



**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI HOTEL NATAMA SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Bidang Ilmu  
Ekonomi Syariah*

Oleh

**MASTIRA ROMAITO HASIBUAN  
NIM. 12 230 0106**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**2017**



**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI HOTEL NATAMA SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Bidang Ilmu  
Ekonomi Syariah*

OLEH

**MASTIRA ROMAITO HASIBUAN**  
NIM. 12 230 0106

**MASTIRA ROMAITO HASIBUAN**  
NIM. 12 230 0106

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

2017



KEMENTERIAN REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. T. Sjahrir No. 10 Padangsidimpuan 22715

*Pelajar an*  
**PENGARUH MARKETING SYARIAH TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DI HOTEL NATAMA SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Kapada Ytu:*  
*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Bidang Ilmu  
Ekonomi Syariah*

**OLEH**

**MASTIRA ROMAITO HASIBUAN**  
NIM. 12 230 0106

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

Pembimbing I

Rosnani Siregar, M. Ag  
NIP. 19740626 200312 2 001

Pembimbing II

Aliman Syahuri Zein, MEI

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**  
**PADANGSIDIMPUAN**  
2017



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **Mastira Romaito Hasibuan**  
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 20 Februari 2017

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidimpuan

Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Mastira Romaito Hasibuan** yang berjudul "**Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

Rosnani Siregar, M. Ag

NIP. 19740626 200312 2 001

**PEMBIMBING II**

Aliman Svahuri Zein, M. EI

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MASTIRA ROMAITO HASIBUAN  
NIM : 12 230 0106  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **Pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 22 September 2016



*Tusb*  
**MASTIRA ROMAITO HASIBUAN**  
**NIM : 12 230 0106**

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Mastira Romaito Hasibuan  
Nim : 12 230 0106  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institusi Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : 9 Maret 2017  
Yang menyatakan,



MASTIRA ROMAITO HASIBUAN  
NIM. 12 230 0106



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : MASTIRA ROMAITO HASIBUAN  
**IM** : 12230 0106  
**TITUL** : PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI HOTEL NATAMA SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN

**Petua**

Rosnani Siregar, M.Ag  
IP. 19740626 200312 2 001

**Sekretaris**

Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag  
NIP. 19750103 200212 1 001

**Anggota**

Rosnani Siregar, M.Ag  
IP. 19740626 200312 2 001

Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag  
NIP. 19750103 200212 1 001

Fuhammad Isa, ST., M.M  
IP. 19800605 201101 1 003

Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si  
NIP. 19790525 200604 1 004

**Realaksanaan Sidang Munaqasyah :**

**Tempat** : Padangsidimpuan  
**Tanggal** : 20 Februari 2017  
**Waktu** : 09.00 wib/d 12.00 wib.  
**Hasil/Nilai** : 75,13(B)  
**Keputusan** : CUM LAUDE  
**Indeks Prestasi Kumulatif (IPK)** : 3.73



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

## PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI HOTEL NATAMA SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : MASTIRA ROMAITO HASIBUAN**  
**NIM : 12 230 0106**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (SE)**  
dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah

Padangsidempuan,      Maret 2017  
Bekas,



**Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag**  
NIP. 19731128 200112 1 001



## ABSTRAK

Nama : Mastira Romaito Hasibuan

NIM : 12 230 0106

Judul : Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan

Latar belakang penelitian ini adalah dimana dari tahun 2011 sampai tahun 2014 jumlah pelanggan atau tamu yang datang semakin berkurang. Hal ini sangat mungkin terjadi disebabkan karena pelayanan yang belum optimal untuk mencapai kepuasan dari pelanggan atau calon pelanggan. Berdasarkan latar belakang masalah, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian adalah “Apakah pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan. Berdasarkan rumusan masalah penelitian tersebut, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan.

Penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu manajemen. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan pelayanan. Hal ini sesuai dengan teori penelitian yang dilakukan Dabholkar *et. al* dalam buku Tjiptono menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Cronin dan Taylor juga menemukan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kualitas layanan dan kepuasan.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dilakukan dengan menggunakan instrumen pengumpulan data yaitu kuesioner, dengan jumlah sampel 100 responden yang diambil dari populasi 51.622 responden. Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan metode regresi linear sederhana menggunakan alat bantu *SPSS 21 for windows*.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan. Berdasarkan penelitian ini pengaruh yang terjadi cukup besar yaitu 73,4%. Hal ini terlihat dari nilai  $R^2 = 0,734$ . Korelasi yang terjadi antara variabel pelayanan(X) dan kepuasan pelanggan (Y) adalah termasuk sangat tinggi yang dibuktikan dengan  $r = 0,734$ . Hubungan yang terjadi adalah hubungan yang positif. Hal ini terlihat dari persamaan regresi  $Y = 17,421 + 0,663X$ .

Kata kunci : pelayanan, kepuasan, pelanggan, Hotel Natama Syariah

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>C. Batasan Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>D. Rumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>E. Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>7</b>
<b>F. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>G. Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>H. Sistematika Pembahasan.....</b>	<b>11</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
<b>A. Kajian Teori .....</b>	<b>12</b>
1. Kepuasan.....	12
2. Pelanggan .....	13
3. Kepuasan Pelanggan .....	16
4. Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Islam .....	23
5. Pengaruh .....	26
6. Kelayakan .....	27
7. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik .....	35
8. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam.....	36
9. Mengukur Kualitas Pelayanan .....	37
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>41</b>

C. Kerangka Pikir .....	42
D. Hipotesisi.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
B. Jenis Penelitian.....	45
C. Populasi dan Sampel.....	45
D. Sumber Data.....	47
E. Instrumen Pengumpulan Data.....	48
F. Teknik Analisis Data.....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Perusahaan .....	55
B. Sejarah Singkat hotel Natama Syariah Padangsidempuan.....	55
C. Visi Misi .....	56
D. Struktur Organisasi .....	57
E. Definisi Produk dan Skim/Akad yang Melandasinya.....	58
F. Hasil Analisis Data.....	59
1. Uji Validitas .....	59
2. Uji Reliabilitas .....	61
3. Uji Normalitas.....	62
4. Uji Linieritas .....	62
5. Uji Regresi Linier Sederhana.....	63
6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	64
7. Uji Hipotesis (Uji t) .....	64
8. Pembahasan Hasil Penelitian .....	65
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	68

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Defenisi Operasional Variabel .....	8
Tabel 2. Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel 3.1 Penilaian Untuk Angket Positif dan Negatif.....	49
Tabel 3.2 Daftar Pernyataan Angket Variabel Pelayanan.....	49
Tabel 3.3 Daftar Pernyataan Angket Variabel Kepuasan .....	50
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan(X).....	59
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	60
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan(X) .....	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas .....	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Linieritas.....	63
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....	65

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pelanggan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan 4	
Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	17
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	57

## **BAB I PENDAHULUAN**

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

Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya yang umum dikelola secara komersial. Hotel juga dapat diartikan sebagai suatu tempat dimana disediakan penginapan, makan dan minum serta pelayanan lainnya untuk disewakan bagi tamu atau untuk orang-orang yang tinggal sementara waktu.

Pada awal berdirinya, Hotel Natama Syariah hanyalah sebuah losmen dengan nama Adian Natama yang dimiliki oleh keluarga Almarhum M.F Siregar. Seiring dengan berjalannya waktu, dan dengan pemberian layanan kepada masyarakat luas akan jasa penginapan yang bersih, nyaman, dan aman dengan lokasi yang sangat strategis, maka losmen berkembang dan tumbuh menjadi sebuah hotel dengan nama Hotel Natama.

Usaha akomodasi ini hanya memiliki 16 kamar, dan sebuah *coffee shop* yang melayani makanan dan minuman tamu, seperti nasi goreng, mie goreng, *sandwich*, teh, dan kopi. Pelayanan makanan dan minuman di *coffee shop* ini kemudian berkembang menjadi suatu bagian yaitu *departement food and beverage* di Hotel Natama.

Pada tahun 1994 suasana *dinner tourist* mancanegara dan tamu penginap lainnya di Hotel Natama mengalami peningkatan, dan disambut baik oleh travel-travel biro (yang dalam hal ini para *tour leadernya*). Pada tahun 1997 ketika krisis moneter terjadi kebahagiaan menerima *travelers* dari luar negeri ini berakhir, dan pendapatan/*income* hotel terguncang. Sebelum Hotel Natama beralih status menjadi Hotel Natama Syariah, hotel ini memiliki banyak tamu

atau pelanggan. Kemudian pada tahun 2008 Hotel Natama alih status menjadi Hotel Natama Syariah yang disahkan oleh MUI Nomor : U- 180/DSN – MUI/V/2008 pada tanggal 29 Mei 2008 M/23 Jumadil Awwal 1429 H.

Namun, setelah beralih status jumlah pelanggan Hotel Natama Syariah mengalami penurunan. Hal ini terjadi karena banyak tamu/pelanggan yang ditolak, sebab mereka datang untuk menginap namun tidak sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh pihak hotel, diantaranya banyak yang membawa pasangan yang bukan mahram.

Setelah beralih status, Hotel Natama Syariah tidak menyediakan fasilitas *bar* yang menjual minuman beralkohol dan rokok. Berdasarkan hasil wawancara dengan manager hotel, hal ini menyebabkan para calon pengunjung enggan menginap di hotel ini, sehingga jumlah pelanggan berkurang.<sup>1</sup>Munculnya beberapa hotel pesaing, juga menyebabkan pelanggan Hotel Natama Syariah mulai berkurang, karena setiap orang ingin membandingkan bagaimana kualitas pelayanan hotel yang baru dengan hotel Natama.

Perbedaan Hotel Natama Syariah dengan hotel yang lain adalah ketika adatumu yang masuk harus diseleksi terlebih dahulu terkait dengan status pelanggan jasa hotel tersebut. Meskipun jumlah pelanggan mengalami penurunan, Hotel Natama Syariah masih memiliki para pelanggan yang loyal karena kesadaran mereka sendiri. Mereka sudah mengetahui bagaimana pelaksanaan ataupun praktek yang dilakukan oleh Hotel Natama Syariah sudah sesuai dengan syariat Islam serta pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel sesuai dengan kebutuhan dari para pelanggan.

---

<sup>1</sup>Hasil wawancara dengan bapak Ali Hasyimi (Manajer Hotel Natama Syariah), Kamis 26 November 2015.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan, saat wawancara dengan beberapa pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan, seperti bapak Agus Setia, bapak Abdul Rojaq, dan bapak Muhammad Budi mengatakan, bahwa alasan mereka tetap memilih untuk menginap di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan adalah karena mereka merasa nyaman, sebab di Hotel Natama Syariah ini tidak ada menjual minuman, narkoba, dan juga rokok. Di hotel ini juga sekarang tidak ada kafe setelah menjadi syariah. Sehingga para pelanggan tidak terganggu untuk istirahat dan terhindar dari asap rokok, ujar bapak Agus Setia dan teman-temannya.<sup>2</sup>

Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani nasabah.<sup>3</sup> Sedangkan menurut Wykof, yang dikutip oleh M. Nur Nasution menyatakan kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>4</sup>

Adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama sehingga semakin banyak tamu ataupun pelanggan yang akan ikut menikmati barang atau jasa tersebut.

---

<sup>2</sup>Hasil wawancara dengan bapak Agus Setia, dkk (Pelanggan Hotel Natama Syariah), Minggu 29 November 2015.

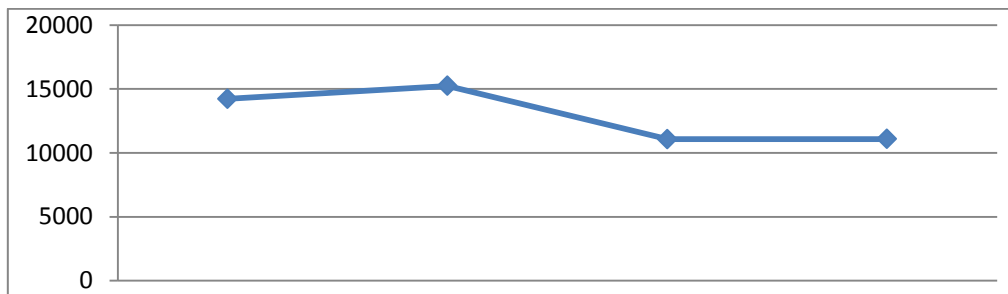
<sup>3</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan* ( Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2004), hlm. 15.

<sup>4</sup>M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor Selatan: Ghlmia Indonesia, 2004), hlm.



Meskipun Hotel Natama Syariah telah memberikan pelayanan yang maksimal dan sesuai syari'at, jumlah pelanggan yang masuk belum dapat ditingkatkan secara stabil setiap tahunnya. Berikut ini grafik jumlah tamu atau pelanggan Hotel Natama Syariah mulai tahun 2011 sampai tahun 2014.

**Gambar 1.1**  
**Grafik Jumlah Pelanggan Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan Tahun 2011 - 2014**



Sumber data: Hotel Natama Syari'ah Padangsidimpuan, 2016.

Berdasarkan gambar diagram 1.1 diatas menunjukkan bahwa pelanggan Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan dari tahun 2011 adalah 14.234 orang, kemudian terjadi peningkatan pelanggan tahun 2012 yaitu 15.240 orang. Tetapi pada tahun 2013 terjadi penurunan jumlah tamu yaitu hanya 11.065 orang dan terjadi kenaikan pada tahun 2014 yaitu jumlah tamu sebanyak 11.083 orang.

