh karena itu, perbedaan yang mendasari kualitas layanan dan kualitas layanan syariah yaitu dari perspektif Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan standarisasi syariah Islam, yang memerintahkan kepada manusia agar selalu terikat dengan aturan Islam dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Melalui pengertian para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan syariah merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen dengan memberikan hasil usaha secara baik yang berhubungan dengan tingkat layanan akan terpenuhinya harapan dan kebutuhan konsumen.

Islam mengajarkan umatnya untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan atas usaha yang dijalankan. Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu penilaian pelanggan tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kualitas layanan syariah dapat diukur dengan enam dimensi sebagai berikut (Zainal dkk., 2017:180).

a. *Compliance* (Kepatuhan)

Dimensi *Compliance* atau kepatuhan berkenaan dengan kepatuhan pelaku bisnis terhadap aturan atau hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT atau dapat pula disebut syariat. Syariat Islam merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan oleh Allah SWT. Untuk dilaksanakan oleh umat manusia dalam kehidupan sehingga tercipta keharmonisan dan kebahagiaan. Kepatuhan terhadap syariat dapat diwujudkan dengan pengetahuan seseorang tentang syariat itu sendiri sehingga dapat menciptakan pribadi yang bermoral dan beretika. Keyakinan kepada Allah SWT akan memberikan stabilitas emosi para individu dan motivasi positif dalam menjalankan segala aktifitasnya, termasuk bisnis untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

b. *Reliability* (Keandalan)

Dimensi *reliability* atau keandalan berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat. Ketepatan dan keakuratan tersebut akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan barang dan/atau jasa.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Dimensi *Responsiveness* atau daya tanggap berkenaan dengan kesediaan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Hal tersebut berkenaan dengan profesionalitas. Dalam melakukan suatu pekerjaan. Seseorang dikatakan profesional apabila dapat bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan cepat dan tepat apabila dikerjakan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya.

Kepercayaan yang diberikan pelanggan merupakan suatu amanah. Apabila amanah tersebut disia-siakan maka akan berdampak pada kegagalan suatu perusahaan. Untuk itu, kepercayaan pelanggan merupakan suatu amanah yang tidak boleh disia-siakan. Kepercayaan tersebut didapat dengan memberikan

pelayanan secara professional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidang dan mengerjakan pekerjaan secara cepat dan tepat.

d. Assurance

Dimensi assurance atau jaminan berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, kesantunan, kepercayaan diri dari pemberi layanan, dan respek terhadap pelanggan. Sifat tersebut akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi pelanggan terhadap suatu perusahaan. *Assurance* tersebut tentu akan meningkatkan rasa percaya, rasa aman, dan bebas dari resiko atau bahaya sehingga membuat pelanggan merasakan kepuasan.

e. Empathy

Dimensi *Empathy* (empati) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada pelanggan. Kemauan ini ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, perhatian, serta dapat memahami kebutuhan dan keluhan pelanggan. Sikap tersebut dapat membuat pelanggan merasa kebutuhannya terpenuhi karena telah dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini dapat direalisasikan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan pelanggan, melayani transaksi pelanggan dengan senang hati, dan membantu pelanggan ketika mengalami kesulitan.

f. Tangibles

Dimensi *Tangibles* atau bukti fisik berkenaan dengan fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana yang lainnya. dalam konsep Islam, pelayanan yang berkenaan dengan fasilitas fisik hendaknya lebih mengutamakan kenyamanan pelanggan, bukan menunjukkan kemewahan.

2.1.3 Kepuasan

Tjiptono (2012:146) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Selain itu, Daryanto dan Setyobudi (2014:43) mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari

konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Standart syariat Islam merupakan tolak ukur untuk menilai kepuasan pelanggan dalam Islam. Menurut Assauri (2012:11) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan. Kepuasan pelanggan dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, yang seharusnya sesuai syariat dengan kenyataan yang diterima.

Jadi kepuasan adalah suatu perasaan senang dengan hasil yang dirasakan konsumen setelah mendapatkan layanan yang baik dan memuaskan, serta kinerja perusahaan yang memenuhi harapan.

Menurut pendapat Qardhawi (1993) dalam Zainal Rivai dkk. (2017:173), sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan beberapa hal berikut.

a. Sifat jujur dan benar

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut, termasuk kepada pelanggan. Hal tersebut berdasarkan sabda Rasulullah saw. Dalam hadis berikut. *“muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkan.”* (HR. Ahmad dan Thabrani). Islam sangat mengecam adanya dusta dalam perdagangan, terlebih jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah.

b. Sifat amanah

Amanah berarti tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, serta mengembalikan hak apapun kepada pemiliknya. dalam berdagang, dikenal istilah “menjual dengan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri, kualitas, dan harga barang dagangan kepada

pembeli tanpa melebih-lebihkan. Dengan demikian, tiap perusahaan harus memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dengan cara menjelaskan segala sesuatu yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya. Hal tersebut dilakukan agar tidak timbul keraguan pada diri pelanggan.

Kotler (2004:103) mengemukakan bahwa terdapat beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan sebagai berikut.

a. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan menyediakan kotak saran sehingga dapat menerima keluhan, saran, dan kritik pelanggan. Selain itu dapat disampaikan melalui kotak informasi dan *customer hotline* hal tersebut dimaksudkan agar perusahaan lebih mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut. Saran informasi ini memungkinkan perusahaan bertindak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

b. Survei kepuasan pelanggan

Metode survei dilakukan perusahaan untuk mengukur kepuasan pelanggan melalui kuesioner, telepon, *email*, *fax*, maupun wawancara langsung, melalui metode ini maka perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen. Konsumen akan memberikan pandangan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

c. Belanja siluman bayangan (*Ghost Shopping*)

Perusahaan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai konsumen perusahaan dan pesaing, kemudian mereka melaporkan hasil yang mereka dapat. Metode ini dapat mengamati kekuatan dan kelemahan produk serta layanan baik perusahaan sendiri maupun perusahaan pesaing.

d. Analisis pelanggan yang hilang atau berganti (*Lost Customer Analysis*)

Metode yang terakhir adalah metode *Lost Customer Analysis*, cara kerja metode ini adalah dengan menghubungi mantan konsumen untuk menanyakan

alasan mereka berhenti membeli dan pindah ke produk pesaing sehingga perusahaan dapat mengambil kebijakan perbaikan.

Sedangkan menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2004:101) indikator untuk mengukur kepuasan konsumen terdiri dari:

a. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen

b. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.

c. Kesediaan merekomendasi

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasi jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan bagi peneliti untuk melakukan penelitian. Penelitian terdahulu digunakan sebagai perbandingan dan tolak ukur penelitian selanjutnya. Beberapa penelitian yang dijadikan sebagai acuan untuk penelitian yang akan dilakukan antara lain sebagai berikut :

Battour dkk. (2014) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh atribut Islam pada kepuasan wisatawan secara keseluruhan. Penelitian ini menggunakan analisis *path* dinilai berdasarkan Exploratory Factor Analysis (EFA) Confirmatory Factor Analysis (CFA) dengan kuesioner yang dapat digunakan sebanyak 508 keusioner. Hasil dari penelitian ini yaitu menemukan hubungan positif antara atribut destinasi Islam dengan kepuasan wisatwan secara keseluruhan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel penelitian yang akan dilakukan lebih bervariasi yang terdiri dari atribut Islam dan kualitas layanan syariah serta kepuasan. Perbedaan yang kedua yaitu metode analisisnya, pada penelitian ini menggunakan dua tahap yaitu analisis *path* dinilai berdasarkan Exploratory Factor

Analysis (EFA) Confirmatory Factor Analysis (CFA) sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel independen yang sama yaitu atribut Islam dengan variabel dependen yaitu kepuasan.

Juniawan (2014) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan nasabah pada bank umum syariah di Jakarta. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, menghasilkan empat dimensi kualitas layanan yaitu jaminan, keandalan, nyata, dan empati. Dimensi ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang positif. Dimensi lain seperti kepuasan, secara statistik bahwa tidak semua variabel kualitas layanan menunjukkan hasil yang signifikan. Variabel dimensi yang menunjukkan hasil signifikan adalah jaminan, reliabilitas, berwujud dan empati, sedangkan kepatuhan dan daya tanggap tidak memiliki residu yang signifikan dan hanya mencapai tingkat kepercayaan 95%. Kepatuhan tidak dapat memiliki pengaruh positif terhadap pelanggan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel penelitian yang akan dilakukan lebih bervariasi yang terdiri dari atribut Islam dan kualitas layanan syariah serta kepuasan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel independen yang sama yaitu kualitas layanan syariah dengan variabel dependen yaitu kepuasan, dan persamaan juga terletak pada penggunaan metode analisis regresi linear berganda.

Salma (2015) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa perspektif Islam pada kepuasan dan loyalitas pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif khususnya dalam analisis *path*. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebagai sumber data primer yaitu dengan pengambilan sampel 30 responden. Sedangkan metode pengumpulan data menggunakan *probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa kualitas jasa perspektif Islam memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan tetapi tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun kepuasan

pelanggan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas jasa perspektif Islam berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel penelitian yang akan dilakukan lebih bervariasi yang terdiri dari atribut Islam dan kualitas layanan syariah serta kepuasan, perbedaan metode analisis penelitian ini menggunakan metode analisis *path* sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel independen yang sama yaitu kualitas layanan syariah dan variabel independen yaitu kepuasan.

