

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSA TAMU DALAM PEMILIHAN
HOTEL SYARIAH PADA HOTEL NATAMA
SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

REZA SYAHPUTRA GINTING

NPM : 1801280120



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh

NAMA MAHASISWA : Reza Syahputra Ginting
NPM : 1801280120
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah
JUDUL SKRIPSI : Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan
Tamu Dalam Pemilihan Hotel Syariah Pada Hotel
Natama Syariah

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan, 13 April 2023

Pembimbing



Alfi Amalia, M.E.I

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**



Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Dekan,



Assp. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Reza Syahputra Ginting
NPM : 1801280120
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : X
Tanggal Sidang : 24/05/2023
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Rahmahayati, M.E.I
PENGUJI II : Dody Firman, SE, MM



PANITIA PENGUJI

Ketua, Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA Dr. Zailani, MA

Unggul | Cerdas | Terpercaya

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : **Reza Syahputra Ginting**
NPM : **1801280120**
PROGRAM STUDI : **Manajemen Bisnis Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Dalam Pemilihan Hotel Syariah Pada Hotel Natama Syariah**

Medan, 13 April 2023

Pembimbing



Alfi Amalia, M.E.i

**Disetujui Oleh:
Ketua Program Studi**



Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Reza Syahputra Ginting
NPM : 1801280120
Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Dalam Pemilihan Hotel Syariah Pada Hotel Natama Syariah” merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiarisme maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 13 April 2023



Reza Syahputra Ginting
NPM:1801280120

Persembahkan

**Karya Ilmiah Ini Kupersembahkan Kepada
Kedua Orangtuaku
Ayahanda Sahadat Ginting
Ibunda Siti Nur Aisyah**

**Yang tak henti-hentinya memberikan
dukungan, doa, demi kesuksesan &
keberhasilan diriku**

**" SUKSES ADALAH
JUMLAH DARI UPAYA
KECIL, YANG DI ULANGI
HARI DEMI HARI"**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan hotel syariah di Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 2.123 pelanggan Hotel Natama Syariah, penggunaan sampel dalam penelitian ini adalah 95 responden. Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang di peroleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis yang di lakukan dengan menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pemilihan hotel syariah ($t_{hitung} 2,608 > t_{tabel} 1,986$), lokasi (X_3) berpengaruh terhadap pemilihan hotel syariah ($t_{hitung} 2,475 > t_{tabel} 1,986$), penerapan etika islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan hotel syariah ($t_{hitung} 12,878 > t_{tabel} 1,986$), sedangkan faktor yang tidak berpengaruh terhadap pemilihan hotel syariah adalah fasilitas (X_2) tidak berpengaruh terhadap pemilihan hotel syariah ($t_{hitung} 1,921 < t_{tabel} 1,986$) dan harga (X_4) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan hotel syariah ($t_{hitung} -5,405 < t_{tabel} 1,986$). Secara bersama-sama faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan hotel syariah (kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, harga, dan penerapan etika islami) berpengaruh terhadap pemilihan hotel syariah.

Kata Kunci : Pemilihan Hotel Syariah, Faktor-Faktor Pemilihan Hotel Syariah, Hotel Natama Syariah

ABSTRACT

This study aims to empirically prove the factors that influence the choice of sharia hotels at Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan. This study uses a quantitative approach. The population in this study amounted to 2,123 customers of Hotel Natama Syariah, the sample used in this study was 95 respondents. The data source used in this study is primary data obtained by distributing questionnaires to respondents. Data analysis techniques in this study were data quality testing, classic assumption testing, multiple linear regression analysis and hypothesis testing which was carried out using SPSS version 25 software. The results of this study showed that service quality (X1) had an effect on sharia hotel selection decisions ($t_{count} 2.608 > t_{table} 1.986$), location (X3) has an effect on sharia hotel selection ($t_{count} 2.475 > t_{table} 1.986$), the application of Islamic ethics has a positive and significant effect on sharia hotel selection ($t_{count} 12.878 > t_{table} 1.986$), while factors that do not affect sharia hotel selection is that facilities (X2) have no effect on sharia hotel selection ($t_{count} 1.921 < t_{table} 1.986$) and price (X4) has no positive and significant effect on sharia hotel selection ($t_{count} -5.405 < t_{table} 1.986$). Taken together, the factors that influence the selection of sharia hotels (quality of service, facilities, location, price, and the application of Islamic ethics) influence the selection of sharia hotels.

Keywords: *Selection of Syariah Hotels, Factors of Choosing Syariah Hotels, Hotel Natama Syariah*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSA TAMU DALAM PEMILIHAN HOTEL SYARIAH PADA HOTEL NATAMA SYARIAH”** guna memenuhi sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada program studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang sehingga dalam penyelesaian proposal ini memperoleh bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof Dr.Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof Dr. Muhammad Qorib, M.A selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang memberikan izin dalam penulis proposal ini dan sekaligus memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan proposal ini.
3. Bapak Dr. Zailani, S.Pd.I, M.A selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Isra Hayati, S.Pd., M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Syahrul Amsari, SE.Sy., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Alfi Amalia, M.E.I selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan banyak masukan dan motivasi.
8. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

9. Seluruh Keluarga Besar Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Agama Islam Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya. Semoga proposal ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca.