Pihak hotel senantiasa berusaha untuk memberi pelayanan terbaik bagi pelanggan sehingga mereka puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller kepuasan dapat dipengaruhi oleh 5 faktor yaitu, kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.<sup>5</sup> Harga yang ditetapkan oleh Hotel Natama Syariah relatif lebih murah dibandingkan dengan Hotel Mega Permata di Padangsidimpuan, dimana untuk kelas bawah di Hotel Natama Syariah permalam hanya seratus lima puluh ribu rupiah sampai dua ratus ribu rupiah sedangkan di Hotel Mega Permata untuk satu

---

<sup>5</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2007), hlm. 177.

malam dikenakan tarif sebesar tiga ratus ribu rupiah. Lokasi Hotel Natama Syariah berada pada lokasi yang sangat strategis sebab berada pada jalan lintas menuju kota Medan, yang memudahkan para pelanggan baru maupun lama untuk menemukannya. Sedangkan produk yang ditawarkan adalah dari segi makanan dan minuman. Status syariah yang melekat pada Hotel Natama Syariah, menyebabkan produk yang ditawarkan sudah memiliki standar baku yakni sesuai syariat Islam (halal).

Oleh karena itu peneliti merasa tertarik untuk meneliti faktor pelayanan sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Hotel Natama Syariah, sebab ketiga faktor lainnya dalam pandangan peneliti sudah sesuai dengan konsep yang telah dijalankan oleh hotel ini, namun belum mampu meningkatkan jumlah pelanggan yang stabil tiap tahunnya. Maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang di berikan oleh pihak Hotel Natama Syariah belum dapat memenuhi harapan pelanggan.
2. Pihak Hotel Natama Syariah tidak bisa memikat hati calon pelanggan dan mempertahankan pelanggannya.
3. Harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan pelayanan dan produk yang di berikan.
4. Kualitas produk tidak seimbang dengan biaya yang harus di keluarkan.

5. Masyarakat lebih memilih hotel konvensional daripada hotel yang berbasis syariah seperti Hotel Natama Syariah.
6. Pihak Hotel Natama Syariah tidak bisa memasarkan produknya dengan baik sehingga masyarakat tidak mengetahui kelebihan dan perbedaannya dengan hotel konvensional.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, peneliti membuat batasan masalah pada pelayanan sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini dibatasi agar dapat mengungkapkan masalahnya secara cermat, tuntas, detail, dan mendalam disamping keterbatasan waktu, material, dan kemampuan peneliti.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apakah pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan”?

### **E. Definisi Operasional Variabel**

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel terkait dalam penelitian. Selain itu, proses ini juga dimaksudkan untuk menentukan skala masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar.

Sesuai dengan judul skripsi “Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan” maka variabel-variabel yang terkait dengan penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (X) dari penelitian ini adalah pelayanan.

Pelayanan adalah cara yang diberikan karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan kepada pelanggan atau tamu sesuai kebutuhan/keinginan dan permintaan tamu.

2. Variabel terikat (Y) dari penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Kepuasan adalah respon atau hasil evaluasi yang dirasakan tamu/pelanggan setelah menggunakan jasa yang diberikan oleh Hotel Natama Syariah Padangsidempuan sesuai dengan harapannya.

Secara keseluruhan variabel, dimensi, definisi dimensi, indikator variabel, dan skala pengukuran akan disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 1. 2**  
**Defenisi Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Definisi Dimensi	Indikator Variabel	Skala
Pelayanan (X)	a. <i>Tanggibel</i> (berwujud)	<i>Tanggibel</i> yaitu fasilitas yang kasat mata yang dapat di nikmati langsung oleh pelanggan.	1) Bangunan dan interior yang bagus dan menarik	Ordinal
			2) Kebersihan dan kenyamanan hotel	
			3) Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan	
	b. <i>Reliability</i> (kehandalan)	<i>Reliability</i> yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang di tawarkan.	1) Kecepatan receptionist dalam melayani tamu	
			2) Prosedur pelayanan atau pendaftaran untuk tamu yang bermalam tidak berbelit-belit	
			3) Pelayanan yang memuaskan	
	c. <i>Responsiveness</i> (Bertanggung Jawab)	<i>Responsiveness</i> yaitu kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan.	1) Tanggap terhadap keluhan pelanggan	
	d. <i>Assurance</i> (Keyakinan)	<i>Assurance</i> yaitu berkenaan dengan	1) Keramahan dalam melayani pelanggan	

		kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.	atau tamu 2) Pengetahuan yang luas 3) Keamanan konsumen atau tamu terjamin 4) Saya tertarik/ingin untuk menginap pada kesempatan yang lain. 5) Saya akan merekomendasikan hotel Natama pada rekan/teman/keluarga sebagai tempat menginap yang nyaman.
	e. <i>Emphaty</i> (Empati)	<i>Emphaty</i> yaitu perhatian secara individual yang diberikan hotel kepada pelanggan	1) Tersedia layanan 24 jam 2) Mampu berkomunikasi dengan baik
Kepuasan (Y)	a. <i>Tanggibel</i> (berwujud)	<i>Tanggibel</i> yaitu fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh pelanggan.	1) Penampilan fisik gedung dan interior menarik 2) Akses kelokasi mudah 3) Penampilan karyawan sopan dan rapi
	b. <i>Reliability</i> (kehandalan)	<i>Reliability</i> yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang di tawarkan.	1) Melayani dengan cermat sehingga terhindar dari kesalahan 2) Memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan
	c. <i>Responsiveness</i> (Bertanggung Jawab)	<i>Responsiveness</i> yaitu kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan.	1) Kesiediaan mengatasi masalah 2) Kecepatan dalam pelayanan 3) Kesesuaian harga 4) Kesehatan produk
	d. <i>Assurance</i> (Keyakinan)	<i>Assurance</i> yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta	1) karyawan menyelesaikan dengan baik bila terjadi kekeliruan atau kesalahan

		menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.	
	e. <i>Emphaty</i> (Empati)	<i>Emphaty</i> yaitu perhatian secara individual yang diberikan hotel kepada pelanggan.	1) Menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat 2) Pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan

## F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan.

## G. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharap bermanfaat bagi:

### 1. Bagi peneliti

Sebagai sarana untuk melatih diri dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh agar dapat dimanfaatkan sebagai pembelajaran dan tambahan ilmu bagi peneliti. Dan diharapkan dapat menambah pengetahuan akan masalah-masalah yang terjadi dalam perusahaan khususnya mengenai pelayanan dan kepuasan pelanggan.

### 2. Bagi Hotel Natama Syariah Padangsidempuan

Dimana akan berguna sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan bagi pemilik Hotel Natama Syariah Padangsidempuan untuk bisa memperbaiki kualitas pelayanannya.

### 3. Bagi Akademik

Sebagai bahan bacaan dipergustakaan IAIN Padangsidimpuan, sehingga bisa menjadi tambahan referensi bagi peneliti lain, dan tambahan ilmu bagi pembacanya.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan terdiri dari lima bab, yang masing-masing bab terbagi menjadi beberapa sub-sub dengan rincian sebagai berikut:

Bab I yang berisikan Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II yang berisikan Landasan Teori yang terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

Bab III yang berisikan Metodologi Penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrumen pengumpulan data, uji validitas dan uji realibilitas, uji normalitas dan uji linieritas, serta analisis data.

Bab IV yang berisikan Hasil Penelitian dan Pembahasan yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Kepuasan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “Kepuasan merupakan perihal (yang bersifat) puas, kesenangan, kelegaan”.<sup>1</sup> Menurut Herbert Simon dalam buku Veithzal kepuasan merupakan membandingkan suatu tindakan untuk memaksimalkan tindakan sehingga dapat meminimalkan sebuah persyaratan.<sup>2</sup> Sedangkan menurut Freddy Rangkuti yang dikutip Kotler kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang disarankan dan yang diharapkan. Menurut Engel, *et al.* Dalam buku M. Nur Nasution kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan.<sup>3</sup>

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan kecewa, bila kinerjanya sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas, sedangkan bila kinerjanya melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

---

<sup>1</sup>Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT. Persero Penerbitan dan Pencetakan Balai Pustaka, 2001), hlm. 902.

<sup>2</sup>Veithzal, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 153.

<sup>3</sup>M. Nur Nasution, *Op., Cit.*, hlm. 104.



## 2. Pelanggan

### a. Pengertian pelanggan

Pelanggan adalah seseorang datang berkali-kali untuk menikmati produk yang kita jual. Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan.<sup>4</sup> Seseorang bisa menjadi pelanggan disebabkan mereka merasa puas atas produk dan pelayanan yang kita jual, sehingga mereka akan merekomendasikan perusahaan kita kepada orang lain.

### b. Sifat-sifat pelanggan

Setiap pelanggan tentu memiliki karakteristik yang berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Berikut ini sifat-sifat pelanggan yang harus dikenal agar mampu memberikan pelayanan yang baik:<sup>5</sup>

#### 1) Nasabah/pelanggan mau dianggap sebagai raja

Maksudnya apa yang diminta oleh pelanggan harus segera dipenuhi, tiada kata tidak ada. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani dan menuruti kemauan seorang raja.

#### 2) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

Kedatangan nasabah ke perusahaan adalah agar hasrat atau keinginannya terpenuhi. Keinginan dan kebutuhan pelanggan mulai dari hanya ingin memperoleh informasi tentang sesuatu hal yang belum diketahui oleh pelanggan, atau ada informasi yang kurang jelas sehingga pelanggan perlu tahu.

#### 3) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

---

<sup>4</sup>*Ibid.*, hlm. 101.

<sup>5</sup>Kasmir, *Etika Costumer Service* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 33.

Pelanggan juga tidak suka didebat artinya dalam hal ini ketika karyawan menyampaikan informasi atau pendapat dan mendapat respon yang kurang baik dari pelanggan maka karyawan perlu menyikapinya secara hati-hati agar pelanggan merasa tidak di bentah atau didebat.

4) Pelanggan mau diperhatikan

Perhatian yang diberikan kepada pelanggan adalah mulai dari pelanggan datang, selama berhubungan dengan pelanggan sampai dengan berakhirnya pelayanan yang diberikan. Perhatian yang diberikan mulai dari sikap, cara berbicara, dan lainnya.

5) Pelanggan ingin selalu di puji

Pujian atau sanjungan yang diberikan kepada pelanggan sangat memberikan manfaat. Misalnya pelanggan merasa senang berhubungan dengan perusahaan kita dan ingin selalu datang. Ada semacam kebanggaan bagi pelanggan karena merasa memperoleh perhatian dari karyawan.

6) Pelanggan merupakan sumber pendapatan perusahaan

Karyawan selalu menganggap bahwa setiap pelanggan yang datang merupakan sumber pendapatan perusahaan. Dengan demikian, hendaknya karyawan termotivasi untuk melayani nasabah dengan sebaik-baiknya.

c. Pelanggan/konsumen syariah

Konsumen syariah adalah konsumen yang mengalokasikan anggaran yang dimilikinya sedemikian rupa untuk mengkonsumsi barang dan jasa yang dapat menciptakan kemaslahatan secara maksimal. Dengan

memperoleh kemaslahatan yang maksimal, diharapkan konsumen akhirnya dapat memperoleh *falah*, yaitu kehidupan bahagia dunia dan akhirat.

Perilaku konsumen muslim dibangun berdasarkan syariat Islam. Ada tiga nilai dasar yang menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim, antara lain:<sup>6</sup>

- 1) Keyakinan akan adanya kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen mengutamakan konsumsi akhirat yaitu konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi.
- 2) Konsep sukses seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran, dan ketakwaan kepada Allah merupakan kunci moralitas Islam.
- 3) Kedudukan harta merupakan anugrah Allah dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar, sesuai dengan firman Allah dalam *Q.S Al-Baqarah* ayat 265 dibawah ini:

وَمَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ وَتَثْبِيتًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ  
كَمَثَلِ جَنَّةٍ بِرَبْوَةٍ أَصَابَهَا وَابِلٌ فَآتَتْ أُكُلَهَا ضِعْفَيْنِ فَإِن لَّمْ يُصِبْهَا  
وَابِلٌ فَطَلَّ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: Dan perumpamaan orang-orang yang membelanjakan hartanya karena mencari keridhaan Allah dan untuk keteguhan jiwa mereka, seperti sebuah kebun yang terletak di dataran Tinggi yang disiram oleh hujan lebat, Maka kebun itu menghasilkan buahnya dua kali

---

<sup>6</sup>Tipsserbaserbi.blogspot.co.id/2015/03/Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Islam, diakses 28 Juli 2016 pukul 14.45 WIB).

lipat. jika hujan lebat tidak menyiraminya, Maka hujan gerimis (pun memadai). Dan Allah Maha melihat apa yang kamu perbuat.<sup>7</sup>

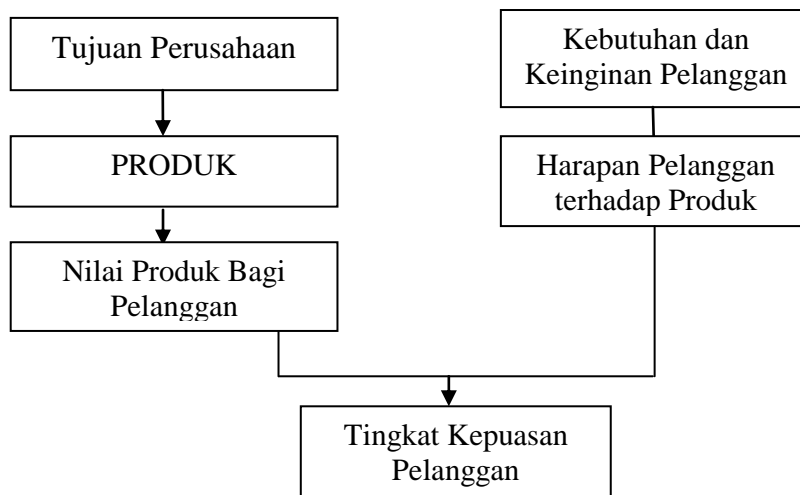
Ayat yang bergaris bawah diatas, menjelaskan makna bahwa dalam membelanjakan harta yang dimiliki haruslah dengan tujuan mencari keridhaan Allah SWT dan untuk keteguhan jiwa.