Janahi (2016) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan pelanggan pada kepuasan pelanggan yaitu hubungan antara enam faktor kualitas layanan pelanggan (Kepatuhan, Jaminan, Keandalan, Tangibilitas, Empati, dan Responsif) dan kepuasan pelanggan disektor perbankan syariah dari lima bank syariah utama yang beroperasi di Bahrain dalam penelitian ini. Sampel di ambil sebanyak 300 yaitu 60 pelanggan pada setiap bank. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, kemudian data diproses menggunakan analisis *path*. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan yang kuat dan positif antara enam dimensi utama kualitas layanan pelanggan yaitu (Kepatuhan, Jaminan, Keandalan, Tangibilitas, Empati, dan Responsif) dan kepuasan pelanggan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel penelitian yang akan dilakukan lebih bervariasi yang terdiri dari atribut Islam dan kualitas layanan syariah serta kepuasan, perbedaan metode analisis penelitian ini menggunakan metode analisis *path* sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel independen yang sama yaitu kualitas layanan syariah dan variabel independen yaitu kepuasan.

Irda (2019) melakukan penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh *Islamic attributes* terhadap *Islamic tourist satisfaction* wisatawan mancanegara yang

berkunjung di kota Padang. Penelitian dilakukan terhadap 100 orang wisatawan mancanegara dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisa data dalam penelitian ini melalui dua tahap umum, yaitu *measurement model* dan *structural model*, kedua tahap ini dianalisis dengan menggunakan *softwaresmart PLS 2.0M3*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Islamic attributes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Islamic tourist satisfaction* wisatawan mancanegara yang berkunjung di kota Padang. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel penelitian yang akan dilakukan lebih bervariasi yang terdiri dari atribut Islam dan kualitas layanan syariah serta kepuasan. Perbedaan yang kedua yaitu metode analisisnya, pada penelitian ini menggunakan *measurement model* dan *structural model* sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel independen yang sama yaitu atribut Islam dengan variabel dependen yaitu kepuasan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil (Kesimpulan)
1.	Battour dkk. (2014)	Fasilitas Ibadah (X1), Kehalalan (X2), Bebas Alkohol Dan Perjudian (X3), Moralitas Islam (X4), Kepuasan (Y)	Analisi <i>Path</i>	Atribut destinasi Islam yang terdiri dari fasilitas ibadah, kehalalan, bebas alkohol dan perjudian serta moralitas Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan
2.	Juniawan (2014)	<i>Compliance</i> (X1), <i>assurance</i> (X2),	Analisis regresi linear berganda	Jaminan, reliabilitas, bukti fisik dan empati, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan sedangkan kepatuhan dan daya

Bersambung ke halaman selanjutnya

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan)

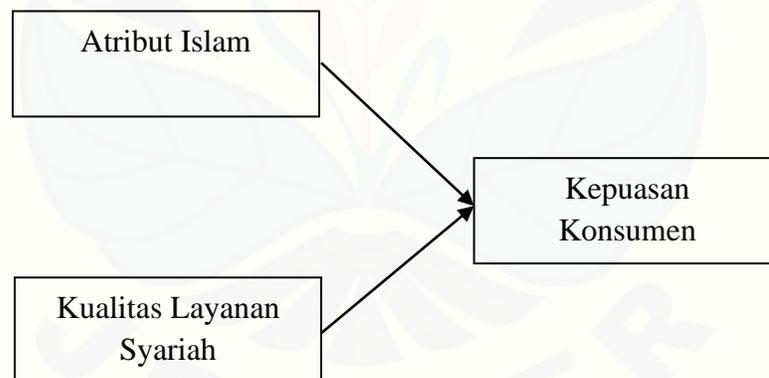
		<i>Realiability</i> (X3), <i>Tangible</i> (X4), <i>Emphaty</i> (X5), <i>Responsiveness</i> (X6), Kepuasan (Y).		tanggap tidak memiliki hasil yang signifikan
3.	Salma (2015)	Kualitas jasa perspektif Islam (X), kepuasan (Y), Loyalitas (Z)	Analisis <i>Path</i>	Kualitas jasa perspektif Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Kualitas jasa perspektif Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
4.	Janahi (2016)	Kepatuhan (X1), Jaminan (X2), Keandalan (X3), Tangibilitas (X4), Empati (X5), Responsif (X6), Kepuasan (Y)	Analisis <i>Path</i>	Kualitas layanan pelanggan yaitu Kepatuhan, Jaminan, Keandalan, Tangibilitas, Empati, dan Responsif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5.	Irda (2019)	Islamic Attributes (X1), Kepuasan (Y)	SEM	<i>Islamic attributes</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Islamic tourist satisfaction</i> wisatawan mancanegara

Sumber : Battour dkk. (2014), Juniawan (2014), Salma (2015), Janahi (2016), Irda (2019)

2.3 Kerangka Konsep

Kerangka konseptual berfungsi untuk membantu peneliti menguraikan dan memahami hubungan antar variabel dalam penelitian. Berdasarkan latar belakang yang peneliti buat, maka disusunlah kerangka konseptual untuk membantu peneliti memahami dan menguraikan variabel-variabel penelitian yang dipakai yang terdiri dari atribut Islam dan kualitas layanan syariah ditetapkan sebagai variabel independen

dan variabel kepuasan ditetapkan sebagai variabel dependen. Pada variabel atribut Islam terdapat 5 indikator yang akan diteliti, terdiri dari tidak adanya akses pornografi, tidak adanya fasilitas hiburan yang mengarah kepada hal kemaksiatan dan kemusyrikan, kehalalan makanan dan minuman, ketersediaan fasilitas ibadah, serta pakaian syari yang digunakan oleh karyawan. Keempat indikator dimensi tersebut yang akan di teliti, untuk menemukan pengaruh atau tidak terhadap kepuasan. Pada variabel kualitas layanan syariah terdapat 6 indikator variabel yang akan diteliti terdiri dari kepatuhan syariah (*compliance*), bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*). Keenam indikator tersebut yang akan diteliti, untuk menemukan pengaruh atau tidak terhadap kepuasan. Pada variabel kepuasan terdapat 3 indikator yang akan diteliti diantaranya yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasi. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka kerangka konseptual dari penelitian yang diteliti adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2008:93) hipotesis adalah jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian dibuat dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dinyatakan jawaban sementara karena dijawab hanya berdasarkan teori yang relevan, dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang

didapatkan berdasarkan pengumpulan data. Jadi hipotesis bisa dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian yang belum dinyatakan jawaban yang empiris. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka diajukan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh atribut Islam terhadap kepuasan konsumen

atribut Islam Atribut Islam adalah faktor-faktor yang mencakup kebutuhan muslim seperti menyediakan makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah yang lengkap dan fasilitas penunjang lainnya (Zamani dan Henderson: 2010) Hal tersebut didukung oleh penelitian Battour dkk. (2014) yang menyatakan adanya hubungan positif antara atribut Islam dengan kepuasan konsumen secara keseluruhan Serta didukung oleh penelitian Irda (2019) yang menyatakan bahwa *Islamic attributes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Islamic tourist satisfaction* wisatawan mancanegara yang berkunjung di kota Padang.

H1: Atribut Islam berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

2.4.2 Pengaruh kualitas layanan syariah terhadap kepuasan konsumen

Menurut Zainal dkk. (2017:179) pelayanan (*service*) bukan sebatas melayani, melainkan mengerti, memahami, dan merasakan. Jadi kualitas layanan syariah adalah layanan yang sesuai dengan aturan Islam yang dapat diukur dengan *Compliance, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*. Hal tersebut didukung oleh penelitian Salma (2015) yang menyatakan bahwa kualitas jasa perspektif Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya. Serta didukung oleh penelitian Janahi (2016) yang menunjukkan hubungan yang kuat dan positif antara enam dimensi utama kualitas layanan pelanggan yaitu (Kepatuhan, Jaminan, Keandalan, Tangibilitas, Empati, dan Responsif) terhadap kepuasan pelanggan.

H2: Kualitas layanan syariah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah jenis penelitian berbasis eksplanasi atau *explanatory research* yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono 2012: 100). Sumber data yang digunakan adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yaitu Seven Dream Syariah Hotel Jember melalui kuesioner data yang berasal dari jurnal-jurnal serta laporan penelitian yang membahas tentang atribut Islam dan kualitas layanan syariah. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan kumpulan dari elemen-elemen secara keseluruhan baik itu unit maupun individu sejenis yang menjadi penyelidikan dalam penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Seven Dream Syariah Hotel Jember.

3.2.2 Sampel

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:85). Teknik ini mengambil sampel dengan menggunakan kriteria tertentu agar sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen yang sudah pernah menerima jasa pelayanan Seven Dream Syariah Hotel Jember

- b. Konsumen yang berusia minimal 17 tahun, karena dengan pertimbangan usia tersebut sudah cukup mengerti dalam memahami dan menjawab pertanyaan dalam keusioner penelitian.