Medan,08 Mei 2023

Reza Syahputra Ginting

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan penelitian	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II <u>LANDASAN TEORI</u>	10
A. Deskripsi Teori	<u>10</u>
1. Hotel Syariah.....	<u>10</u>
a. <u>Pengertian Hotel Syariah</u>	<u>10</u>
b. <u>Karakteristik Hotel Syariah</u>	<u>12</u>
c. <u>Dasar Hukum Hotel Syariah</u>	<u>18</u>
2. Pemilihan Hotel Syariah.....	21
a. <u>Keputusan Pembelian</u>	<u>21</u>
b. <u>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Hotel</u>	<u>22</u>
c. <u>Proses Keputusan Pembelian</u>	<u>23</u>
d. <u>Dimensi Keputusan Pembelian</u>	<u>24</u>
3. Kualitas Pelayanan	27
a. <u>Pengertian Kualitas Pelayanan</u>	<u>27</u>
b. <u>Indikator Kualitas Pelayanan</u>	<u>28</u>

4. Faslitas	29
c. <u>Pengertian Faslitas</u>	29
d. <u>Indikator Faslitas</u>	30
5. Lokasi	31
a. <u>Pengertian Lokasi</u>	31
b. <u>Indikator Lokasi</u>	32
6. Harga	32
a. <u>Pengertian Harga</u>	32
b. <u>Indikator Harga</u>	33
6. Penerapan Etika Bisnis Islami	34
a. <u>Pengertian Etika Bisnis Islami</u>	34
b. <u>Indikator Etika Bisnis Islami</u>	34
<u>B. Penelitian Terdahulu</u>	36
<u>C. Kerangka Konseptual</u>	39
<u>D. Hipotesis</u>	40

BAB III METODE PENELITIAN42

A. Pendekatan Penelitian	42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	42
1. Lokasi Penelitian	42
2. Waktu Penelitian.....	42
C. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel	43
D. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	44
1. Sumber Data	44
2. Variabel Penelitian	44
3. Skala Pengukuran	46
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
1. Observasi	46

2. Kuisisioner	47
3. Dokumentasi	47
F. Teknik Analisis Data	47
1. Uji Instrumen Penelitian	47
a. <u>Uji Validitas</u>	48
b. <u>Uji Reabilitas</u>	48
2. Asumsi Klasik.....	49
a. <u>Uji Normalitas</u>	49
b. <u>Uji Multikolienaritas</u>	49
c. <u>Uji Heteroskedastisitas</u>	50
d. <u>Uji Autokorelasi</u>	50
2. Uji Hipotesis	51
a. <u>Uji R² (Koefisien Determinasi)</u>	51
b. <u>Uji F</u>	52
c. <u>Uji t</u>	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....54

A. Hasil Penelitian.....	54
1. Sejarah Singkat Hotel Natama Syariah	54
2. Visi, Misi dan Motto Hotel Natama Syariah	57
3. Aktivitas Hotel Natama Syariah	58
4. Struktur Organisasi Hotel Natama Syariah	59
5. Deskripsi Karakteristik Responden	63
6. Analisis Data	66
a. <u>Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan</u>	67
b. <u>Responden Terhadap Variabel Fasilitas</u>	68
c. <u>Responden Terhadap Variabel Lokasi</u>	69
d. <u>Responden Terhadap Harga</u>	70
e. <u>Responden Terhadap Variabel Etika Islami</u>	71
f. <u>Responden Terhadap Variabel Pemilihan Hotel Syariah</u>	72