Jadi, konsumen yang sesuai dengan syariat islam adalah konsumen yang dalam mengkonsumsi barang sesuai dengan kebutuhannya dan tidak berlebihan, kemudian mengkonsumsi barang yang *halalan toyyiba* yaitu halal lagi baik, sehingga menumbuhkan kemaslahatan bagi yang mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

### 3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan *respons* pelanggan terhadap sesuai atau tidaknya antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

**Gambar 2. 1**  
**Konsep Kepuasan Pelanggan**



<sup>7</sup>Departemen Agama RI, *Al-Kafi Mushaf Al-Quran* (Bandung: Diponegoro, 2008), hlm. 45.

a. Prinsip dasar kepuasan pelanggan

Dasar kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi mereka, kita sebagai pemasok produk perlu mengetahui beberapa faktor yang memengaruhi persepsi dan harapan pelanggan yaitu sebagai berikut:<sup>8</sup>

- 1) “Kebutuhan dan Keinginan” yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
- 2) Pengalaman masa lalu ketika menggunakan jasa dari perusahaan maupun dari pesaing-pesaingnya.
- 3) Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan produk jasa yang akan digunakan oleh pelanggan tersebut. Hal ini jelas memengaruhi persepsi nasabah/pelanggan.
- 4) Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga memengaruhi persepsi nasabah/pelanggan.

b. Strategi kepuasan pelanggan

Pada prinsipnya, strategi kepuasan pelanggan akan menyebabkan para pesaing harus bekerja dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu perusahaan. Satu hal yang perlu diperhatikan di sini adalah kepuasan pelanggan merupakan strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, diantaranya sebagai berikut:<sup>9</sup>

- 1) Mengidentifikasi siapa pelanggan,
- 2) Memahami tingkat harapan pelanggan,

---

<sup>8</sup>M. Nur Nasution, *Op. Cit.*, hlm. 105.

<sup>9</sup>*Ibid.*, hlm. 128.

- 3) Memahami strategi kualitas pelayanan pelanggan, dan
- 4) Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari pelanggan.

c. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

Ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :<sup>10</sup>

1) Sistem Keluhan dan Saran

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

2) Survei Kepuasan Pelanggan

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

3) *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat

---

<sup>10</sup>Kasmir, *Loc. Cit.*, hlm. 240.

dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

4) Analisa pelanggan yang hilang (*Lost Customer Analysis*)

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing.

5) Analisis Problem

Pelanggan diminta untuk mengungkapkan masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

6) *Importance-performance Analysis*

Responden diminta untuk merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/atribut tersebut.

d. Mengukur Kepuasan Konsumen Syariah

Berbeda dengan konsumen konvensional, seorang muslim dalam penggunaan penghasilannya memiliki 2 sisi, yaitu pertama untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarganya dan sebagianya lagi untuk dibelanjakan di jalan Allah. Keseimbangan konsumsi dalam ekonomi Islam didasarkan pada prinsip keadilan distribusi. Dalam ekonomi Islam, kepuasan konsumsi seorang muslim bergantung pada nilai-nilai agama yang diterapkan pada rutinitas kegiatannya, tercermin pada alokasi uang yang dibelanjakannya.<sup>11</sup>

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan

---

<sup>11</sup>Yusuf Qardhawi, *Norma & Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: GIP, 1997), hlm.170.

cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya memperhatikan aspek halal-haram saja tetapi termasuk pula yang diperhatikan adalah yang baik, cocok, bersih, tidak menjijikan. Larangan *israf* dan larangan bermegah-megahan. Begitu pula batasan konsumsi dalam syari'ah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja. Tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya.<sup>12</sup> Pelarangan atau pengharaman konsumsi untuk suatu komoditi bukan tanpa sebab, tetapi pengharaman untuk komoditi karena zatnya, antara lain memiliki kaitan langsung dalam membahayakan moral dan spiritual.

Penjelasan diatas sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S *Al-Baqarah* ayat 168:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ  
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.<sup>13</sup>

Ayat diatas menjelaskan tentang orang-orang yang mengharamkan sebagian jenis unta/*sawaib* yang dihalalkan, (hai sekalian manusia, makanlah yang halal dari apa-apa yang terdapat di muka bumi) halal menjadi 'hal' (lagi baik) sifat yang memperkuat, yang berarti enak atau lezat, (dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah) atau jalan-jalan (setan) dan rayuannya

---

<sup>12</sup>*Ibid.*, hlm. 7.

<sup>13</sup>Departemen Agama RI, *Op.Cit.*, hlm. 26.



(sesungguhnya ia menjadi musuh yang nyata bagimu) artinya jelas dan terang permusuhannya itu.<sup>14</sup>

Kemudian dalam Q.S *Al-Araf* ayat 31 akan dijelaskan pula mengenai orang yang suka berlebih-lebihan dalam melakukan sesuatu yaitu sebagai berikut:

﴿ يَبْنِي ۚءَادَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَشَرِبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

﴿ لَا تُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.<sup>15</sup>

Ayat yang bergaris bawah diatas menjelaskan jika mengkonsumsi makanan dan minuman janganlah melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan pula melampaui batas-batas makanan yang diharamkan.<sup>16</sup>

#### 4. Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

Menurut Qardhawi, sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:<sup>17</sup>

##### a. Sifat jujur

---

<sup>14</sup>Imam Jalalain, *Tafsir Jalalain* (Maktabah Darussalam, Riyadh: CV. Pustaka Assalam, 2014), hlm. 26.

<sup>15</sup>Departemen Agama RI, *Op.Cit.*, hlm. 155.

<sup>16</sup>Imam Jalalain, *Op.Cit.*, hlm. 134.

<sup>17</sup>[Ippm.universitassazzahra.ac.id/Teori Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam](http://ppm.universitassazzahra.ac.id/Teori%20Perilaku%20Konsumen%20dalam%20Perspektif%20Ilmu%20Ekonomi%20Islam), diakses 29 Juli pukul 15.15 WIB).

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan sabda nabi SAW berikut ini:

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ وَأَبُو عَامِرٍ الْأَشْعَرِيُّ وَابْنُ نُمَيْرٍ وَأَبُو كُرَيْبٍ كُلُّهُمْ عَنْ أَبِي أُسَامَةَ قَالَ أَبُو عَامِرٍ حَدَّثَنَا أَبُو أُسَامَةَ حَدَّثَنَا بُرَيْدٌ عَنْ جَدِّهِ أَبِي بُرْدَةَ عَنْ أَبِي مُوسَى عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّ الْخَازِنَ الْمُسْلِمَ الَّذِي يَنْفِذُ وَرَبَّمَا قَالَ يُعْطِي مَا أَمَرَ بِهِ فَيُعْطِيهِ كَامِلًا مُوقِرًا طَيِّبًا بِهِ نَفْسُهُ فَيَدْفَعُهُ إِلَى الَّذِي أَمَرَ لَهُ بِهِ أَحَدَ الْمُتَصَدِّقِينَ

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Abu Bakar bin Abi Syaibah dan Abu Amir Al Asy'ari dan Ibnu Numair dan Abu Kuraib semuanya dari Abu Usamah - Abu Amir berkata- Telah menceritakan kepada kami Abu Usamah Telah menceritakan kepada kami Buraid dari kakeknya Abu Burdah, dari Abu Musa dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, beliau bersabda: "Seorang bendahara muslim yang melaksanakan tugasnya dengan jujur, dan membayar sedekah kepada orang yang diperintahkan oleh majikannya secara sempurna, dengan segera dan dengan pelayanan yang baik, maka ia mendapat pahala yang sama seperti orang yang bersedekah." (H.R Muslim : 699).<sup>18</sup>

Hadits diatas menjelaskan betapa besarnya pahala orang yang jujur, melakukan pekerjaan dengan segera, dan dengan pelayanan yang baik karena perbuatan tersebut sama pahalanya dengan orang yang bersedekah.

#### b. Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Sabda Rasulullah saw:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْعَلَاءِ حَدَّثَنَا أَبُو أُسَامَةَ عَنْ بُرَيْدِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ عَنْ أَبِي بُرْدَةَ عَنْ أَبِي مُوسَى عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْخَازِنُ الْمُسْلِمُ الَّذِي يَنْفِذُ وَرَبَّمَا قَالَ يُعْطِي مَا أَمَرَ بِهِ كَامِلًا مُوقِرًا طَيِّبًا بِهِ نَفْسُهُ فَيَدْفَعُهُ إِلَى الَّذِي أَمَرَ لَهُ بِهِ أَحَدَ الْمُتَصَدِّقِينَ

<sup>18</sup>Muslim, *Kitab: Zakat (Pahala bendahara yang jujur dan wanita yang bersedekah dengan harta suaminya)*, No. 1699.

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Al 'Alaa' telah menceritakan kepada kami Abu Usamah dari Buraid bin 'Abdullah dari Abu Burdah dari Abu Musa dari Nabi Shallallahu'alaihiwasallam bersabda: "Seorang bendahara muslim yang amanah adalah orang yang melaksanakan tugasnya (dengan baik) ". Dan seolah Beliau bersabda: "Dia melaksanakan apa yang diperintahkan kepadanya dengan sempurna dan jujur serta memiliki jiwa yang baik, dia mengeluarkannya (shadaqah) kepada orang yang berhak sebagaimana diperintahkan adalah termasuk salah satu dari Al Mutashaddiqin" (Bukhari: 1348).<sup>19</sup>

Berdasarkan hadits diatas dapat dimengerti betapa pentingnya sifat amanah itu, karena sesungguhnya seorang bendahara muslim yang amanah adalah orang yang melaksanakan tugasnya (dengan baik). Kemudian dalam berdagang juga dikenal istilah “menjual dengan amanah” artinya menjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

c. Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam hadits mutataq'alah dari hakim bin Hazm yang artinya: penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka

---

<sup>19</sup>Bukhari, *Kitab: Zakat (Pahala Bagi Pelayan Yang Bersedekah (dari Harta Tuannya) Atas Anjuran Temannya Bukan Dengan Tujuan Kerusakan)*, No. 1348.

mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu. Sesuai dengan sabda Rasulullah saw berikut ini:

أَخْبَرَنَا سَعِيدُ بْنُ عَامِرٍ عَنْ سَعِيدٍ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ صَالِحِ أَبِي الْخَلِيلِ  
عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ الْحَارِثِ عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى  
اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا  
بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَا وَكْتَمَا مُحِقَ بَرَكَهُ بَيْعُهُمَا أَخْبَرَنَا  
أَبُو الْوَلِيدِ حَدَّثَنَا شُعْبَةُ عَنْ قَتَادَةَ بِإِسْنَادِهِ مِثْلَهُ

Artinya: Telah mengabarkan kepada kami Sa'id bin 'Amir dari Sa'id dari Qatadah dari Shalih Abu Al Khalid dari Abdullah bin Al Harts dari Hakim bin Hizam bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Dua orang yang berjual beli, memiliki hak memilih selama mereka belum berpisah, dan apabila mereka jujur dan memberikan penjelasan, maka mereka akan diberkahi dalam jual beli tersebut, namun apabila ia berdusta dan menyembunyikan aib, maka berkah jual beli akan terhapus darinya." Telah mengabarkan kepada kami Abu Al Walid telah menceritakan kepada kami Syu'bah dari Qatadah dengan sanad seperti itu. (Darimi: 2435).<sup>20</sup>

Berdasarkan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam berjual beli harus dengan jujur dan tidak menutup-nutupi kecatatan barang sehingga jual beli tersebut diberkahi Allah SWT.

## 5. Pengaruh

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu orang atau benda yang ikut membentuk atau memberikan perubahan terhadap sesuatu. Daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>21</sup>

## 6. Pelayanan

### a. Pengertian pelayanan

---

<sup>20</sup>Ad Darimi, *Kitab jual-beli (Penjual dan pembeli ada kesempatan memilih, selama belum berpisah)*, No. Hadist : 2435.

<sup>21</sup>Meity Taqdir Qodratilah, *KBBI Untuk Pelajar* (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2011), hlm. 400.