Penentuan jumlah sampel menurut Malhotra (2005:120) yang menyatakan bahwa jumlah sampel yang digunakan tergantung jumlah indikator yang dikalikan dengan 5 – 10. Penelitian ini menggunakan 14 indikator, maka jumlah minimal responden yang diperlukan adalah sebanyak $14 \times 5 = 70$ responden, sedangkan jumlah maksimal sampel dalam penelitian ini sebanyak $14 \times 10 = 140$. Pada penelitian kali ini menggunakan jumlah perhitungan $14 \times 10 = 140$.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif yang dikuantitatifkan. Data kuantitatif berupa angka atau bilangan yang didapatkan dari hasil jawaban kuesioner berupa pernyataan yang diberikan kepada responden. Data kuantitatif tersebut dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik matematika statistik.

3.3.2 Sumber Data

Berdasarkan cara memperolehnya, sumber data pada penelitian ini terbagi atas:

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitiannya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang akan disebarakan kepada konsumen Seven Dream Syariah Hotel Jember. Sumber data yang didapatkan berupa pernyataan yang berhubungan dengan variabel-variabel yang terkait yaitu meliputi Atribut Islam dan kualitas layanan syariah serta kepuasan konsumen.
- b. Data sekunder merupakan sumber data yang berasal dari buku, jurnal, peraturan menteri, fatwa MUI, internet, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian yang terkait yaitu meliputi Atribut Islam dan kualitas layanan syariah serta kepuasan konsumen.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dari penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah suatu cara pengambilan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei daring, yakni dengan membagikan kuesioner yang berisi beberapa pernyataan terkait atribut Islam, kualitas layanan syariah dan kepuasan. Peneliti membuat kuesioner menggunakan Google Form karena memudahkan peneliti dan responden dalam pengoperasiannya. Pembagian kuesioner daring akan dibagikan melalui grup Whatsapp, Facebook, Line dan Instagram dengan memberikan link kuesioner.

3.5 Identifikasi Variabel

Pada penelitian terdapat dua jenis variabel yang dianalisis, yaitu:

- a. Variabel bebas (*Independent*) merupakan variabel yang terjadi karena adanya perubahan dan perubahan tersebut mempengaruhi variabel terikat (*dependent*) baik secara positif atau negatif. Pada penelitian ini variabel bebas di beri simbol (X), variabel tersebut meliputi:
 - 1) Variabel X1: Atribut Islam
 - 2) Variabel X2: Kualitas Layanan Syariah
- b. Variabel terikat (*Dependent*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain seperti variabel X atau Y variabel terikat atau variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen yang diberi simbol (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan tentang definisi variabel-variabel dan bagaimana suatu variabel diukur. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Atribut Islam (X1)

Atribut Islam ialah ciri-ciri mencangkup kebutuhan muslim yang menyediakan fasilitas penunjang ibadah dan menggunakan aturan Islam dalam penerapannya.

Menurut fatwa DSN-MUI Nomor 108 tahun 2016 indikator Atribut Islam yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Seven Dream Syariah Hotel tidak menyediakan akses pornografi
- b. Seven Dream Syariah Hotel tidak menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan dan kemaksiatan
- c. Ketersediaan restoran dengan makanan dan minuman yang terjamin kehalalannya
- d. Ketersediaan fasilitas yang memadai untuk pelaksanaan ibadah
- e. Pengelola dan karyawan/karyawati mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah

b. Kualitas Layanan Syariah (X2)

Kualitas layanan syariah merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen dengan memberikan hasil usaha secara baik yang berhubungan dengan tingkat layanan akan terpenuhinya harapan dan kebutuhan konsumen. Menurut Zainal dkk., (2017:180) indikator Kualitas Layanan Syariah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. *Compliance* (Kepatuhan)
 - 1) Adanya aturan menginap untuk pasangan laki-laki dan perempuan.
 - 2) Hotel tidak menyediakan minuman beralkohol
- b. *Reliability* (Keandalan)
 - 1) Kemampuan karyawan memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan
 - 2) Kemampuan karyawan memberikan pelayanan tepat waktu
- c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
 - 1) Karyawan Seven Dream Syariah Hotel jember cepat tanggap dalam melakukan pelayanan yang diminta konsumen.

2) Karyawan menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen

d. *Assurance* (Jaminan)

1) Barang yang tersimpan didalam kamar hotel dijamin keamanannya oleh karyawan Seven Dream Syariah Hotel jember.

2) Perlengkapan makan dan minum dijamin kebersihannya

e. *Empathy* (Empati)

1) Karyawan Seven Dream Syariah Hotel jember memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa mampu menangani setiap keluhan.

2) Keramahan sikap karyawan dalam memberikan pelayanan

f. *Tangibles* (Bukti Fisik)

1) Fasilitas kamar hotel yang memadai dengan menyediakan sajadah dan Al-Qur'an

2) Tersedia peralatan yang praktis dikamar mandi tamu untuk bersuci dengan air di urinoir dan kloset

3) Hiasan hotel yang sesuai dengan nilai Islam

4) Penyediaan area parkir yang memadai

c. Kepuasan (Y)

Kepuasan adalah suatu perasaan senang dengan hasil yang dirasakan konsumen setelah mendapatkan layanan yang baik dan memuaskan, serta kinerja perusahaan yang memenuhi harapan. Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2004:101) indikator kepuasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Konsumen Seven Dream Syariah Hotel Jember merasa puas menerima layanan yang sesuai dengan harapan.

b. Konsumen Seven Dream Syariah Hotel Jember berminat untuk menggunakan jasa hotel kembali.

c. Konsumen Seven Dream Syariah Hotel Jember bersedia merekomendasi jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarganya.

3.7 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiono (2012:107) skala *likert* merupakan skala yang berfungsi untuk mengukur sikap, persepsi serta pendapat responden ketika memberikan tanggapan tentang fenomena sosial yang ditetapkan secara spesifik dalam penelitian dan disebut sebagai variabel penelitian. Variabel dalam penggunaan skala *likert* dapat dijabarkan dan diukur menjadi indikator-indikator yang kemudian digunakan sebagai alat untuk membuat pertanyaan.

Terdapat 5 kategori jawaban dan skor dalam penggunaan skala *likert* dalam penelitian ini, yaitu:

- a) Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1
- b) Tidak Setuju (TS) : skor 2
- c) Netral (N) : skor 3
- d) Setuju (S) : skor 4
- e) Sangat Setuju (SS) : skor 5

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui bagaimana kuesioner yang sudah diajukan dapat memperoleh data dan informasi yang sedang dilakukan. Uji validitas dilakukan pada kuesioner dengan cara menghitung koefisien korelasi pada setiap pernyataan dengan membandingkan skor total dan angka kritis r produk moment. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas kuesioner pada penelitian ini adalah menggunakan teknik korelasi *product person moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Ghozali, 2016:85) :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total

n = Jumlah data observasi

Dasar yang digunakan untuk pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung > r tabel pada tingkat $\alpha = 5\%$, maka variabel tersebut dapat dinyatakan valid.
- 2) Jika r hitung < r tabel pada tingkat $\alpha = 5\%$, maka variabel tersebut dapat dinyatakan tidak valid.

Jika terdapat data yang tidak valid dalam penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat melakukan perbaikan dengan mengganti struktur dan maksud kalimat.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menguji atau mengukur kuesioner yang menjadi indikator dari variabel. Jawaban responden terhadap kuesioner yang stabil atau konsisten dari waktu ke waktu dapat digunakan untuk menjadikan suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal (Ghozali, 2016:91). Jadi uji reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan secara berkala dengan tingkat perbedaan yang relatif sama serta konsisten. Metode yang digunakan dalam uji reliabilitas ini merupakan metode *alpha* (α) dalam model *Cronbach Alpha*, apabila variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60 maka variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

Rumus yang digunakan, yaitu:

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas

k = Jumlah variabel bebas dalam persamaan

r = Koefisien rata-rata korelasi antar variabel

3.8.2 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis berdistribusi normal atau tidak. Ghazali (2016:105) menjelaskan bahwa tujuan dari dilakukannya uji normalitas yaitu untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal atau tidak. *Kolmogrov-Smirnov Test* merupakan uji statistik untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan menetapkan derajat keyakinan (α) sebesar 5%.

Kriteria pengujian dengan menggunakan *Kolmogrov-smirnov test* adalah sebagai berikut:

- 1) Data terdistribusi normal apabila nilai signifikan yang dihasilkan $> \alpha$, maka berdistribusi normal.
- 2) Data tidak terdistribusi normal apabila nilai signifikan yang dihasilkan $< \alpha$, maka tidak berdistribusi normal.

3.9 Metode Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus analisis regresi linier berganda, yaitu:

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

y = variabel terikat

a = bilangan konstanta

- b_1 = koefisien regresi variabel atribut Islam
 b_2 = koefisien regresi variabel kualitas layanan syariah
 X_1 = atribut Islam
 X_2 = kualitas layanan syariah

3.10 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah penelitian yang menggunakan model regresi variabel-variabel bebas di dalamnya saling berkorelasi atau tidak. Untuk mengetahui adanya gejala multikolinieritas yaitu dengan menganalisa nilai *Tolerance* dan VIF (*Varian Inflation Factor*) dengan dua kriteria sebagai berikut:

- 1) Dapat dikatakan terdapat multikolinieritas di antara variabel independen apabila nilai VIF > 10 dan *Tolerance* $< 0,1$.
- 2) Dapat dikatakan tidak ada multikolinieritas di antara variabel independen apabila nilai VIF < 10 dan *Tolerance* $> 0,1$.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji perbedaan *variance residual* satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Heteroskedastisitas dapat terjadi apabila dalam satu pengamatan dengan pengamatan lainnya memiliki varian residual yang tidak sama. Apabila dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya memiliki varian residual yang sama maka dapat disebut homoskedastisitas. Sebuah penelitian dengan menggunakan model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Apabila dalam penelitian terdapat suatu model mengalami gejala heteroskedastisitas, maka cara untuk memperbaiki dengan menerapkan transformasi logaritma. Gejala heteroskedastisitas dapat dilihat dari koefisien masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut residual. Suatu model penelitian dinyatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas apabila probabilitas memiliki nilai yang

lebih besar dari nilai signifikan yang ditetapkan $t_{hitung} < t_{tabel}$. Suatu model penelitian dinyatakan mengandung gejala heteroskedastisitas apabila probabilitas memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai signifikan yang telah ditetapkan.

Keberadaan heteroskedastisitas dapat diketahui dengan menerapkan uji gletser. Asumsi dasar adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikan $> 0,05$: tidak terjadi heteroskedastisitas
- 2) Nilai signifikan $< 0,05$: terjadi heteroskedastisitas

3.11 Pengujian hipotesis

Uji Hipotesis digunakan untuk mengetahui kelayakan model regresi berganda yang digunakan sebagai alat analisis untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis yang diterapkan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Uji t (Pengujian Parsial)

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji hipotesis parsial (uji t). Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel atribut Islam dan kualitas layanan syariah dalam menerangkan variabel kepuasan konsumen. Dalam artian apakah atribut Islam dan kualitas layanan syariah berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan melihat langsung hasil perhitungan koefisien regresi melalui aplikasi SPSS pada bagian *unstandardized coefficients* dengan membandingkan *unstandardized coefficients* B dengan *standard error of estimste* sehingga akan diperoleh hasil t hitung. Sebagai dasar pengambilan keputusan criteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05). Hal ini berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha$ (0,05). Hal ini berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengukur sejauh mana model mampu menerangkan kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun nilai koefisien determinasi berganda ialah antara nol dan satu (Ghozali, 2016:110). Kriteria pengambilan keputusan dengan nilai R^2 antara 0 dan 1. Jika $R^2 = 0$, maka tidak ada hubungan antara variabel X dan Y. Dan jika $R^2 = 1$, maka ada hubungan antara variabel X dan Y. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi berganda menurut Sugiyono (2012:184) sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 X_1 Y + b_2 X_2 Y}{Y^2}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien penentu berganda

B = Koefisien berganda

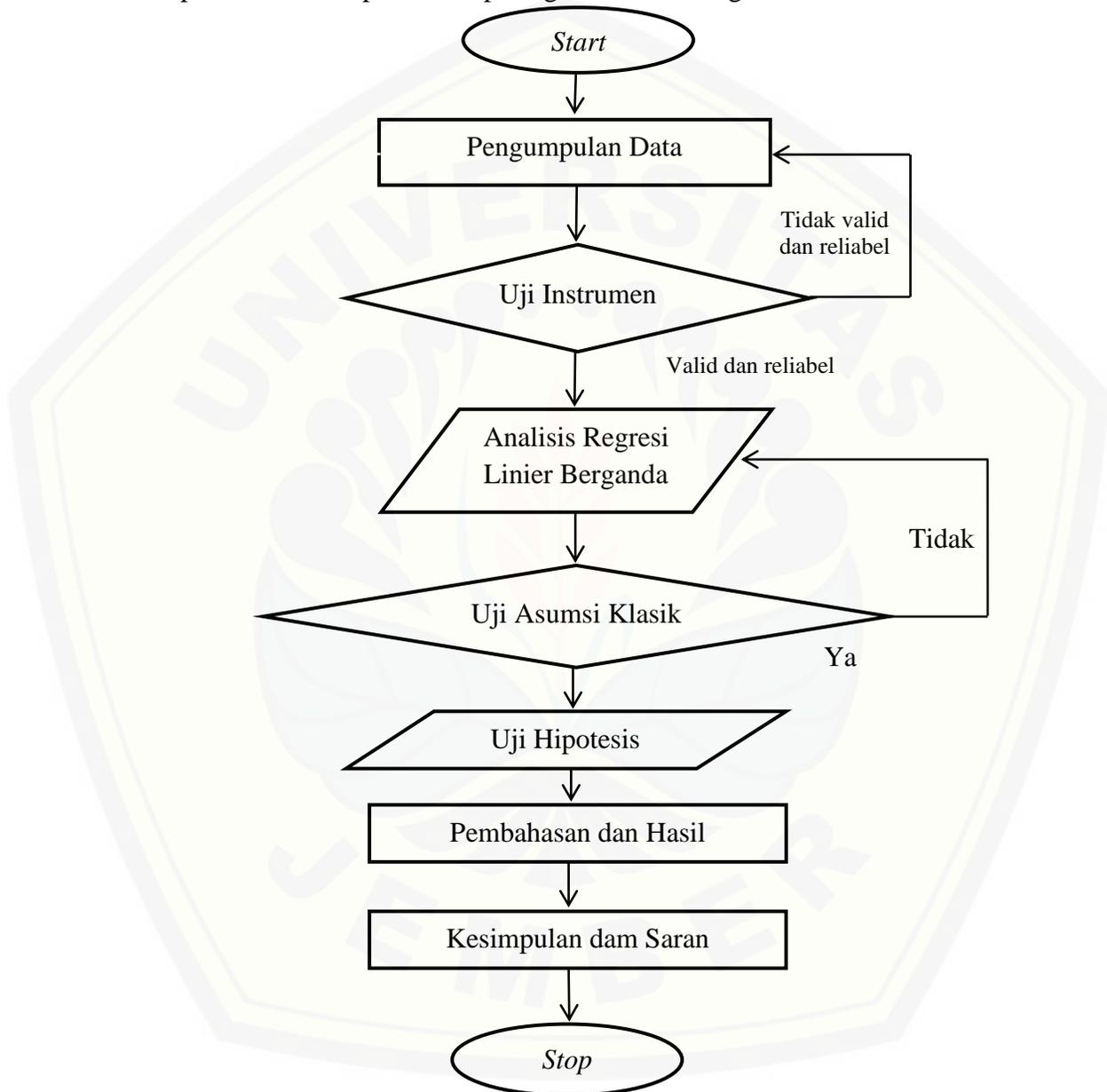
Y = Kepuasan Konsumen

X_1 = Atribut Islam

X_2 = Kualitas Layanan Syariah

3.12 Kerangka Pemecahan Masalah

Berdasarkan uraian masalah yang ada, maka kerangka pemecahan masalah dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.1 sebagai berikut:



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan :

1. *Start*, yaitu tahap awal dalam melakukan penelitian.
2. Proses mengumpulkan data dari kuesioner yang telah dibagikan.
3. Uji instrumen, yaitu digunakan untuk menguji apakah layak atau tidak kuesioner yang telah disebarakan yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, dan uji normalitas. Jika hasil uji dinyatakan tidak valid dan tidak reliabel maka kembali ke langkah sebelumnya.
4. Dalam penelitian ini untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan analisis linier berganda.
5. Uji asumsi klasik merupakan proses untuk melakukan pengolahan data menggunakan uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas. Jika hasil uji mengandung multikolinearitas dan heterokedastisitas maka kembali ke langkah sebelumnya.
6. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji F yaitu untuk mengetahui signifikasi dari pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan dan Uji t yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.
7. Pembahasan merupakan tahap melakukan penguraian terhadap hasil yang diperoleh dari data yang telah diolah.
8. Kesimpulan berasal dari data-data yang diperoleh dari pembahasan hasil analisis data. Kemudian menyimpulkan saran terhadap pihak-pihak terkait.
9. Stop adalah berakhirnya penelitian yang telah dilakukan kemudian menguraikan hasil dari penelitian.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh atribut Islam dan kualitas layanan syariah terhadap kepuasan konsumen, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Atribut Islam berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa keinginan dan kebutuhan konsumen akan tempat menginap sangat beragam. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen dalam memilih hotel bukan hanya berdasarkan fasilitas saja, tetapi ada faktor lain terkait atribut Islam yang membuat mereka merasa nyaman dalam memilih menginap di hotel syariah.
- b. Kualitas layanan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan saja tidaklah cukup bagi sebagian orang yang memilih menginap di hotel syariah. Tetapi juga, jaminan bahwa hotel tersebut mengikuti aturan-aturan syariat Islam menjadi bagian penting yang tidak terpisahkan bagi sebagian konsumen pengguna hotel syariah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang telah dilakukan tentang pengaruh atribut Islam dan kualitas layanan syariah terhadap kepuasan konsumen, maka saran yang dapat ditambahkan adalah sebagai berikut:

- a. Seven Dream Syariah Hotel hendaknya lebih memperhatikan atribut Islam supaya dapat meningkatkan kepuasan konsumen untuk menginap, diantaranya yaitu pertama hotel berusaha segera untuk mendapatkan sertifikat hotel syariah yang diterbitkan oleh MUI untuk menunjukkan kategori hotel syariah hilal I atau hilal II. Kedua, restoran hotel berusaha segera untuk mendapatkan

sertifikat halal dari MUI. Ketiga lebih memperbaiki fasilitas ibadah didalam hotel seperti musolah yang kurang luas, dan belum adanya penyekat antara laki-laki dan perempuan.