Pelayanan adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya mungkin tidak terikat atau tidak pada produk fisik.<sup>22</sup>

Menurut pendapat Malayu S.P Hasibuan

Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>23</sup>

Ramah tamah dimaksudkan bahwa pelayanan dilakukan dengan wajah ceria, wajar dan dengan etika yang baik serta tidak menyinggung perasaan. Misalnya dengan kata:“Apa yang dapat saya bantu?”. Adil artinya pelayanan diberikan berdasarkan urutan antrian. Cepat dan tepat dimaksudkan pelayanan yang diberikan tidak bertele-tele dan harus baik dan benar.<sup>24</sup>

Salah satu pelayanan yang diberikan oleh sebuah hotel adalah pelayanan jasa. Pelayanan jasa adalah kesiapan untuk bereaksi dan untuk membantu orang lain. Bergaul berarti harus menyenangkan orang lain dan bisa membangun suasana yang nyaman untuk mereka, karena mereka berkunjung untuk menikmati hal tersebut.<sup>25</sup>

Dalam sebuah hotel situasi penerima tamu sangat tergantung pada apa yang diharapkan tamu. Situasi penerima tamu juga dipengaruhi oleh formula perusahaan yang dianut. Formula perusahaan menentukan siapa yang boleh dan tidak boleh masuk dalam perusahaan dalam hal ini hotel.

---

<sup>22</sup>*Ibid.*, hlm. 143.

<sup>23</sup>Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 153.

<sup>24</sup>M. Nur Nasution, *Op. Cit.*, hlm. 14.

<sup>25</sup>Rio Budi Prasadja, *Psikologi Pelayanan Jasa Hotel, Restoran & Kafe* (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2009), hlm. 79.

Situasi penerimaan segmen *up-market* sudah dimulai sejak tamu masih berada di depan pintu dengan pelayanan pribadi. Kesan pertama sangat penting bagi priode konsumsi berikutnya. Tamu melakukan orientasi terlebih dahulu sebelum melangkah masuk. Melalui orientasi tersebut mereka dapat memperoleh informasi dan kesan tentang formula perusahaan serta apa saja yang dapat mereka peroleh. Bila formula perusahaan sesuai harapan mereka, barulah mereka melangkah masuk. Pelayanan *hostes/receptionis* dimulai pada saat ini dan harus menjaga agar tamu menjadi pelanggan tetap yang akan terus berkunjung di masa mendatang.

#### b. Konsep Pelayanan Syariah

Menurut Didin Hafidudin dan Hermawan Kartajayamenyatakan terdapat nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu, profesional (*fathanah*), kesopanan dan keramahan (*tabligh*), jujur (*siddik*), dan amanah.<sup>26</sup>

##### 1. Profesional (*Fathanah*)

Menurut Didin Hafidudin yang dikutip dari skripsi Ramadhani dari Universitas Islam Bandung profesional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan. Sifat profesionalisme digambarkan dalam Al-Quran Surat *Al-Israa* ayat 84.

قُلْ كُلُّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Artinya: Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalanNya.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup>Didin Hafidudin & Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003), hlm. 56.

<sup>27</sup>Departemen Agama RI, *Al-Kafi Mushaf Al-Quran, Op. Cit.*, hlm. 290.

Ayat yang bergaris bawah diatas menunjukkan makna *Aswabandinan* yang artinya agama yang benar,<sup>28</sup> dan bisa juga diartikan benar jalannya, yaitu jika seseorang yang bekerja sesuai dengan profesinya maka akan menghasilkan sesuatu yang baik bagi orang lain. Allah SWT dalam firman-Nya ini menyinggung salah satu sifat kelemahan manusia dan kekurangannya, yaitu bahwa bila dia dikaruniai Allah rezeki, harta kekayaan, kesehatan jasmani dan rohani, kemenangan dan keberhasilan dalam apa yang diusahakan, ia kemudian berpaling dari kewajibannya taat dan beribadah kepada Allah dan membelakangi petunjuk Allah dengan sikap sombong, dan apabila ia ditimpa kesusahan, kemelaratan atau sesuatu musibah, maka ia segera berputus asa dan hilang harapannya untuk memperoleh kembali apa yang telah hilang dari tangannya.

Allah berfirman selanjutnya dalam nada perintah kepada Rasul-Nya. Katakanlah hai Muhammad, bahwa tiap-tiap orang berbuat menurut keadaan, selera, tabiat dan sifat masing-masing, dan bahwa tuhanmu adalah lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya dan Dia akan memberi balasan kepada tiap-tiap orang sesuai dengan amalnya dan bahwa tiada sesuatu dapat disembunyikan dari pada-Nya.<sup>29</sup>

Menurut pendapat penulis ayat diatas mengandung makna, bahwa seseorang yang bekerja sesuai dengan profesinya maka akan menghasilkan sesuatu yang baik bagi orang lain. Selain itu tidak melupakan akhirat ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan

---

<sup>28</sup>Tanwirul Muqabasi, *Tafsir Ibnu Abbas* (Bairut Libanon: Al-Fiqru, 1995), hlm. 87.

<sup>29</sup>Salim Bahreisy dan Said Bahreisy, *Terjemahan Singkat Tafsir Ibnu Katsier Jilid 5* (Kuala Lumpur: Victory Agencie, 1994), hlm. 82-83.

materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

## 2. Kesopanan dan Keramahan (*Tabligh*)

Menurut Hermawan Kartajaya *tabligh* artinya komunikatif dan argumentatif” Orang yang memiliki sifat *tabligh* akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat.<sup>30</sup> Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Hal ini ditegaskan dala Surat *Thahaa* ayat 44.

﴿فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لِّنَا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى﴾

Artinya: Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut".<sup>31</sup>

Ayat yang bergaris bawah diatas artinya adalah *latifan Lailaha Illallah* yang mengandung arti lemah lembut.<sup>32</sup> Artinya jika seseorang ingin menegur dan berbicara maka bertutur sapalah dengan lemah lembut sehingga mereka bisa menerima apa yang kita sampaikan.

Allah SWT memberi perintah-Nya yang pertama kepada Musa, “Pergilah kamu berdua, hai Musa dan Harun kepada Fir’aun yang melampaui batas dalam tingkah lakunya. Ia mengingkari wujud-Ku, menindas hamba-hamba-Ku Bani Israil dan memperlakukan mereka dengan sikap zalim, bengis dan sewenang-wenang, serta menyuruh rakyatnya menyembah kepadanya sebagai tuhan. Pergilah kamu berdua kepadanya dan dengan kata-kata yang lemah lembut cobalah sadarkan dia

---

<sup>30</sup>Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), hlm.120.

<sup>31</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya Al-Jumanatul ‘Ali* (Bandung: CV.J-ART, 2004), hlm. 314.

<sup>32</sup>Tanwirul Muqabasi, *Loc. Cit.*, hlm. 314.



tentang dirinya sendiri yang tak kurang dan tak lebih hanyalah seorang hamba di antara hamba-hamba-Ku. Dan janganlah kamu berdua lalai, selalu ingatlah kepada-Ku dan menyebut nama-Ku selagi kamu menjalankan tugas suci ini. Dan dengan membawa tanda-tanda kekuasaan dan keesaan-Ku disamping kecakapanmu menyampaikan keterangan dan dalil-dalil yang kuat dan hujjah-hujjah yang tidak dapat dibantah, mudah-mudahan di (Fir'aun) menyadari akan dirinya dan takut kepada-Ku.<sup>33</sup>

Dari penjelasan diatas penulis menyimpulkan bahwa apabila melayani seseorang dengan sopan dan ramah maka orang yang dilayani akan merasa puas. Selain itu melayani dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.

### 3. Jujur (*Siddiq*)

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Menurut Hermawan Kartajaya “Jujur adalah kesesuaian antara berita yang disampaikan dan fakta, antara fenomena dan yang diberitakan, serta bentuk dan substansi.” Tidak menipu (*Al-Kadzib*) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.<sup>34</sup>

### 4. Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Menurut M. Ismail Susanto menyatakan

---

<sup>33</sup>Salim Bahreisy dan Said Bahreisy, *Op. Cit.*, hlm. 248-249.

<sup>34</sup>Yusuf Qardhawi, *Loc. Cit.*, hlm. 178.

bahwa “Amanah berarti terpercaya dan bertanggung jawab.” Allah berfirman dalam surat *An-Nissa* ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.<sup>35</sup>

Ayat yang bergaris bawah di atas mengandung arti *Anturidu Al-miftahun* yang artinya Allah menginginkanmu sebagai kunci,<sup>36</sup> dan juga diartikan sebagai amanat, yaitu jika seseorang diberikan suatu pekerjaan maka ia akan melaksanakannya sesuai dengan yang diamanatkan kepadanya. Sesungguhnya Allah yang maha agung, yang wajib wujud-Nya serta menyandang segala sifat terpuji lagi suci dari segala sifat tercela, menyuruh kamu menunaikan amanat-amanat secara sempurna dan tepat waktu kepada pemiliknya, yakni yang berhak menerimanya, baik amanah Allah kepada kamu maupun amanah manusia, betapapun banyaknya yang diserahkan kepada kamu, dan Allah juga menyuruh kamu apabila kamu menetapkan hukum diantara manusia, baik yang berselisih dengan manusia lain maupun tanpa perselisihan, maka kamu harus menetapkan keputusan dengan adil sesuai dengan apa yang diajarkan Allah SWT, tidak memihak kecuali kepada kebenaran dan tidak pula menjatuhkan

---

<sup>35</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Al-Jumanatul 'Ali*, Op. Cit., hlm. 87.

<sup>36</sup>Tanwirul Muqabasi, *Loc. Cit.*, hlm. 87.

sanksi kecuali kepada yang melanggar, tidak menganiaya walau lawanmu dan tidak pula memihak kepada temanmu.<sup>37</sup>

Agama mengajarkan bahwa amanat/kepercayaan adalah asas keimanan berdasar sabda Nabi saw, “Tidak ada iman bagi yang tidak memiliki amanah”. Selanjutnya amanah yang merupakan lawan dari khianat adalah sendi utama interaksi. Amanah tersebut membutuhkan kepercayaan dan kepercayaan itu melahirkan ketenangan batin yang selanjutnya melahirkan keyakinan. Ayat diatas menegaskan kepada setiap manusia untuk menyampaikan amanat kepada orang yang berhak menerimanya.

Pelayanan kepada pelanggan merupakan kualitas pelayanan eksternal, sedangkan untuk karyawan adalah kualitas pelayanan internal. Untuk mencapai kepuasan karyawan ini maka pimpinan perusahaan hendaknya memberi kompensasi, sehingga karyawan akan termotivasi untuk memberikan pelayanan yang efektif. Dengan demikian akan menimbulkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan akan terjadi.<sup>38</sup>

Ali Hasan juga menjelaskan dalam bukunya marketing bank syariah bahwa pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan, menciptakan hubungan yang harmonis, dan silaturahmi yang lancar.<sup>39</sup> Dimana hal ini dapat tercapai jika karyawan memiliki sifat *fathanah*, *tabligh*, *siddik*, dan amanah.

---

<sup>37</sup>Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an Volume 2* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 457.

<sup>38</sup>M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 223.

<sup>39</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 86.

### c. Dasar-dasar Pelayanan

Berikut ini adalah dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang *costumer service*, pramuniaga, *public relation*, satpam, dan kasir:<sup>40</sup>

- 1) Berpakaian dan berpenampilan bersih dan rapi.
- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyuman.
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal.
- 4) Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
- 6) Bergairah dalam melayani nasabah serta memberikan kepuasan.
- 7) Jangan menyela atau memotong pembicaraan
- 8) Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan.
- 9) Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

### 7. Ciri-ciri pelayanan yang baik

Dalam melayani nasabah hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik terhadap nasabah, yaitu:<sup>41</sup>

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
- b. Tersedia personil yang baik.
- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.
- d. Mampu melayani secara tepat dan cepat.
- e. Mampu berkomunikasi.
- f. Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik.

---

45. <sup>40</sup>Bayu Wisnawa, *Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan* (Yogyakarta: Ghalia Ilmu, 2008), hlm.

<sup>41</sup>Handi Irawan, *Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hlm. 73.

- g. Berusaha memahami kebutuhan nasabah/pelanggan.
- h. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan.
  - 1) Beri kesempatan kepada pelanggan berbicara untuk mengemukakan keinginannya.
  - 2) Dengarkan secara baik.
  - 3) Jangan menyela pembicaraan sebelum pelanggan selesai bicara.
  - 4) Ajukan pertanyaan setelah pelanggan berbicara.
  - 5) Jangan marah dan mudah tersinggung.
  - 6) Jangan mendebat nasabah/pelanggan.
  - 7) Jaga sikap sopan, ramah dan selalu bersikap tenang.
  - 8) Jangan menangani hal diluar kemampuan.
  - 9) Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.

## 8. Kualitas pelayanan menurut perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa/pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat *al-Baqarah* ayat 267:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِءَاخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.<sup>42</sup>

<sup>42</sup>Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bekasi: P.T Addawi Sukses Mandiri, 2012), hlm. 46.

Kata *anfiku mintoyyibati ma kasabtum* mengandung arti *minhalalati majama'atum minjahabi walfidotan* yang artinya halal apa-apa yang kalian kumpulkan dari perjalanan.<sup>43</sup> Kata *anfiku mintoyyibati maa kasabtum* di atas menunjukkan arti bahwa manusia harus menafkahkan hasil yang baik-baik atau kualitas yang baik-baik dari usahanya.<sup>44</sup> Sebab dengan memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas seorang pelanggan akan menunjukkan loyalitasnya terhadap hotel tersebut. Salah satu dimensi kualitas pelayanan adalah bukti fisik yaitu berupa fasilitas gedung, tempat parkir, *wifi* dan lainnya. Dan dalam ayat tersebut bukti fisik harus sesuai dengan harapan pelanggan.