- b. Seven Dream Syariah Hotel hendaknya selalu meningkatkan kualitas layanan syariah supaya dapat meningkatkan kepuasan konsumen untuk menginap, diantaranya yaitu pertama mengenai keandalan karyawan dalam setiap tugasnya melayani konsumen harus mampu memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan dan tepat waktu dalam hal apapun dalam hal ini konsumen memilih netral yang menjadi jawaban tertinggi. Kedua yaitu beberapa bukti fisik hotel seperti hiasan lukisan yang ditampilkan harusnya memberikan nilai-nilai Islami, yang sesuai dengan tujuan hotel syariah dengan menerapkan prinsip Islam didalamnya.
- c. Penelitian berikutnya dapat mencari atau menambah variabel berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
- d. Penelitian berikutnya dapat mencari atau menambah objek atau instansi lainnya dengan melakukan perbandingan dengan hasil penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Guspul. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo). *Jurnal PPKM UNSIQ I*. 40-54.
- Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Basalamah, Anwar. 2011. Hadirnya Kemasan Syariah Dalam Bisnis Perhotelan Di Tanah Air. Jakarta: *Binus Business Review* 2 (2): 763-769.
- Battour, M., M. N. Ismail & M. Battor. 2010. The Impact of Destination Attributes on Moslem Tourist's Choice. *International Journal of Tourism Research*. 13 (6): 527-540.
- Battour, M., M. N. Ismail & M. Battor. 2010. Toward a halal tourism market. *Tourism Analysis*. 15 (4) : 461-470.
- Battour, M., Ismail, M.N. and Battor, M. 2011. The impact of destination attributes on muslim tourist's choice. *International Journal of Tourism Research*. 13 (6) : 527-540.
- Battour, M., Battor, M. and Bhatti, M.A. 2014. Islamic attributes of destination: construct development and measurement validation, and their impact on tourist satisfaction. *International Journal of Tourism Research*. 16 (6) : 556-564.
- Battour, M. and Ismail, M.N. 2016. Halal tourism: concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*. 19 : 150-154.
- Daniel, C. and Berinyuy, L. 2010. Using the SERVQUAL model to assess service quality and customer satisfaction: an empirical study of grocery stores in Umea. *Master thesis, Umea School of Business. Umea*.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 108 Tahun 2016. *Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah*. 01 Oktober 2016. Jakarta..

- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Henderson, J.C. 2010. Sharia-compliant hotels. *Tourism and Hospitality Research*. 10 (3): 246-254.
- <https://jatim.kemenag.go.id/file/file/Data2014/caux1413869522.pdf> [Diakses pada 9 Desember 2019].
- <http://laboseanografi.mipa.unsri.ac.id/wp-content/uploads/2012/04/tabel-r.pdf> [Diakses pada 9 Desember 2019].
- <https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/city/jember-103361/cheap-hotels-in-jember> [Diakses pada 5 Desember 2019].
- Jahanshahi, A.A. 2011. Study the effects of customer service and product quality on customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science*. 1 (7): 253-254.
- Jamal, A. and Naser, K. (2002). Customer satisfaction and retail banking: an assessment of some of the key antecedents of customer satisfaction in retail banking. *International Journal of Bank Marketing*. 20 (4) : 146-160.
- Janahi. 2016. The Impact Of Customer Service Quality On Customer Satisfaction In Islamic Banking. *Jurnal Of Islamic Marketing*. 8 (4): 595-604.
- Juniawan, Ambardi. 2014. Kualitas Pelayanan Islami Dan Keputusan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Jakarta. *Jurnal Liquidity*. 3 (1): 51-59.
- Javed, N. 2007. Islamic Hotel Branding and Muslim Hospitality. available at: www.salesvantage.com/article/1143/Islamic-Hotel-Branding-Muslim-Hospitality [Diakses pada 24 Oktober 2019].
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium. Jakarta : Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran I Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Malhotra. 2005. Riset Penelitian. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Mansyuroh, Annajiyah Firqah. 2018. Peluang Dan Tantangan Bisnis Hotel Syariah Pada Masyarakat Kosmopolitan. *Jurnal Studi Ekonomi*. 9 (2) : 91-103.
- Mudassir Rayfur. 2019. Indonesia Destinasi Wisata Halal terbaik dunia 2019. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190409/12/909833/indonesia-destinasi-wisata-halal-terbaik-dunia-2019>. [Diakses pada 25 September 2019]
- Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014. *Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah*. 17 Januari 2014. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 74. Jakarta.
- Owen, L. and Othman, A. 2001, Developing an Instrument to measure customer service quality (SQ) in Islamic banking, *International Journal of Islamic Financial Services*. 3 (1):1-26.
- Sabri, Fahrudin Ali. 2010. Perkembangan Hotel Syariah Di Indonesia Mengonsep Pariwisata Islami. *Karsa*. XVIII (2): 114-122
- Salma, Fitri Solahika dan Ririn Tri Ratnasari. 2015. Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalmias Di Surabaya. *JESTT*. 2 (4): 322-339.
- Satriana, Eka Dewi dan Hayyun Durrotul Faridah. 2018. Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, dan Tantangan. *Journal of Halal Product and research (JHPR)*.01 (2): 32-43.
- Seven Dreamhotel.com [Diakses pada 29 Juli 2019]
- Shemmary, Al S. 2010. Measuring the customer satisfaction in National Bank of Kuwait (NBK): exploratory study, *Master dissertation, Al Ahlia University, Kingdomof Bahrain*.
- Sofyan, Riyanto. 2016. Bisnis Syariah. Mengapa Tidak? Pengalaman Penerapan pada Bisnis Hotel. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Stephenson, M.L. 2014. Deciphering 'Islamic hospitality': developments, challenges and opportunities, *Tourism Management*. 40 (2) : 155-164.
- Sugiyono. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2004. Service, quality satisfaction. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Zainal, Rivai., Firdaus Djaelani., Salim Basalamah., Husna Leila., Andria Permata. 2007 *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zamani Farahni, H. & Henderson, J.C. (2010). Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: the cases of Iran and Saudi Arabia. *Internasional Journal of Tourism Research*, 12(1), 79-89.

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Saudara/i Responden
di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penulisan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) dari Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember berjudul **“Pengaruh Atribut Islam dan Kualitas Layanan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen Seven Dream Syariah Hotel Jember”** maka saya yang beridentitas:

nama : Umi Aliyatul Himmah
NIM : 170810201311
fakultas/ jurusan : Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen
universitas : Universitas Jember

Mohon ketersediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang telah saya sediakan. Sesuai dengan etika penelitian, identitas Bapak/Ibu/Saudara/I akan dijamin kerahasiaannya. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini saja. Saya sebagai peneliti memohon maaf apabila mengganggu waktu dan kesibukan Bapak/Ibu/Saudara/i. Kerjasama dari Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berarti untuk kesuksesan penelitian ini.

Atas perhatian dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i, saya sampaikan terima kasih.

Hormat saya,

Umi Aliyatul Himmah

170810201311

KUESIONER PENELITIAN

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
3. Usia :
a. 17-30 b. 31-40 c. 41-50 d. 51 ke atas
4. Agama : a. Muslim b. Non Muslim
5. Pekerjaan : Mahasiswa
 Ibu Rumah Tangga
 Pegawai Swasta
 Pegawai Negeri
 Wiraswasta
 Lainnya :
6. Alasan menginap : Pekerjaan
 Berlibur
 Menikmati fasilitas promo
 Lainnya :
7. Menginap dengan siapa ? :
 Keluarga
 Suami/Istri
 Teman
 Lainnya :

Petunjuk pengisian

1. Pernyataan ini mohon diisi sesuai dengan keadaan dan kenyataan yang ada
2. Berilah tanda centang (√) pada jawaban yang telah disediakan dan dianggap paling sesuai.
3. Terdapat 5 pilihan jawaban yaitu:

- a) Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1
 b) Tidak Setuju (TS) : skor 2
 c) Netral (N) : skor 3
 d) Setuju (S) : skor 4
 e) Sangat Setuju (SS) : skor 5

Atribut Islam

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Seven Dream Syariah Hotel tidak menyediakan akses pornografi					
2.	Seven Dream Syariah Hotel tidak menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan dan kemaksiatan					
3..	Ketersediaan restoran dengan makanan dan minuman yang terjamin kehalalannya					
4.	Ketersediaan fasilitas beribadah yang memadai didalam hotel					
5.	Pengelola dan karyawan/karyawati mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah					

Kualitas Layanan Syariah

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	Compliance (kepatuhan)					
1.	Adanya aturan menginap untuk pasangan laki-laki dan perempuan ditunjukkan dengan kartu nikah					
2.	Hotel Seven Dream Syariah tidak menyediakan minuman beralkohol					
	Reliability (Keandalan)					

3.	Karyawan mampu memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan					
4.	Karyawan mampu memberikan pelayanan tepat waktu					
Responsiveness (Daya Tanggap)						
5.	Karyawan cepat tanggap dalam melakukan pelayanan yang diminta konsumen					
6.	Karyawan menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen					
Assurance (Jaminan)						
7.	Barang yang tersimpan didalam kamar hotel dijamin keamanannya					
8.	Perlengkapan makan dan minum dijamin kebersihannya					
Empathy (Empati)						
9.	Karyawan mampu menangani setiap keluhan konsumen					
10.	Sikap karyawan ramah dalam memberikan pelayanan					
Tangibles (Bukti Fisik)						
11.	Fasilitas kamar hotel yang memadai dilengkapi dengan fasilitas ibadah (sajadah, Al-Qur'an dan arah kiblat)					
12.	Tersedia peralatan yang praktis dikamar mandi tamu untuk bersuci dengan air di urinoir dan kloset					
13.	Hiasan hotel yang sesuai dengan nilai Islam					
14.	Penyediaan area parkir yang memadai					

Kepuasan Konsumen

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa puas menerima layanan hotel yang sesuai dengan harapan					
2.	Saya berminat untuk menggunakan jasa hotel kembali					

3.	Saya bersedia merekomendasi jasa hotel kepada teman atau keluarga					
----	---	--	--	--	--	--



Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden

NO.	ATRIBUT ISLAM (X1)					TOTAL (X1)	KUALITAS LAYANAN SYARIAH (X2)																TOTAL (X2)	KEPUASAN (Y)			TOTAL (Y1)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X2.1 a	X2.1 b	RATA X2.1	X2.2 a	X2.2 b	RATA X2.2	X2.3 a	X2.3 b	RATA X2.3	X2.4 a	X2.4 b	RATA X2.4	X2.5 a	X2.5 b	RATA X2.5	X2.6 a		X2.6 b	X2.6 c	X2.6 d		RATA X2.6	Y1.1	Y1.2	Y1.3
1	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	
2	4	4	5	4	3	20	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	22	4	4	3	11	
3	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	
4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	23	4	4	4	12	
5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	24	4	4	4	12
6	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	
7	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	14	
8	5	4	5	4	5	23	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	26	5	4	4	13	
9	3	3	5	5	3	19	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	22	4	4	3	11	
10	4	4	5	4	5	22	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	27	4	4	4	12	
11	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	22	4	4	5	13	
12	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	29	4	4	4	12	
13	5	4	4	3	4	20	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	3	4	3	3	3	26	4	3	3	10	
14	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	26	4	4	4	12	
15	4	2	3	3	4	16	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	20	4	4	3	11	
16	5	4	4	4	4	21	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	24	4	4	4	12	
17	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	21	4	3	3	10	
18	3	3	5	4	3	18	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	22	4	4	4	12	
19	4	4	4	4	4	20	4	2	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	
20	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	25	4	4	4	12	
21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	2	4	2	4	3	20	4	4	4	12	
22	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	19	4	3	3	10	
23	4	5	4	4	4	21	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	12	
24	5	5	4	4	5	23	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	26	4	4	4	12	
25	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	14	
26	5	4	4	4	4	21	3	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	26	4	4	4	12	
27	4	2	3	2	4	15	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	3	3	2	4	2	3	19	4	3	2	9	
28	3	3	3	3	3	15	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	19	3	3	3	9	
29	4	4	3	2	2	15	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	3	2	4	3	19	3	2	2	7	
30	4	4	5	4	4	21	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	28	5	4	4	13	
31	3	3	2	2	2	12	4	3	4	2	2	2	2	2	4	3	4	2	2	2	4	4	3	2	3	16	3	2	2	7	
32	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	21	4	4	3	11	
33	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	1	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	24	5	4	4	13	
34	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	28	5	5	4	14	
35	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	24	4	4	4	12	
36	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	25	4	4	4	12	
37	4	3	5	4	4	20	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	24	5	4	4	13	
38	5	5	5	4	3	22	5	5	5	3	4	4	3	5	4	5	5	3	5	4	5	3	4	4	4	26	5	4	4	13	
39	3	3	1	1	4	12	2	2	2	1	1	1	2	2	2	3	3	1	1	1	3	2	3	1	2	11	2	2	2	6	
40	5	5	4	3	5	22	5	5	5	3	4	4	4	3	4	5	4	5	2	3	3	5	4	3	4	23	4	3	3	10	

41	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	22	4	3	4	11		
42	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	26	5	4	4	13	
43	3	4	4	4	5	20	5	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	24	5	4	3	12		
44	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	3	3	3	24	4	4	4	12		
45	5	5	5	4	3	22	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	22	4	4	3	11	
46	4	4	3	3	4	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	20	3	3	3	9	
47	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	29	5	4	4	13		
48	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	22	4	3	3	10	
49	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15		
50	4	4	3	3	4	18	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	22	3	3	3	9		
51	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	14		
52	4	4	5	4	3	20	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	23	5	4	4	13	
53	5	5	4	5	4	23	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	4	25	4	5	5	14	
54	5	5	4	4	4	22	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	27	4	4	4	12	
55	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	28	5	5	4	14	
56	3	4	4	4	5	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	24	4	4	3	11	
57	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	22	4	4	3	11	
58	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	23	4	4	3	11	
59	5	4	4	3	3	19	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	25	5	4	4	13	
60	5	5	5	5	3	23	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	4	27	5	5	5	15	
61	5	4	4	4	5	22	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	26	4	4	4	12	
62	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	24	4	4	4	12	
63	5	5	4	3	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	11	
64	4	4	3	3	4	18	5	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	22	4	3	3	10	
65	5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	14	
66	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	27	5	5	5	15
67	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	23	4	4	4	12	
68	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	23	4	3	3	10	
69	3	4	4	4	4	19	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	4	2	4	4	25	4	4	4	12
70	3	4	5	3	2	17	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	2	4	4	25	5	3	3	11
71	3	4	4	4	4	19	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	4	3	4	4	25	4	4	4	12
72	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	28	4	5	4	13
73	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	27	4	5	5	14
74	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	
75	5	5	4	3	4	21	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	26	4	3	3	10	
76	3	4	3	3	3	16	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	2	3	21	3	3	3	9	
77	5	5	4	4	5	23	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	26	4	4	4	12	
78	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	23	4	4	4	12
79	4	4	5	5	4	22	5	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	24	4	4	4	12	
80	4	4	5	4	3	20	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	24	4	4	4	12	

81	5	5	4	4	3	21	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	3	3	4	25	4	4	4	12	
82	4	4	4	3	4	19	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	2	4	4	26	4	3	3	10	
83	3	4	4	4	4	19	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	3	4	4	26	4	4	4	12	
84	3	3	4	4	4	18	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	24	4	4	3	11		
85	3	3	4	4	3	17	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	25	5	4	4	13	
86	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	24	4	4	3	11		
87	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	25	4	4	4	12		
88	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	29	5	5	5	15
89	5	4	4	4	5	22	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	28	4	4	4	12	
90	5	3	4	5	5	22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	30	5	4	4	13
91	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	
92	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12		
93	4	4	4	4	5	21	4	4	4	2	2	2	2	4	3	4	4	4	2	4	3	2	4	2	4	3	19	3	3	3	9	
94	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	3	2	3	3	20	4	4	3	11	
95	4	4	4	3	5	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	22	4	4	4	12		
96	5	3	5	4	3	20	5	4	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	25	5	4	4	13	
97	5	4	5	4	3	21	5	4	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	25	5	4	4	13	
98	4	3	3	3	3	16	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	20	3	3	3	9		
99	5	4	4	5	4	22	5	4	5	4	3	4	5	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	25	4	5	5	14	
100	5	4	3	2	4	18	4	2	3	2	2	2	2	2	2	4	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	16	3	2	4	9	
101	5	5	5	5	3	23	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	25	5	5	4	14		
102	4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	24	5	5	4	14	
103	4	3	4	5	4	20	4	5	5	4	5	5	4	3	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	26	4	5	3	12		
104	3	3	4	4	4	18	4	2	3	4	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	3	19	4	4	4	12	
105	5	4	5	5	4	23	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	26	5	5	4	14		
106	5	4	5	5	4	23	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	26	5	5	4	14		
107	5	5	4	3	3	20	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	25	4	3	5	12		
108	4	4	4	4	5	21	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	5	4	5	5	3	3	4	25	4	4	4	12	
109	5	4	4	4	5	22	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	26	4	4	5	13	
110	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	24	4	4	4	12	
111	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	25	4	4	4	12	
112	4	3	5	5	4	21	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	26	5	5	5	15	
113	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	2	22	4	4	4	12	
114	5	4	4	3	4	20	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	23	4	4	4	12	
115	5	5	4	4	3	21	4	5	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	22	4	4	4	12	
116	4	3	4	4	4	19	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	5	4	5	4	3	4	4	27	4	4	4	12	
117	4	5	4	4	4	21	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4	25	4	4	5	13	
118	3	3	4	3	4	17	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	3	4	4	24	4	4	3	11	
119	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	2	4	4	27	4	4	4	12	
120	4	4	2	3	4	17	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	5	4	2	2	22	3	3	3	9	