## 9. Mengukur kualitas pelayanan

Menurut Parasuraman dan kawan-kawan, ada lima dimensi pokok kualitas pelayanan antara lain:<sup>45</sup>

### a. Keandalan (*Reliability*)

Merupakan kemampuan perusahaan menyampaikan jasa yang akurat dan konsisten. Al-Qur'an juga menerangkan mengenai pelaksanaan janji yang telah disepakati yaitu dalam *Q.S Al-Mukminun* ayat 8 berikut ini:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْنَتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ ﴿٨﴾

Artinya: Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya.<sup>46</sup>

Kata *لِأَمْنَتِهِمْ* di atas artinya *lima antu'manu 'alaihi* yang berarti terhadap apa-apa yang di amanahkan kepadanya,<sup>47</sup> dan bisa

---

<sup>43</sup>Tanwirul Muqabasi, *Loc. Cit.*, hlm. 45.

<sup>44</sup>Departemen Agama, *Al-Quran Tafsir per Kata Tajwid Kode Angka* (Tangerang Selatan: P.T. Kalim, 2011), hlm. 46.

<sup>45</sup>Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 94-95.

<sup>46</sup>Departemen Agama RI, *Al-Kafi Mushaf Al-Quran* (Bandung: Diponegoro, 2008), hlm. 342.

<sup>47</sup>Tanwirul Muqabasi, *Loc. Cit.*, hlm. 342.

juga diartikan menjaga amanat dan janji-janji diantara mereka dengan mereka dan mereka dengan Allah. Karena janji itu adalah sebuah hutang yang harus dibayar.<sup>48</sup>

Allah SWT berfirman, “Telah beruntung, berbahagia dan memperoleh kemenangan orang-orang mukmin yang khusyuk shalatnya, menjauhkan diri dari perbuatan atau percakapan yang tidak berguna dan bermanfaat, apalagi kalau merupakan perbuatan yang batil dan kata yang keji, menunaikan kewajiban zakatnya, menjaga kemaluannya kecuali terhadap istri-istrinya dan budak-budak yang dimilikinya yang dihalalkan oleh Allah baginya, yang memelihara amanat-amanat yang dibebankan kepadanya serta menepati janji-janjinya.

Rasulullah saw bersabda, yang artinya: “Tanda-tanda orang munafik ada tiga perkara, ialah berdusta dalam kata-katanya, mengingkari janjinya dan mengkhianati amanat yang telah diterimanya”.<sup>49</sup>

b. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Merupakan kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu pelanggan dengan segera. Apabila perusahaan tidak menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang akan terjadi adalah ditinggal oleh pelanggan.

c. Jaminan (*Assurance*)

Merupakan kompetensi, sopan santun, kredibilitas, dan keamanan yang akan membantu keyakinan konsumen bahwa ia akan mendapatkan jasa yang diharapkan.

d. Empati (*Empathy*)

---

<sup>48</sup>Departemen Agama, *Al-Qur'an Tafsir, Op.Cit.*, hlm. 343.

<sup>49</sup>Salim Bahreisy dan Said Bahreisy, *Op.Cit.*, hlm. 398-399.

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan dengan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian dan memahami pelanggan. Sebagaimana firman Allah dalam *Q.S An-Nahl* ayat 90 berikut ini:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ  
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.<sup>50</sup>

Kata *وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ* dalam penggalan ayat di atas mengandung arti *silaturrahim*,<sup>51</sup> yang artinya bahwa sesama manusia harus memberikan (hak bantuan dan perhatian) dan saling memberi kepada kaum kerabat, sehingga akan terjalin *ukhuwah* dan hubungan yang baik.<sup>52</sup>

Allah Ta'ala menerangkan bahwa Dia menyuruh hamba-hamba-Nya berlaku adil, yaitu bersikap tengah-tengah dan seimbang, serta dianjurkan berbuat ihsan. Hal ini senada dengan firman Allah, “Dan balasan suatu kejahatan adalah kejahatan yang serupa. Maka barang siapa memaafkan dan berbuat baik, maka pahalanya atas (tanggungan) Allah.” (*asy-Syuraa*: 40), dan senada dengan ayat-ayat lainnya yang menunjukkan pensyariaan keadilan dan anjuran berbuat baik.

Ibnu Abbas menafsirkan, “Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil” dengan syahadat bahwa tiada tuhan kecuali Allah. Sedangkan Sufyan

---

<sup>50</sup>Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bekasi: P.T Addawi Sukses Mandiri, 2012), hlm. 278.

<sup>51</sup>Tanwirul Muqabasi, *Loc. Cit.*, hlm. 277.

<sup>52</sup>Departemen Agama, *Al-Quran Tafsir per Kata Tajwid Kode Angka* (Tangerang Selatan: P.T. Kalim, 2011), hlm. 278.



bin Uyainah memaknai” adil” di sisni dengan bersikap sama dalam melakukan amal untuk Allah, baik amal kalbu maupun amal lahiriah. Ihsan berarti amal kalbunya lebih baik daripada amal lahiriah. Sedangkan *fahsyah* dan *mungkar* berarti amal lahiriahnya lebih baik daripada amal kalbu.<sup>53</sup>

e. Sarana fisik (*Tangible*)

Dimensi ini merupakan aspek perusahaan jasa yang mudah terlihat dan ditemui nasabah/pelanggan. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah/pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

---

<sup>53</sup>Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, *Kemudahan Dari Allah Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2* (Jakarta: Gema Insani Pers, 1999), hlm. 1056.

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini berdasarkan pengambilan teori sebelumnya, yaitu yang dilakukan oleh:

**Tabel 2**  
**Penelitian terdahulu**

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel dan Metodologi	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Royana Maranta I. Manurung	Pengaruh Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Inna Dharma Deli Medan (Skripsi, 2014, Universitas Sumatera Utara Medan)	Produk ( $X_1$ ) Pelayanan ( $X_2$ ) Kepuasan (Y)  Bentuk penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan analisa data kuantitatif deskriptif Pengambilan sampel dilakukan melalui teknik <i>accidental sampling</i>	Produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Pada Hotel Inna Dharma Deli Medan.	penelitian terdahulu mempunyai tiga variabel yaitu, variabel $X_1$ (Produk), variabel $X_2$ (pelayanan) dan variabel Y (kepuasan pelanggan), dan lokasi penelitiannya berada di Hotel Inna Dharma Deli Medan, sedangkan penelitian ini memiliki dua variabel juga dimana variabel X (pelayanan) dan variabel Y (kepuasan pelanggan) dan tempatnya di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan.
2.	Ratih Hardiyanti	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran(Skripsi, 2010,	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Kepuasan (Y)  Pengumpulan data di lakukan dengan kuesioner, observasi, dan studi pustaka, dengan metode regresi sederhana Pengambilan sampel dilakukan melalui teknik	Terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisat	penelitian terdahulu mempunyai dua variabel yaitu, variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan konsumen), dan lokasi penelitiannya berada di Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran, sedangkan penelitian ini memiliki dua variabel juga dimana variabel X

		Universitas Diponegoro )	<i>accidental sampling</i>	a Kebun Teh Pagilaran.	(pelayanan) dan variabel Y (kepuasan pelanggan) dan tempatnya di Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan.
--	--	--------------------------	----------------------------	------------------------	--

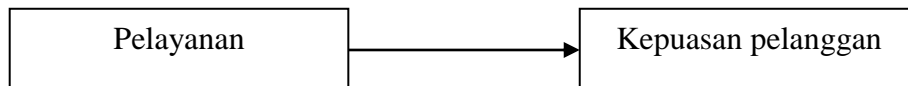
### C. Kerangka Pikir

Dalam persaingan yang semakin tajam diantara pebisnis perhotelan atau tempat penginapan saat ini, maka kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dimana tingkat kepentingan dan harapan pelanggan serta pelaksanaan atau kinerja yang harus dilakukan perusahaan haruslah sesuai.

Pelayanan adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan, agar pelanggan tidak merasa kecewa atas pemberian barang atau jasa dari perusahaan tersebut. Sebab pelayanan yang baik dapat memberikan pengaruh pada *performansi* pemberi barang atau jasa pada perusahaan tersebut. Makin dekat harapan pelanggan “jasa yang diberikan” dengan “jasa minimum yang dapat diterima”, makin besar pula kemungkinan tercapainya kepuasan. Karena kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang di sarankan dan yang diharapkan, sedangkan pelanggan adalah orang-orang atau pembeli yang tidak tergantung pada suatu produk, tetapi produk yang tergantung pada orang tersebut. Pelayanan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen atau pelanggan. Kualitas pelayanan yang umum diketahui adalah *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible*.

Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel Y adalah kepuasan pelanggan dan variabel X adalah pelayanan, dengan model konseptual didasarkan pada tinjauan pustaka/landasan teori, dan variabel. Untuk lebih jelasnya perhatikan bagan di bawah ini.

**Bagan 1.1**  
**Kerangka Pikir**



#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Menurut Sumady Suryabrata, hipotesis merupakan “jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling tinggi tingkat kebenarannya”.<sup>54</sup>

Ciri-ciri hipotesis yang baik adalah hipotesis yang harus dirumuskan dengan singkat dan jelas, harus dengan nyata menunjukkan adanya hubungan antara dua variabel atau lebih, harus didukung oleh teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli atau hasil penelitian yang relevan. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan.

H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan.

---

<sup>54</sup>Sumady Suryabrata, *Metode Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 21.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel Natama Syari'ah Padangsidimpun, yang beralamatkan di Jl. Sisingamangaraja No. 100 Padangsidimpun Kab. Tapanuli Selatan, Prov. Sumatera Utara. Adapun penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Januari 2016 sampai September 2016.

#### B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/angka.<sup>1</sup> Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tipe penilian deskriptif yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai masalah-masalah yang diteliti, menginterpretasikan serta menjelaskan data secara sistematis. Dasar penelitian ini adalah survey, yaitu pembagian kuesioner kepada responden yang berisi pernyataan pernyataan mengenai hal yang berhubungan dengan penelitian.

#### C. Populasi Dan Sampel

##### 1. Populasi

Menurut Arikunto “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada di wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. *Study* atau penelitiannya juga disebut *study* populasi atau *study* sensus.<sup>2</sup> Sedangkan menurut Sugiono “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas

---

<sup>1</sup>Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 109.

<sup>2</sup>Suaharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 130.

objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristiknya tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.<sup>3</sup>Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan hotel Natama Syariah Padangsidempuan pada tahun 2011 sampai tahun 2014 yang berjumlah 51622 orang (daftar *Occupancy* Hotel Natama Syariah Padangsidempuan dari tahun 2011 s/d 2014).

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono “sampel adalah sebagian dari populasi”.<sup>4</sup> Sedangkan menurut Arikunto “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.<sup>5</sup> Dari kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Penetapan sampel yang dilakukan oleh peneliti adalah berdasarkan jumlah item pertanyaan pada kuesioner. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana : n= jumlah sampel

N= jumlah populasi

E= nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen) kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel; 10% = 0,1.<sup>6</sup>

$$\text{Jumlah sampel adalah } n = \frac{51622}{1+51622 (0,1)^2}$$

---

<sup>3</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2001), hlm. 281.

<sup>4</sup>*Ibid.*, hlm. 73

<sup>5</sup>Arikunto, *Op. Cit.*, hlm. 77

<sup>6</sup>Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 65.

$$n = \frac{51622}{1 + 516,22}$$

$$n = \frac{51622}{517,22}$$

$$n = 99,8$$

karena nilai  $n=99,8$ , maka tidak mungkin diambil sampel sebanyak 99,8 sehingga harus digenapkan menjadi 100 sampel. Oleh karena itu jumlah sampel pada penelitian ini ialah sebanyak 100 sampel.

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

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Metode atau pendekatan yang dapat dilakukan dalam proses pengumpulan data yang bersifat primer ini dapat menggunakan angket/kuesioner, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi, dan sebagainya.<sup>7</sup>
2. Data skunder adalah data yang bersumber dari perusahaan yang bersangkutan,<sup>8</sup> data skunder berperan membantu melengkapi data yang diharapkan dalam suatu penelitian yang di peroleh dari data perusahaan yang bersangkutan.<sup>9</sup>

#### **E. Instrumen Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan peneliti dengan teknik pengumpulan data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dengan melakukan teknik pengumpulan data primer. Pengumpulan data primer dilakukan melalui:

1. Wawancara/Interview

---

<sup>7</sup>Suryani dan Hendryadi, *Op.Cit.*, hlm. 172.

<sup>8</sup>Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 29.

<sup>9</sup>Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 132.

Teknik wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung secara bertatap muka (*personal face to face interview*) dengan sumber data (responden).<sup>10</sup> Dalam penelitian ini teknik wawancara yang dilakukan adalah dengan wawancara langsung baik dengan manajer Hotel Natama, karyawan, dan pelanggan.

## 2. Kuesioner atau angket

Angket/kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawab.<sup>11</sup> Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *nonprobability sampling*, yaitu pemilihan unit sampel dalam metode didasarkan pada pertimbangan atau penilaian subjektif dan tidak ada penggunaan teori probabilitas.<sup>12</sup>

Dalam penelitian ini cara penyebaran angket dilakukan dengan dua cara yaitu dengan cara menjumpai pelanggan langsung dan menitipkan angket pada *receptionis*.