121	3	5	4	3	4	19	2	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	3	20	4	3	3	10
122	4	4	4	4	4	20	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	21	4	4	4	12
123	4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	2	3	25	5	4	4	13
124	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	22	4	4	3	11
125	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	24	4	4	4	12
126	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	3	4	4	26	4	4	4	12
127	5	5	4	4	3	21	5	5	5	5	4	5	3	5	4	3	4	4	3	5	4	5	5	2	3	4	25	4	4	4	12
128	4	5	4	3	3	19	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	25	4	4	4	12
129	4	4	5	4	3	20	5	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	3	5	4	5	5	4	4	5	26	5	4	3	12
130	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	26	4	4	4	12
131	5	5	4	4	2	20	5	5	5	5	4	5	1	5	3	5	4	5	3	5	4	5	4	3	4	4	25	4	4	4	12
132	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	25	4	4	4	12
133	4	4	5	3	5	21	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	26	5	3	4	12
134	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	25	4	4	4	12
135	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	26	4	4	4	12
136	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	25	4	4	3	11
137	5	5	4	4	5	23	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	24	4	4	3	11
138	4	3	4	4	5	20	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	3	4	4	26	5	4	4	13
139	5	5	4	4	1	19	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	4	3	3	4	26	5	4	4	13
140	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	5	3	4	4	26	4	4	4	12

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	22	15.7	15.7	15.7
	4	57	40.7	40.7	56.4
	5	61	43.6	43.6	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.4	1.4	1.4
	3	21	15.0	15.0	16.4
	4	72	51.4	51.4	67.9
	5	45	32.1	32.1	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.7	.7	.7
	2	2	1.4	1.4	2.1
	3	10	7.1	7.1	9.3
	4	91	65.0	65.0	74.3
	5	36	25.7	25.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.7	.7	.7
	2	4	2.9	2.9	3.6

	3	27	19.3	19.3	22.9
	4	85	60.7	60.7	83.6
	5	23	16.4	16.4	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.7	.7	.7
	2	4	2.9	2.9	3.6
	3	29	20.7	20.7	24.3
	4	74	52.9	52.9	77.1
	5	32	22.9	22.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.7	.7	.7
	3	8	5.7	5.7	6.4
	4	46	32.9	32.9	39.3
	5	85	60.7	60.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.7	.7	.7
	2	4	2.9	2.9	3.6
	3	21	15.0	15.0	18.6
	4	74	52.9	52.9	71.4
	5	40	28.6	28.6	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	2.9	2.9	2.9
	3	13	9.3	9.3	12.1
	4	87	62.1	62.1	74.3
	5	36	25.7	25.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	5.0	5.0	5.0
	4	73	52.1	52.1	57.1
	5	60	42.9	42.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.7	.7	.7
	2	1	.7	.7	1.4
	3	13	9.3	9.3	10.7
	4	90	64.3	64.3	75.0
	5	35	25.0	25.0	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.4	1.4	1.4

	3	26	18.6	18.6	20.0
	4	84	60.0	60.0	80.0
	5	28	20.0	20.0	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.7	.7	.7
	3	10	7.1	7.1	7.9
	4	90	64.3	64.3	72.1
	5	39	27.9	27.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	2.9	2.9	2.9
	3	23	16.4	16.4	19.3
	4	89	63.6	63.6	82.9
	5	24	17.1	17.1	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	2.9	2.9	2.9
	3	36	25.7	25.7	28.6
	4	84	60.0	60.0	88.6
	5	16	11.4	11.4	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Lampiran 3. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden

No.	Jenis Kelamin	Usia	Agama	Pekerjaan	Alasan Menginap	Teman Menginap
1	Perempuan	17-30	Muslim	Wiraswasta	Berlibur	Suami/Istri
2	Perempuan	17-30	Muslim	Ibu Rumah Tangga	Wisuda	Teman
3	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Keluarga
4	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Keluarga
5	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Pekerjaan	Teman
6	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Pekerjaan	Teman
7	Perempuan	17-30	Muslim	Wiraswasta	Acara kampus	-
8	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
9	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Pekerjaan	Sendiri
10	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Cari Loker	Dengan diri sendiri
11	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
12	Laki-laki	31-40	Muslim	Agen asuransi syariah	Pekerjaan	Suami/Istri
13	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Ada acara wisuda di kampus	Keluarga
14	Perempuan	17-30	Muslim	Wiraswasta	Acara seminar	Teman
15	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Keluarga
16	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Registrasi SBMPTN	Keluarga
17	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
18	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Tempat istirahat	Keluarga
19	Laki-laki	17-30	Muslim	Pegawai Swasta	Berlibur	Teman
20	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Keluarga
21	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Teman
22	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Keluarga
23	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Keluarga
24	Laki-laki	41-50	Non Muslim	Pegawai Swasta	Berlibur	Sendirian
25	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Keluarga
26	Perempuan	17-30	Muslim	Ibu Rumah Tangga	Utk wisuda	Keluarga

27	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Acara kampus	Teman
28	Perempuan	31-40	Muslim	pegawai badan publik	Berlibur	Keluarga
29	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Pekerjaan	Teman
30	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Teman
31	Perempuan	17-30	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Teman
32	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Teman
33	Laki-laki	17-30	Muslim	Wiraswasta	Menikmati Fasilitas Promo	Keluarga
34	Perempuan	17-30	Muslim	Wiraswasta	Berlibur	Keluarga
35	Perempuan	17-30	Muslim	Wiraswasta	Berlibur	Keluarga
36	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Keluarga
37	Laki-laki	17-30	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Sendiri
38	Laki-laki	17-30	Muslim	Pegawai Swasta	Berlibur	Teman
39	Laki-laki	31-40	Muslim	Pegawai Negeri	Berlibur	Teman
40	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Teman
41	Laki-laki	17-30	Muslim	Wiraswasta	Berlibur	Teman
42	Laki-laki	31-40	Muslim	Pegawai Negeri	Menikmati Fasilitas Promo	Keluarga
43	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Keluarga
44	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Keluarga
45	Perempuan	17-30	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Sendiri
46	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Keluarga
47	Perempuan	17-30	Muslim	Guru	Berlibur	Keluarga
48	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Jadi buddies untuk UJICC 2019	Teman
49	Laki-laki	17-30	Muslim	Wiraswasta	Berlibur	Suami/Istri
50	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
51	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Pekerjaan	Keluarga
52	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
53	Laki-laki	17-30	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Mitra
54	Laki-laki	31-40	Muslim	Pegawai Negeri	Menikmati Fasilitas Promo	Keluarga
55	Laki-laki	31-40	Muslim	Wiraswasta	Nunggu anak pentas seni	Keluarga
56	Laki-laki	31-40	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Teman

57	Perempuan	31-40	Muslim	Ibu Rumah Tangga	Berlibur	Keluarga
58	Perempuan	51 Ke atas	Muslim	Pegawai Negeri	Tempat istirahat untuk seminar	Teman
59	Perempuan	17-30	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Teman
60	Laki-laki	17-30	Muslim	Wiraswasta	Pekerjaan	Teman
61	Perempuan	31-40	Muslim	Pegawai Negeri	Nengok anak sekolah	Keluarga
62	Laki-laki	41-50	Muslim	Pegawai Negeri	Pekerjaan	Sendiri
63	Perempuan	31-40	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Teman
64	Laki-laki	17-30	Muslim	Pegawai Swasta	Menikmati Fasilitas Promo	Keluarga
65	Laki-laki	41-50	Muslim	Wiraswasta	Pekerjaan	Teman
66	Laki-laki	41-50	Muslim	BUMN	Berlibur	Keluarga
67	Laki-laki	17-30	Muslim	Wiraswasta	Mengisi acara seminar	Sendiri
68	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Ikut lomba di unej	Teman
69	Perempuan	17-30	Muslim	Guru honorer	Pekerjaan	Teman
70	Perempuan	17-30	Muslim	Ibu Rumah Tangga	Wisuda anak	Keluarga
71	Laki-laki	31-40	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Sendiri
72	Laki-laki	17-30	Muslim	Wiraswasta	Pekerjaan	Suami/Istri
73	Laki-laki	41-50	Muslim	Wiraswasta	Menjenguk anak kuliah di Unej	Keluarga
74	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Teman
75	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
76	Laki-laki	17-30	Muslim	Tenaga Honorer	Berlibur	Teman
77	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Teman
78	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Teman
79	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Keluarga
80	Laki-laki	31-40	Muslim	guru honorer	Diklat	Teman
81	Perempuan	31-40	Muslim	Pegawai Swasta	anak wisuda	Suami/Istri
82	Laki-laki	51 Ke atas	Muslim	Wiraswasta	Pekerjaan	Sendiri
83	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Lomba	Teman
84	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Lomba	Teman
85	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
86	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman

87	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	ikut SBMPTN	Orang tua
88	Laki-laki	17-30	Muslim	Wiraswasta	Berlibur	Suami/Istri
89	Perempuan	17-30	Muslim	Pegawai Negeri	Pekerjaan	Teman
90	Laki-laki	41-50	Muslim	Wiraswasta	Berlibur	Keluarga
91	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
92	Perempuan	41-50	Muslim	Ibu Rumah Tangga	Berlibur	Keluarga
93	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
94	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
95	Perempuan	17-30	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Teman
96	Perempuan	17-30	Muslim	Wiraswasta	Berlibur	Teman
97	Perempuan	17-30	Muslim	Wiraswasta	Berlibur	Teman
98	Laki-laki	17-30	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Teman
99	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
100	Laki-laki	31-40	Muslim	Wiraswasta	Pekerjaan	Teman
101	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
102	Perempuan	41-50	Muslim	Ibu Rumah Tangga	Mengantar anak kuliah	Anak
103	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Pekerjaan	Teman
104	Laki-laki	31-40	Muslim	Wiraswasta	Pekerjaan	Teman
105	Perempuan	17-30	Muslim	Ibu Rumah Tangga	Menikmati Fasilitas Promo	Keluarga
106	Perempuan	17-30	Muslim	Ibu Rumah Tangga	Menikmati Fasilitas Promo	Keluarga
107	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Lomba	Teman
108	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	MTQ di UNEJ	Teman
109	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Teman
110	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
111	Laki-laki	17-30	Muslim	Pelajar	Berlibur	Keluarga
112	Perempuan	17-30	Muslim	Pegawai Swasta	Berlibur	Teman
113	Laki-laki	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Keluarga
114	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
115	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Berlibur	Teman
116	Laki-laki	41-50	Muslim	Pegawai Swasta	Mengikuti seminar internasional	Sendiri

117	Perempuan	17-30	Muslim	Wiraswasta	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
118	Laki-laki	31-40	Muslim	Pegawai Swasta	Wisuda	Keluarga
119	Perempuan	51 Ke atas	Muslim	Pegawai Swasta	Wisuda suami	Suami/Istri
120	Perempuan	31-40	Muslim	Wiraswasta	Ada saudara wisuda	Keluarga
121	Laki-laki	17-30	Muslim	Pegawai Swasta	Berlibur	Teman
122	Perempuan	17-30	Muslim	Wiraswasta	Pekerjaan	Teman
123	Laki-laki	31-40	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Teman
124	Perempuan	17-30	Muslim	Mahasiswa	Menikmati Fasilitas Promo	Teman
125	Laki-laki	31-40	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Teman
126	Laki-laki	31-40	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Sendiri
127	Laki-laki	31-40	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Sendirian saja
128	Perempuan	51 Ke atas	Muslim	Wiraswasta	Menghadiri wisuda anak di Unmuh	Keluarga
129	Laki-laki	51 Ke atas	Muslim	Pegawai Swasta	Acara wisudanya anak	Keluarga
130	Perempuan	41-50	Muslim	Wiraswasta	Istirahat sementara	Sendiri
131	Laki-laki	31-40	Muslim	Pegawai Negeri	Pekerjaan	Suami/Istri
132	Perempuan	31-40	Muslim	Pegawai Negeri	Pekerjaan	Teman
133	Laki-laki	31-40	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Teman
134	Laki-laki	31-40	Muslim	Wiraswasta	Pekerjaan	Suami/Istri
135	Laki-laki	41-50	Muslim	Pegawai Negeri	Wisuda	Suami/Istri
136	Perempuan	41-50	Muslim	Pegawai Swasta	Wisuda	Suami/Istri
137	Laki-laki	31-40	Muslim	Pegawai Swasta	Pekerjaan	Sendiri
138	Laki-laki	41-50	Muslim	Pegawai Negeri	Berlibur	Keluarga
139	Perempuan	41-50	Muslim	Pegawai Negeri	Berlibur	Keluarga
140	Laki-laki	31-40	Muslim	Wiraswasta	Pekerjaan	Teman

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	63	45.0	45.0	45.0
	2	77	55.0	55.0	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	94	67.1	67.1	67.1
	2	27	19.3	19.3	86.4
	3	14	10.0	10.0	96.4
	4	5	3.6	3.6	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Agama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	139	99.3	99.3	99.3
	2	1	.7	.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	57	40.7	40.7	40.7
	2	8	5.7	5.7	46.4
	3	30	21.4	21.4	67.9
	4	14	10.0	10.0	77.9
	5	28	20.0	20.0	97.9
	6	3	2.1	2.1	100.0

Total	140	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Alasan_menginap

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	37	26.4	26.4	26.4
2	42	30.0	30.0	56.4
3	27	19.3	19.3	75.7
4	11	7.9	7.9	83.6
5	4	2.9	2.9	86.4
6	2	1.4	1.4	87.9
7	5	3.6	3.6	91.4
8	3	2.1	2.1	93.6
9	3	2.1	2.1	95.7
10	2	1.4	1.4	97.1
11	1	.7	.7	97.9
12	2	1.4	1.4	99.3
13	1	.7	.7	100.0
Total	140	100.0	100.0	

Teman_menginap

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	45	32.1	32.1	32.1
2	11	7.9	7.9	40.0
3	69	49.3	49.3	89.3
4	15	10.7	10.7	100.0
Total	140	100.0	100.0	

Lampiran 4 : Uji Instrumen**a. Uji Validitas****Atribut Islam**

		Correlations					TOTAL_X
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	1
X1.1	Pearson Correlation	1	.564**	.283**	.319**	.232**	.717**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.006	.000
	N	140	140	140	140	140	140
X1.2	Pearson Correlation	.564**	1	.279**	.279**	.130	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.001	.126	.000
	N	140	140	140	140	140	140
X1.3	Pearson Correlation	.283**	.279**	1	.676**	.099	.679**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.000	.247	.000
	N	140	140	140	140	140	140
X1.4	Pearson Correlation	.319**	.279**	.676**	1	.242**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.004	.000
	N	140	140	140	140	140	140
X1.5	Pearson Correlation	.232**	.130	.099	.242**	1	.535**
	Sig. (2-tailed)	.006	.126	.247	.004		.000
	N	140	140	140	140	140	140
TOTAL_X 1	Pearson Correlation	.717**	.670**	.679**	.745**	.535**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	140	140	140	140	140	140

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

Kualitas Layanan Syariah

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.541**	.449**	.496**	.447**	.557**	.694**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	140	140	140	140	140	140	140
X2.2	Pearson Correlation	.541**	1	.681**	.505**	.606**	.647**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	140	140	140	140	140	140	140
X2.3	Pearson Correlation	.449**	.681**	1	.391**	.576**	.610**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	140	140	140	140	140	140	140
X2.4	Pearson Correlation	.496**	.505**	.391**	1	.486**	.478**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	140	140	140	140	140	140	140
X2.5	Pearson Correlation	.447**	.606**	.576**	.486**	1	.567**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	140	140	140	140	140	140	140
X2.6	Pearson Correlation	.557**	.647**	.610**	.478**	.567**	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	140	140	140	140	140	140	140
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.694**	.854**	.765**	.680**	.776**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	140	140	140	140	140	140	140

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

Kepuasan Konsumen

		Correlations			
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	TOTAL_Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.646**	.483**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	140	140	140	140
Y1.2	Pearson Correlation	.646**	1	.649**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	140	140	140	140
Y1.3	Pearson Correlation	.483**	.649**	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	140	140	140	140
TOTAL_Y1	Pearson Correlation	.815**	.901**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	140	140	140	140

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

b. Uji Reliabilitas

Atribut Islam

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	140	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.686	5

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Kualitas Layanan Syariah

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	140	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.874	6

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	140	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.813	3

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Lampiran 5 : Uji Normalitas**Uji Normalitas**

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
TOTAL_X1	.114	140	.059	.957	140	.058
TOTAL_X2	.146	140	.062	.943	140	.088
TOTAL_Y1	.129	140	.150	.966	140	.173

a. Lilliefors Significance Correction

Lampiran 6 : Analisis Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTAL_X2, TOTAL_X1 ^b		Enter

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.690	.685	.925

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260.354	2	130.177	152.184	.000 ^b
	Residual	117.189	137	.855		
	Total	377.543	139			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	747		
	TOTAL_X1	.294	.050	.429	5.867	.000
	TOTAL_X2	.243	.039	.456	6.235	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolienaritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	747	.693		482	.999		
	TOTAL_X1	.294	.050	.429	5.867	.000	.423	2.362
	TOTAL_X2	.243	.039	.456	6.235	.000	.423	2.362

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

b. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.694	.437		1.588	.115		
	TOTAL_X1	.036	.032	.148	1.136	.258	.423	2.362
	TOTAL_X2	-.030	.025	-.156	-1.198	.233	.423	2.362

a. Dependent Variable: Abs_Res

Lampiran 8 : Uji Hipotesis**a. Uji t**

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	747	.693		482	.999
	TOTAL_X1	.294	.050	.429	5.867	.000
	TOTAL_X2	.243	.039	.456	6.235	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

b. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.690	.685	.925

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1