Untuk pengumpulan data primer yang diajukan melalui berbagai pernyataan maka peneliti menentukan skor dari setiap jawaban sehingga menjadi data kuantitatif, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>10</sup>Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidim, *Panduan Praktis Memahami Penelitian (Bidang Sosial, Administrasi, Pendidikan)* (Bandung: CV. Pustaka Setia: 2011), hlm. 89.

<sup>11</sup>Suryani dan Hendryadi, *OP.Cit.*, hlm. 173.

<sup>12</sup>Burhan Bungin, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 18.



**Tabel 3. 1**  
**PenilaianAngket Positif dan Negatif**

Jawaban positif		Jawaban negatif		Skala
Sangat puas	5	Tidak puas	5	Ordinal
Puas	4	Kurang puas	4	
Cukup puas	3	Cukup puas	3	
Kurang puas	2	Puas	2	
Tidak puas	1	Sangat puas	1	

Dibawah ini adalah daftar pernyataannya yang akan di jadikan sebagai angket yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Daftar Pernyataan Angket Variabel Pelayanan (X)**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Nomor butir soal
Pelayanan	a. <i>Tanggibel</i> (berwujud)	1) Bangunan dan interior yang bagus dan menarik	4 & 5
		2) Kebersihan dan kenyamanan hotel	1
		3) Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan	6
	b. <i>Reliability</i> (kehandalan)	1) Kecepatan receptionist dalam melayani tamu	3
		2) Prosedur pelayanan atau pendaftaran untuk tamu yang bermalam tidak berbelit-belit	2
		3) Pelayanan yang memuaskan	16
	c. <i>Responsiveness</i> (Bertanggung Jawab)	1) Tanggap terhadap keluhan pelanggan	7 & 8
	d. <i>Assurance</i> (Keyakinan)	1) Keramahan dalam melayani pelanggan atau tamu	9 & 12
		2) Pengetahuan yang luas	13
		3) Keamanan konsumen atau tamu terjamin	15
		4) Saya tertarik/ingin untuk menginap pada kesempatan yang lain.	16
		5) Saya akan merekomendasikan hotel	17

		Natama pada rekan/teman/keluarga sebagai tempat menginap yang nyaman.	
	e. <i>Emphaty</i> (Empati)	1) Tersedia layanan 24 jam	14
		2) Mampu berkomunikasi dengan baik	11

**Tabel 3. 3**  
**Daftar Pernyataan Angket Variabel Kepuasan (Y)**

<i>Kepuasan</i>	a. <i>Tanggibel</i> (berwujud)	1) Penampilan fisik gedung dan interior menarik	1
		2) Akses kelokasi mudah	2
		3) Penampilan karyawan sopan dan rapi	3 & 15
	b. <i>Reliability</i> (kehandalan)	1) Melayani dengan cermat sehingga terhindar dari kesalahan	4
		2) Memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan	5
	c. <i>Responsiveness</i> ( Bertanggung Jawab)	1) Kesiediaan mengatasi masalah	6 & 7
		2) Kecepatan dalam pelayanan	8 & 9
		3) Kesesuaian harga	10
		4) Kesehatan produk	11
	d. <i>Assurance</i> (Keyakinan)	1) karyawan menyelesaikan dengan baik bila terjadi kekeliruan atau kesalahan	13
	e. <i>Emphaty</i> (Empati)	1) Menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat	14
		2) Pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan	15

#### a. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengolahan data dengan menggunakan SPSS 21.

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan/pernyataan pada kuesioner yang harus diganti karena dianggap tidak relevan.<sup>13</sup> Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*) dengan  $r_{\text{tabel}}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ )= $n-k$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah item. Jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan mengetahui dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya.<sup>14</sup> SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0,60$ .

## 3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti distribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya

---

<sup>13</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 166.

<sup>14</sup>Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Op. Cit.*, hlm. 110.

berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak.<sup>15</sup> Untuk melakukan uji normalitas dapat dengan memakai uji Kolmogorov-Smirnov, merupakan uji normalitas untuk sampel besar. Jika nilai  $p > 0,1$  maka distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas. Nilai  $p$  dapat diambil dari *absolute* dan dapat juga diambil dari nilai kolmogorov smirnov  $Z$ . Untuk menentukan taraf signifikansi sebagaimana disebutkan oleh Arikunto besar taraf signifikansi pada umumnya sudah diterapkan terlebih dahulu misalnya 0.15, 0.05, 0.01 dan sebagainya.<sup>16</sup>

#### 4. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikansi 0.1. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,1.<sup>17</sup>

#### 5. Uji Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dilandaskan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel terikat dengan satu variabel bebas. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas ( $X$ ) dan variabel terikat ( $Y$ ), dan jika ada hubungan bagaimanakah arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut. Persamaan umum regresi linier sederhana:<sup>18</sup>

$$Y = f(x)$$
$$Y = a + bx + e$$

---

<sup>15</sup>Husein Umar, *Op. Cit.*, hlm. 181.

<sup>16</sup>Suharsimi Arikunto, *Op., Cit.*, hlm.68.

<sup>17</sup>Dwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis* (C.V ANDI OFFSET, 2014), hlm. 79.

<sup>18</sup>*Ibid*, hlm.66.

Keterangan:

Y = Kepuasan

a= Konstan

b= Koefisien

x= Pelayanan

e = *Error of estimate* atau tingkat kesalahan

## 6. Uji $R^2$

R *square* ( $R^2$ ) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasinya. Angka ini akan diubah kedalam bentuk persen, yang artinya persentasi sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

## 7. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hasil signifikan atau tidak angka  $t_{hitung}$  akan dibandingkan dengan  $t_{tabel}$ .

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Perusahaan**

Hotel Natama Syariah Padangsidempuan merupakan hotel Syariah yang disahkan oleh MUI dengan Nomor : U- 180/DSN – MUI/V/2008 pada tanggal 29 Mei 2008 M/23 Jumadil Awal 1429 H, yang beralamat di jalan Sisingamangaraja No. 100 Padangsidempuan Kab. Tapanuli Selatan, Prov. Sumatera Utara.

#### **B. Sejarah Singkat hotel Natama Syariah Padangsidempuan**

Pada awal berdirinya, Hotel Natama Syariah hanyalah sebuah losmen dengan nama Adian Natama yang dimiliki oleh keluarga Almarhum M.F Siregar. Sejalan dengan perjalanan waktu, dan seiring dengan memberikan layanan kepada masyarakat luas akan jasa penginapan yang bersih, nyaman, dan aman dengan lokasi yang sangat strategis, maka losmen berkembang dan tumbuh menjadi sebuah hotel dengan nama Natama.

Kepemilikan hotel berubah menjadi gabungan dari 3 (tiga) keluarga bersaudara, yaitu keluarga Almarhum M.F Siregar, keluarga ibu B.O Surjaatmadja, dan keluarga bapak Amri Lubis. Hotel Natama membentuk sebuah PT. Dengan nama PT. Surya Natama yang berdiri pada tanggal 19 Agustus 2007 sesuai dengan Akte Notaris No. 233 dihadapan kandidat notariat Betty Supartini, SH sebagai pengganti dari Notaris Ny. Purbaningsih Adi Warsito, SH.

Pada tahun 2007 kepemilikan dan pengelolaan Hotel Natama beralih kepada keluarga Almarhum M.F Siregar di bawah naungan PT. Tuara Natama sesuai Akte Notaris No. 3 tanggal 16 Juli 2007 yang diterbitkan oleh Notaris Rumonda Kesuma Lubis, SH.

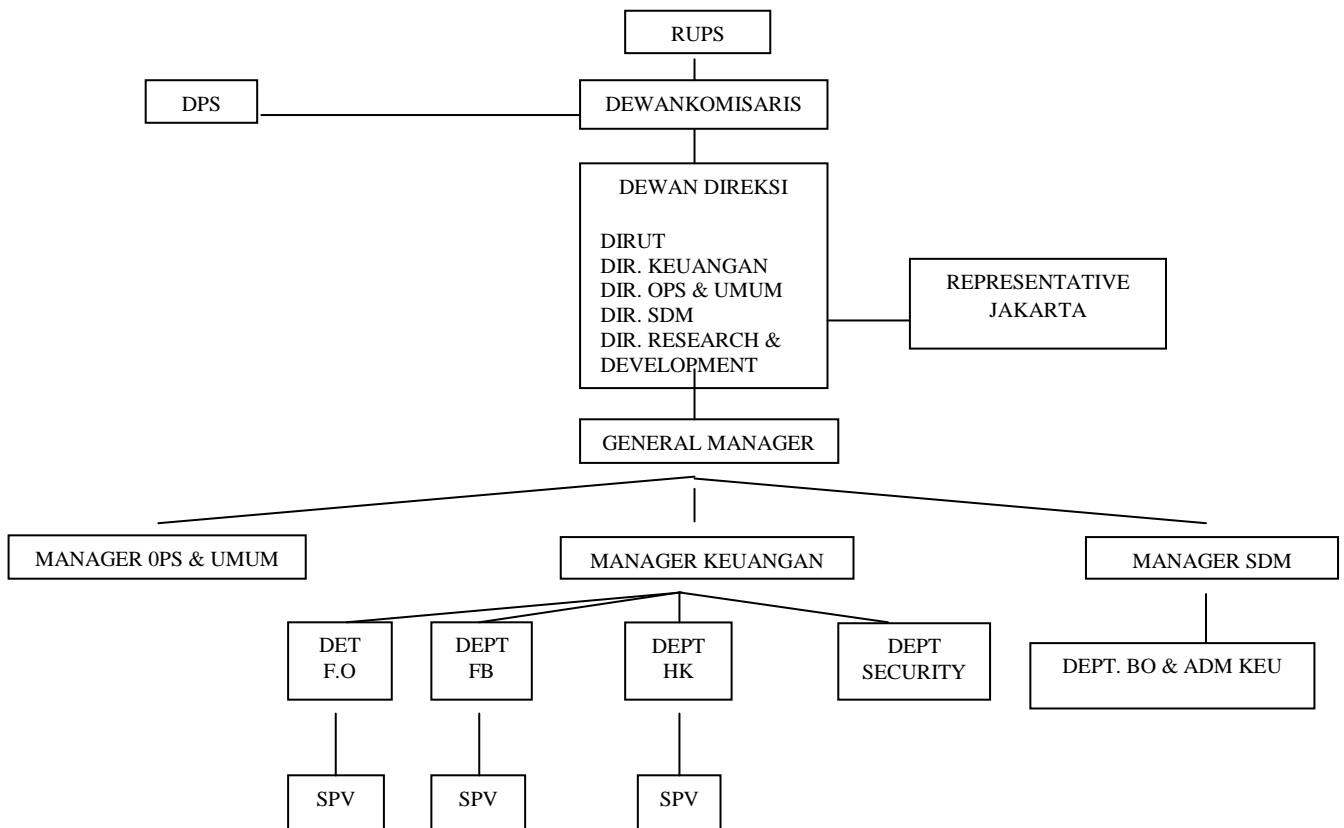
#### **C. Visi dan Misi**

Adapun visi dan misi dari Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan adalah sebagai berikut:

1. Visi  
Menjadi hotel syariah terbaik di Tapanuli Selatan.
2. Misi
  - a. Mengembangkan manajemen hotel dengan prinsip syariah.
  - b. Meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan seoptimal mungkin aset yang ada, melakukan efisiensi dan menerapkan prinsip syariah dalam pengelolaan bisnisnya.
  - c. Memberikan kepuasan dan pelayanan yang optimal terhadap tamu (*dhuyuf*).
  - d. Menerima sumber daya insani (SDI) yang terdidik secara islami, menerapkan azaz kejujuran, disiplin, berakhlak mulia, dan menciptakan iklim persaingan yang sehat serta saling menghormati.
  - e. Meningkatkan kesejahteraan karyawan/wati.
  - f. Mensosialisasikan konsep dan sistem bisnis syariah kepada masyarakat.

#### D. Struktur Organisasi Perusahaan

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**



## E. Definisi Produk Dan Skim/Akad Yang Melandasinya

Sesuai dengan karakter bisnis hotel yang melekat, maka produk utama yang ditawarkan kepada publik adalah layanan jasa penginapan. Selain menyediakan jasa penginapan, Hotel Natama juga menawarkan kepada masyarakat jasa *restaurant*, *coffee shop*, dan *mini shop*. Seluruh produk akan disesuaikan dengan nilai dan norma syariah, seperti tidak menyediakan minuman keras (*khamar*), makanan yang mengandung serum babi (*khinzir*), tayangan-tayangan berbau pornografi/aksi, busana *waiter/waitris* yang *comply* terhadap nilai syariah, dan *Islamic entertainment* (nasyid, ceramah agama), serta kegiatan-kegiatan lain yang selaras dengan misi syariah.

Untuk produk layanan jasa, maka akan digunakan skim/akad *ijarah* sebagaimana arahan dalam fatwa DSN-MUI yang tertuang dalam fatwa No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang *ijarah* dan fatwa No. 44/DSN-MUI/VII/2004 tentang multijasa. Adapun lainnya akan diterapkan prinsip jual beli (*murabahah*).

Sesuai dengan ketentuan fatwa DSN, bahwa dalam akad *ijarah* diharuskan untuk memenuhi seluruh rukun dan syarat-syarat yang melekat. Rukun-rukun tersebut adalah adanya pihak-pihak/komponen yang terlibat secara langsung dalam transaksi, yaitu:<sup>1</sup>

- a. Pemberi sewa (*lessor*),
- b. Penyewa (*lessee*),
- c. Obyek sewa,
- d. Harga sewa,
- e. Jangka waktu,
- f. *Ijab-qabul*.

---

<sup>1</sup>Dokumen Sejarah Singkat dan Peran Penting Food and Beverage Department di Hotel Natama, Tahun 2016.



## F. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas digunakan 100 responden dengan 17 butir pernyataan untuk variabel (X), 15 butir pernyataan untuk variabel (Y), dan tingkat signifikansi 10% sehingga  $r_{\text{tabel}}$  diperoleh 0,163 (tabel r terlampir).

Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai *Correlated* pada output *SPSS Versi 21* yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

#### a. Uji Validitas Variabel X

**Tabel 4. 1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X)**

No Item Pernyataan	Nilai $r_{\text{hitung}}$	Nilai $r_{\text{tabel}}$	Keterangan
1	0,414	Instrument valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n=100$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} 0,163$	Valid
2	0,814		Valid
3	0,858		Valid
4	0,767		Valid
5	0,407		Valid
6	0,757		Valid
7	0,767		Valid
8	0,000		Tidak Valid
9	0,736		Valid
10	0,759		Valid
11	0,776		Valid
12	0,238		Valid
13	0,569		Valid
14	0,531		Valid
15	0,714		Valid
16	0,527		Valid
17	0,477		Valid

Berdasarkan hasil analisis dari tabel 4.1 di atas, di dapat nilai korelasi untuk item 8 tidak valid karena lebih kecil dari 0,163. Sedangkan butir instrumen yang lain lebih dari 0,163 maka dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Variabel Y

**Tabel 4. 2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

No Item Pernyataan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1	0,676	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n=100 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ 0,163	Valid
2	0,109		Tidak Valid
3	0,482		Valid
4	0,696		Valid
5	0,707		Valid
6	0,755		Valid
7	0,000		Tidak Valid
8	0,450		Valid
9	0,152		Tidak Valid
10	0,704		Valid
11	0,515		Valid
12	0,523		Valid
13	0,624		Valid
14	0,770		Valid
15	0,754		Valid

Berdasarkan hasil analisis dari tabel 4.2 di atas terdapat nilai korelasi untuk semua item adalah valid kecuali item nomor 2,7 dan nomor 9 karena nilainya kurang dari 0,163.

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Realibilitas Variabel X

**Tabel 4. 3**  
**Uji Reliabilitas pada Pelayanan (X)**

Cronbach's Alpha	N of Items
,754	18

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel X (Pelayanan) sebesar 0,754. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,754 > 0,60).

b. Uji Reliabilitas Variabel Y

**Tabel 4. 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas pada Kepuasan Pelanggan (Y)**

Cronbach's Alpha	N of Items
,746	16

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel Y (kepuasan pelanggan) sebesar 0,746. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,746 > 0,60).

3. Uji Normalitas

Pengujian normalitas digunakan dengan SPSS 21 dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		PELAYANAN	KEPUASAN
N		100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	77,84	69,01
	Std. Deviation	5,029	3,891
Most Extreme Differences	Absolute	,221	,150
	Positive	,117	,081
	Negative	-,221	-,150

Kolmogorov-Smirnov Z	2,212	1,504
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,022

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini diketahui karena nilai p (di ambil dari nilai kolmogorov-Smirnov Z)  $\geq 0,1$  ( 2,212 dan 1,504  $\geq 0,1$ ).

#### 4. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,1.

**Tabel 4. 6**  
**Hasil Uji Linieritas**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1099,612	1	1099,612	269,824	,000 <sup>b</sup>
Residual	399,378	98	4,075		
Total	1498,990	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan

Berdasarkan output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,1$ . Maka dapat di tarik kesimpulan bahwa data tersebut diatas linier atau memenuhi uji liniaritas.

#### 5. Persamaan Regresi

Pada kolom *Understandardized Coeficient* bagian *standar error* variabel diperoleh sebesar 0,040 dan dari tabel tersebut pada kolom yang sama bagian B dapat dibuat persamaan regresi penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 17,421 + 0,663x$$

Arti dari model yang diperoleh adalah:

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 17,421 artinya bahwa jika pelayanan diabaikan, maka kepuasan pelanggan adalah sebesar 17,421 satuan.
- b. Nilai koefisien variabel pelayanan adalah 0,663 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan pelayanan sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat sebesar 0,663 satuan.

#### 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berikut ini hasil pengolahan data yang menggambarkan tingkat koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini.

**Tabel 4. 7**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,856 <sup>a</sup>	,734	,731	2,019

Nilai R Square ( $R^2$ ) yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi. Angka ini akan diubah kebentuk persen, yang artinya persentasi sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  sebesar 0,734 atau 73,4% artinya kepuasan (Y) dipengaruhi pelayanan (X) dengan kontribusi sebesar 0,734 atau 73,4%, sedangkan sisanya 26,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 7. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kesimpulan atas penerimaan hipotesis berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, atau variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak atau variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut ini hasil pengolahan data yang menggambarkan hasil dari uji t serta tingkat signifikan kedua variabel:

**Tabel 4. 8**  
***Coefficients***

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17,421	3,147		5,536	,000
1 PELAYANAN	,663	,040	,856	16,426	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Pengambilan keputusan:

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau probabilitas  $\geq 0.1$  maka  $H_0$  diterima.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau probabilitas  $< 0.1$  maka  $H_0$  ditolak.

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 16,426 dengan taraf kesalahan ditetapkan 10% dan  $n = 100$ . Uji signifikan dengan rumus  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Untuk  $t_{tabel}$  diperoleh sebesar 1,660 (lihat pada lampiran). Artinya bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $16,426 > 1,660$ . Maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya bahwa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## 8. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Natama Syariah Padangsidempuan, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 16,426 > 1,984$ .

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh  $R^2$  sebesar 0,734 yang artinya variabel pelayanan dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan pada Hotel Natama Syariah Padangsidempuan sebesar 73,4%, sedangkan sisanya 26,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kemudian untuk perhitungan korelasi yang digunakan untuk mengetahui hubungan variabel X dan Y diperoleh sebesar 0,856 atau 85,6% hal ini disimpulkan bahwa hubungan antara pelayanandan kepuasan pelanggan “sangat tinggi”.

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan diperoleh persamaan regresinya, yaitu:  $Y = 17,421 + 0,663x$  artinya antara variabel X dan Y ada hubungan yang positif, yaitu semakin meningkatnya kualitas pelayanan maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan pelanggan.

Teori ini juga didukung oleh Ali Hasan dalam bukunya yang berjudul marketing bank syariah, dan M. Nur Rianto dalam bukunya yang berjudul dasar-dasar pemasaran bank syariah, dimana kedua hal ini telah dijelaskan sebelumnya dalam bab II (dua).

Hasil penelitian di atas sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Royana Maranata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Diponegoro, Semarang, tahun 2012. Dimana judul penelitiannya adalah Pengaruh Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada

Hotel Inna Dharma Deli Medan, dengan hasil uji  $R^2$  adalah 33,5%. Begitu juga dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh Ratih Hardiyati dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran, dengan hasil uji  $R^2$  adalah 51,7%. Meskipun hasil uji  $R^2$  penelitian terdahulu dengan penelitian ini berbeda tetapi memiliki kecenderungan yang sama dimana pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh pelayanan yang cukup tinggi terhadap kepuasan pelanggan yaitu 73,4%. Maksudnya adalah bahwa pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai  $R^2 = 0,734$ . Korelasi yang terjadi antara variabel pelayanan(X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sangat tinggi yang dibuktikan dengan  $r = 0,856$ . Maksudnya hubungan yang terjadi adalah hubungan yang positif. Hal ini terlihat dari persamaan regresi  $Y = 17,421 + 0,663x$ .

Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang di peroleh pelanggan, ketika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan menggunakan jasa tersebut secara berulang-ulang, dan perusahaan tidak perlu lagi mengeluarkan biaya promosi yang tinggi karena pelanggan sudah saling mempromosikan jasa tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan.

#### **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan analisis mengenai pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Natama Syariah Padangsidimpuan, maka peneliti mengemukakan beberapa saran yaitu:

1. Perusahaan sebaiknya dalam merekrut para karyawan yang berperan penting dalam kegiatan pelayanan setidaknya yang memiliki pengalaman dan pengetahuan tentang bagaimana cara melayani tamu dengan baik atau sering

disebut dengan pelayanan prima, sehingga *communication skill* sudah dikuasai dan perusahaan hanya memberikan pengarahan saja.

2. Hotel Natama Syariah Padangsidempuan harus lebih memacu semangat dalam memasarkan produk jasanya dan juga produk kulinernya, khususnya dalam bidang promosi atau marketing, agar bisa meningkatkan minat masyarakat menjadi pelanggan.
3. Bagi peneliti lain yang ingin meneliti faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di luar dari penelitian ini, karena dalam penelitian ini hanya membahas tentang pelayanan saja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ad Darimi, *Kitab jual-beli, Penjual dan pembeli ada kesempatan memilih, selama belum berpisah*, No. Hadist : 2435.
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Bayu Wisnawa, *Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan*, Yogyakarta: Ghalia Ilmu, 2008.
- Bukhari, *Kitab: Zakat, Pahala Bagi Pelayan Yang Bersedekah (dari Harta Tuannya) Atas Anjuran Temannya Bukan Dengan Tujuan Kerusakan*, No. 1348.
- Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2005.
- \_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Departemen Agama RI, *Al-Kafi Mushaf Al-Quran*, Bandung: Diponegoro, 2008.
- \_\_\_\_\_, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Al-Jumanatul 'Ali*, Bandung: CV.J-ART, 2004.
- \_\_\_\_\_, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Bekasi: P.T Addawi Sukses Mandiri, 2012.
- \_\_\_\_\_, *Al-Quran Tafsir per Kata Tajwid Kode Angka*, Tangerang Selatan: P.T. Kalim, 2011.
- Didin Hafidudin & Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Dokumen Sejarah Singkat dan Peran Penting Food and Beverage Department di Hotel Natama, Tahun 2016.
- Dwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, C.V ANDI OFFSET, 2014.
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2002.
- Handi Irawan, *Prinsip Kupuasan Pelanggan*, Jakarta: Salemba Empat, 2004.
- Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006.
- Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- \_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- \_\_\_\_\_, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.

- Imam Jalalain, Tafsir Jalalain, Maktabah Darussalam, Riyadh: CV. Pustaka Assalam, 2014.*
- Kasmir, *Etika Costumer Service*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- \_\_\_\_\_, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2004.
- Nasution M. Nur, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor Selatan: Ghlmia Indonesia, 2004.
- M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Hasibuan Malayu S.P, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidim, *Panduan Praktis Memahami Penelitian (Bidang Sosial, Administrasi, Pendidikan)*, Bandung: CV. Pustaka Setia: 2011.
- Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, *Kemudahan Dari Allah Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*, Jakarta: Gema Insani Pers, 1999.
- Muslim, *Kitab: Zakat, Pahala bendahara yang jujur dan wanita yang bersedekah dengan harta suaminya*, No. 1699.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2007.
- Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an Volume 2*, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Rio Budi Prasadja, *Psikologi Pelayanan Jasa Hotel, Restoran & Kafe*, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2009.
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Salim Bahreisy dan Said Bahreisy, *Terjemahan Singkat Tafsir Ibnu Katsier Jilid 5*, Kuala Lumpur: Victory Agencie, 1994.
- Suaharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2001.
- Sumady Suryabrata, *Metode Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Tanwirul Muqabasi, *Tafsir Ibnu Abbas*, Bairut Libanon: Al-Fiqru, 1995.

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT. Persero Penerbitan dan Pencetakan Balai Pustaka, 2001.

Veithzal Rivai, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.

Yusuf Qardhawi, *Norma & Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: GIP, 1997), hlm.170.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**Nama** : Mastira Romaito Hasibuan  
**NIM** : 12 230 0106  
**Tempat/Tanggal Lahir** : Gonting Julu/ 29 September 1994  
**Alamat** : Gonting Julu, Kec. Huristak, Kab. Padang Lawas, Prov. Sumatera Utara.

### **Nama Orang Tua**

**Ayah** : Rahalim Hasibuan  
**Ibu** : Nuraina Harahap  
**Alamat** : Gonting Julu, Kec. Huristak, Kab. Padang Lawas, Prov. Sumatera Utara.  
**Pekerjaan** : Petani

### **Riwayat Pendidikan**

**Tahun 2000-2006** : SD Negeri No. Gonting Julu  
**Tahun 2006-2009** : SMP Negeri 1 Barumun Tengah  
**Tahun 2009-2012** : SMK Negeri 1 Huristak

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

23/In.14/G. 6a./PP.00.9/01/2017

Padangsidimpuan, 17 JANUARI 2017.

**mohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing**

, M. Ag  
Zein, MEI

puan

Wr. Wb.

ampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkaji kelayakan Judul  
Judul Skripsi Mahasiswa tersebut dibawah ini sebagai berikut:

: MASTIRA ROMAITO HASIBUAN  
: 12 230 0106  
: VIII (Delapan) /2015-2016  
: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah  
Lama : **Pengaruh Marketing Syariah Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel  
Natama Syariah Padangsidimpuan**  
Baru : **Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Natama  
Syariah Padangsidimpuan**

an hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi pembimbing I dan  
litian penulisan skripsi mahasiswa dimaksud.

mi sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan

Wr. Wb.

Ketua Jurusan

in Aziz Siregar, M. Ag  
8 200112 1 001

RUKYAH SE, M.Si  
NIP.19760324 200604 2002

**PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING**

**TIDAK BERSEDIA  
G I**

**BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA  
PEMBIMBING II**

ar, M. Ag  
5 200312 2 001

Aliman Svahuri Zein, Mei

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

№ /ln.14/G/G.4b/TL.00/09/2016

26 September 2016

n Izin Riset

atama  
idimpuan

puan

n Wr.Wb.

at, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan  
twa:

- : Mastira Romaito Hasibuan
- : 12 230 0106
- : IX (Sembilan)
- : Ekonomi Syariah
- : Ekonomi dan Bisnis Islam

lhasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
npuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh  
hadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Natama Syariah  
in**".

dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan  
an maksud judul di atas.

at ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

am Wr.Wb.

Dekan,



  
H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP.19731128 200112 1 001



**HOTEL NATAMA**  
SYARIAH DSN - MUI 2008 ®

Sidempuan, 12 April 2016

16027/HN-IV/2016

izin Riset

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN

Sidempuan

Waalaikuum Warohmatullohi Wabarokatuh

Sehubungan dengan surat Bapak tanggal 31 Maret 2016 perihal Mohon Izin Riset di Hotel Natama  
dan atas nama Mastira Romaito Hasibuan, secara prinsip **kami tidak keberatan**  
dengan catatan pada saat melakukan riset, mahasiswi tersebut dapat mengikuti aturan yang  
dijelaskan Hotel Natama.

Surat ini disampaikan dan atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Waalaikuum warohmatullohi wabarokatuh



Sidempuan, SE

# SERTIFIKAT

## SERTIFIKAT

### LEMBAGA BISNIS SYARIAH

Nomor : U-180/DSN-MUI/V/2008

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala. Setelah mempelajari, mengkaji, meninjau dan memeriksa, Dewan Syariah Nasional-  
Majelis Ulama Indonesia menyatakan bahwa :

Nama : **PT. TUARA NATAMA**

Alamat : **Jl. Singamangaraja No. 100  
Padang Sidempuan 22723 Indonesia**

Telah memenuhi syarat sebagai Lembaga Bisnis Syariah (perhotelan) yang dalam kegiatan operasionalnya terikat dengan ketentuan-ketentuan syariah Islam.

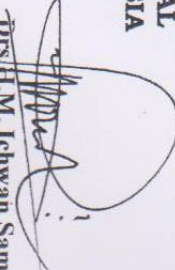
Semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala meridhai dan memberkahi usaha ini

Sertifikat ini diberikan pada tanggal diterbitkan dan tetap berlaku sepanjang belum dicabut kembali oleh DSN-MUI.

Jakarta, 29 Mei 2008 M / 23 Jumadil Auwal 1429 H

**DEWAN SYARIAH NASIONAL  
MAJELIS ULAMA INDONESIA**

  
**K.H. Ma'ruf Amin**  
Ketua Pelaksana

  
**Drs. H.M. Ichwan Sam**  
Sekretaris



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

: B-675/In.14/G/TL.00/03/2016

Padangsidimpuan, 31 Maret 2016

: Mohon Izin Riset

Min Hotel Natama Syariah  
Padangsidimpuan

Padangsidimpuan

Wu'alaikum Wr.Wb

Yang hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN  
Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Mastira Romaito Hasibuan  
No. : 12 230 0106  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Fakultas : Ekonomi Syariah

Seorang Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul  
**"Pengaruh Marketing Syariah terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Natama  
Padangsidimpuan"**.

Dengan demikian, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin  
dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Dengan surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima  
kasih.

Wu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP.19731123 200112 1 001

**Tabel untuk perhitungan Statistik**

**Tabel Nilai – nilai r Product Moment**

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5 %	1 %		5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128

19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

*Sumber : Sugiyono, Statistika untuk penelitian, 1999:288*

## Tabel untuk perhitungan Statistik

### Tabel Distribusi - t

	$\alpha$					$\alpha$			
df	0.10	0.05	0.02	0.01	df	0.10	0.05	0.02	0.01
1	6.314	12.706	31.821	63.657	51	1.675	2.008	2.402	2.676
2	2.920	4.303	6.965	9.925	52	1.675	2.007	2.400	2.674
3	2.353	3.182	4.541	5.841	53	1.674	2.006	2.399	2.672
4	2.132	2.776	3.747	4.604	54	1.674	2.005	2.397	2.670
5	2.015	2.571	3.365	4.032	55	1.673	2.004	2.396	2.668
6	1.943	2.447	3.143	3.707	56	1.673	2.003	2.395	2.667
7	1.895	2.365	2.998	3.499	57	1.672	2.002	2.394	2.665
8	1.860	2.306	2.896	3.355	58	1.672	2.002	2.392	2.663
9	1.833	2.262	2.821	3.250	59	1.671	2.001	2.391	2.662
10	1.812	2.228	2.764	3.169	60	1.671	2.000	2.390	2.660
11	1.796	2.201	2.718	3.106	61	1.670	2.000	2.389	2.659
12	1.782	2.179	2.681	3.055	62	1.670	1.999	2.388	2.657
13	1.771	2.160	2.650	3.012	63	1.669	1.998	2.387	2.656
14	1.761	2.145	2.624	2.977	64	1.669	1.998	2.386	2.655
15	1.753	2.131	2.602	2.947	65	1.669	1.997	2.385	2.654
16	1.746	2.120	2.583	2.921	66	1.668	1.997	2.384	2.652
17	1.740	2.110	2.567	2.898	67	1.668	1.996	2.383	2.651
18	1.734	2.101	2.552	2.878	68	1.668	1.995	2.382	2.650
19	1.729	2.093	2.539	2.861	69	1.667	1.995	2.382	2.649

20	1.725	2.086	2.528	2.845	70	1.667	1.994	2.381	2.648
21	1.721	2.080	2.518	2.831	71	1.667	1.994	2.380	2.647
22	1.717	2.074	2.508	2.819	72	1.666	1.993	2.379	2.646
23	1.714	2.069	2.500	2.807	73	1.666	1.993	2.379	2.645
24	1.711	2.064	2.492	2.797	74	1.666	1.993	2.378	2.644
25	1.708	2.060	2.485	2.787	75	1.665	1.992	2.377	2.643
26	1.706	2.056	2.479	2.779	76	1.665	1.992	2.376	2.642
27	1.703	2.052	2.473	2.771	77	1.665	1.991	2.376	2.641
28	1.701	2.048	2.467	2.763	78	1.665	1.991	2.375	2.640
29	1.699	2.045	2.462	2.756	79	1.664	1.990	2.374	2.640
30	1.697	2.042	2.457	2.750	80	1.664	1.990	2.374	2.639
31	1.696	2.040	2.453	2.744	81	1.664	1.990	2.373	2.638
32	1.694	2.037	2.449	2.738	82	1.664	1.989	2.373	2.637
33	1.692	2.035	2.445	2.733	83	1.663	1.989	2.372	2.636
34	1.691	2.032	2.441	2.728	84	1.663	1.989	2.372	2.636
35	1.690	2.030	2.438	2.724	85	1.663	1.988	2.371	2.635
36	1.688	2.028	2.434	2.719	86	1.663	1.988	2.370	2.634
37	1.687	2.026	2.431	2.715	87	1.663	1.988	2.370	2.634
38	1.686	2.024	2.429	2.712	88	1.662	1.987	2.369	2.633
39	1.685	2.023	2.426	2.708	89	1.662	1.987	2.369	2.632
40	1.684	2.021	2.423	2.704	90	1.662	1.987	2.368	2.632
41	1.683	2.020	2.421	2.701	91	1.662	1.986	2.368	2.631
42	1.682	2.018	2.418	2.698	92	1.662	1.986	2.368	2.630
43	1.681	2.017	2.416	2.695	93	1.661	1.986	2.367	2.630
44	1.680	2.015	2.414	2.692	94	1.661	1.986	2.367	2.629

45	1.679	2.014	2.412	2.690	95	1.661	1.985	2.366	2.629
46	1.679	2.013	2.410	2.687	96	1.661	1.985	2.366	2.628
47	1.678	2.012	2.408	2.685	97	1.661	1.985	2.365	2.627
48	1.677	2.011	2.407	2.682	98	1.661	1.984	2.365	2.627
49	1.677	2.010	2.405	2.680	99	1.660	1.984	2.365	2.626
50	1.676	2.009	2.403	2.678	100	1.660	1.984	2.364	2.626
					10000	1.645	1.960	2.327	2.576



## **KUESIONER PENELITIAN**

### **“Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Natama Syari’ah Padangsidempuan”**

Yth. Bapak/Ibu

Pelanggan Hotel Natama Syari’ah Padangsidempuan

Dengan hormat,

Saya mahasiswa Program Sarjana Strata Satu Ekonomi Islam Konsentrasi Manajemen Bisnis Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan sedang menyusun tugas penelitian skripsi dengan judul tersebut diatas.

Berkenaan dengan hal itu, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia mengisi kuisisioner yang telah tersedia. Dalam pengisian kuisisioner ini tidak ada penilaian benar atau salah. Bapak/Ibu/Saudara/i di persilahkan bebas menjawab sesuai dengan kenyataan yang Bapak/Ibu/Saudara/i ketahui. Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan tidak ada risiko apapun terhadap kepentingan Bapak/Ibu/Saudara/i. Data yang di dapatkan dari penelitian ini hanya dipergunakan untuk penelitian penulis semata.

Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini, terlebih dahulu saya ucapkan terima kasih.

**Hormat Saya**

**Mastira Romaito Hasibuan**

Nama :

Alamat :

Pekerjaan/Jabatan :

Hari/ Tanggal :

Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	5

Pelayanan (X)

No	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
1	Saya merasa nyaman menginap di hotel Natama					
2	Prosedur <i>booking</i> hingga <i>check in</i> dan <i>check out</i> sangat mudah dan tidak berbelit-belit.					
3	Receptionist selalu cepat dalam melayani tamu.					
4	Interior hotel Natama dapat menarik minat pelanggan.					
5	Dekorasi hotel Natama tidak bisa membuat pelanggan nyaman dan betah.					
6	Fasilitas yang disediakan hotel Natama sangat lengkap.					
7	Pihak hotel cekatan terhadap keluhan pelanggan dan memberikan solusi yang diinginkan.					
8	Pihak hotel Natama tidak bisa mengatasi keluhan pelanggan.					
9	Pihak hotel Natama selalu ramah dan sopan dalam melayani pelanggan/tamu.					

10	Keamanan di hotel Natama terjamin karena pengamanannya yang ketat.					
11	Setiap karyawan mampu berkomunikasi dengan baik, ramah, dan sopan.					
12	Saya tidak suka menginap di Hotel Natama karena sikap karyawan yang kurang ramah.					
13	Karyawan hotel Natama adalah karyawan yang berpendidikan dan memiliki wawasan yang luas, ini ditandai dengan fasilitas IT yang mereka pergunakan.					
14	Saya merasa puas menginap di hotel Natama karena tersedianya pelayanan selama 24 jam.					
15	Saya merasakan pelayanan yang diberikan pihak hotel sesuai dengan yang diharapkan.					
16	Saya tertarik/ingin untuk menginap pada kesempatan yang lain.					
17	Saya akan merekomendasikan hotel Natama pada rekan/teman/keluarga sebagai tempat menginap yang nyaman.					

## KEPUASAN (Y)

No	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
1	Saya merasa nyaman dan puas saat melihat interior hotel Natama.					
2	Hotel Natama mudah dijangkau karena letaknya di pinggir jalan.					
3	Penampilan karyawan hotel Natama sopan, rapi, bersih dan syar'i.					
4	Karyawan melayani tamu atau pelanggan dengan cermat dan tepat.					
5	Pihak hotel Natama selalu ramah dan sopan sehingga tamu merasa nyaman.					
6	Pihak hotel Natama selalu bersedia dan selalu tanggap dalam mengatasi masalah pelanggan.					
7	Pihak hotel Natama tidak mau tahu dengan masalah yang di hadapi pelanggan.					
8	Pelanggan atau tamu tidak perlu menunggu lama karena pihak hotel Natama selalu cepat dalam melayani.					
9	Pihak hotel Natama tidak mengetahui kebutuhan dari pelanggan.					
10	Produk atau makanan yang mereka jual sesuai dengan harga yang saya keluarkan.					
11	Produk atau makanan yang mereka sajikan sehat karena tidak memakai penyedap dan bahan-bahannya masih segar.					
12	Makanan yang di sajikan tidak sesuai dengan					

	rasa yang diharapkan pelanggan.					
13	Pihak hotel dapat menyelesaikan masalah bila terjadi kekeliruan atau kesalahan.					
14	Pihak hotel selalu menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat tanpa menunda-nunda lagi.					
15	Saya merasa pihak hotel Natama memberikan pelayanan yang baik, ramah, dan sopan.					