7. Uji Instrumen Penelitian.....	73
a. <u>Uji Validitas</u>	<u>73</u>
b. <u>Uji Reabilitas</u>	<u>76</u>
8. Uji Asumsi Klasik	77
a. <u>Uji Normalitas</u>	<u>77</u>
b. <u>Uji Multikolinieritas</u>	<u>78</u>
c. <u>Uji Heterokondensitas</u>	<u>79</u>
d. <u>Uji Autokorelasi</u>	<u>80</u>
9. Uji Test Goodnest.....	81
a. <u>Model Analisis Regresi Linear Berganda</u>	<u>81</u>
b. <u>Uji Parsial</u>	<u>82</u>
c. <u>Uji R²</u>	<u>83</u>
B. Pembahasan	84
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pemilihan Hotel Syariah	85
2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Pemilihan Hotel Syariah	85
3. Pengaruh Lokasi Terhadap Pemilihan Hotel Syariah.....	86
4. Pengaruh Harga Terhadap Pemilihan Hotel Syariah	86
5. Pengaruh Etika Islami Terhadap Pemilihan Hotel Syariah	87
6. Faktor-Faktor Pemilihan Hotel Syariah Secara Simultan	87
BAB V <u>KESIMPULAN DAN SARAN</u>	88
A. Kesimpulan	<u>88</u>
B. Saran	<u>88</u>
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1	Sepuluh Negara Tujuan Wisatawan Pada Tahun 2017	2
Tabel 2	Data Sertifikasi Halal LPOM MUI Pusat Priode 2012 – 2016.....	2
Tabel 3	Jumlah Kunjungan Konsumen Tahun 2017-2021	6
Tabel 4	Perbedaan Hotel Syariah dengan Hotel Konvensional	15
Tabel 5	Penelitian Terdahulu	36
Tabel 6	Skedul Proses Penelitian	42
Tabel 7	Skala Penelitian	46
Tabel 8	Skor Variabel Kualitas Pelayan	67
Tabel 9	Skor Variabel Fasilitas	68
Tabel 10	Skor Variabel Lokasi	69
Tabel 11	Skor Variabel Harga	70
Tabel 12	Skor Variabel Fasilitas	71
Tabel 13	Skor Variabel Pemilihan Hotel Syariah	72
Tabel 14	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	73
Tabel 15	Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas.....	74
Tabel 16	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	74
Tabel 17	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	75
Tabel 18	Hasil Uji Validitas Penerapan Etika Islami	75
Tabel 19	Hasil Uji Validitas Pemilihan Hotel Syariah	76
Tabel 20	Hasil Uji Realibilitas Variabel	76
Tabel 21	Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
Tabel 22	Hasil Uji Autokorelasi	80
Tabel 23	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	81
Tabel 24	Hasil Uji Simultan	83
Tabel 25	Hasil Uji R ²	84

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	
		Halaman
Gambar 1	Kerangka Konseptual	40
Gambar 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Gambar 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Gambar 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	65
Gambar 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan ...	65
Gambar 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	66
Gambar 7	Uji Normalitas	78
Gambar 8	<i>Multivariate Standardized Scatterplot</i>	79

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan gejala ekonomi karena adanya permintaan dari pihak wisatawan dan penawaran dari pemberi jasa pariwisata (biro perjalanan, penginapan, rumah makan) atas produk dan berbagai fasilitas terkait. Bila dicermati kegiatan pariwisata melalui pendekatan psikologis, maka pariwisata berkaitan dengan motivasi, kepribadian, nilai dan pengalaman yang memberikan bentuk dan pola interaksi wisatawan terhadap lingkungan (alam, budaya yang spesifik sebagai atraksi wisata). Di Indonesia, pariwisata didefinisikan dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 9, tahun 1990 yang menyebutkan bahwa kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut. Selanjutnya disebutkan bahwa usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau megusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait dibidang tersebut (Surahmi, 2016).

Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki penduduk terbanyak di dunia dengan mayoritas penduduknya beragama Muslim. Data Sensus Penduduk 2010 menunjukkan ada sekitar 87,18% atau 207 juta jiwa dari total 238 juta jiwa penduduk beragama Islam. Mengacu pada data Global Muslim Travel Index (GMTI) 2017, Indonesia berada di posisi ketiga sebagai negara tujuan wisatawan muslim dunia. Posisi pertama diisi oleh Malaysia dalam kurun waktu tujuh tahun terakhir dan Uni Emirat Arab (UEA) tetap dalam posisi kedua, data dapat dilihat lebih jelas dalam tabel 1.1 dibawah ini

Tabel 1 Sepuluh Negara Tujuan Wisatawan Pada Tahun 2017

Rank	Tujuan	Score
1	Malaysia	82,5
2	United Arab Emirates	76,9
3	Indonesia	72,6
4	Turkey	72,4
5	Saudi Arabia	71,4
6	Qatar	70,5
7	Morocco	68,1
8	Oman	67,9
9	Bahrain	67,9
10	Iran	66,8

Sumber: Global Muslim Travel Index

Dengan hal ini meningkatnya jumlah wisatawan muslim yang masuk ke Indonesia memperbesar potensi pengembangan bisnis wisata halal dan produk syariah di Indonesia sesuai dengan kebutuhan tempat pariwisata pada umumnya, seperti cendera mata, transportasi dan diiringi dengan peningkatan hunian kamar hotel serta jumlah kunjungan wisatawan ke rumah makan (*restaurant*). Peningkatan secara nyata dapat dilihat melalui peningkatan Sertifikasi Halal dari MUI yang setiap tahunnya meningkat pada tabel 1.2 dibawah ini:

Tabel 2 Data Sertifikasi Halal LPOM MUI Pusat Priode 2012 – 2016

Tahun	Jumlah Perusahaan	Jumlah SH	Jumlah Produk
2012	626	653	19830
2013	913	1092	34634
2014	960	1310	40684
2015	1052	1403	46260
2016	1335	1789	65594

Sumber: LPPOM MUI

Berdasarkan pada tabel 1.2 jumlah produk syariah di Indonesia selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya mulai dari tahun 2012 sampai dengan 2016 dan saat ini pengembangan produk Syariah sudah ada dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Permenparekraf) Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Pedoman Usaha Hotel Syariah. Masyarakat muslim domestik dan

mancanegara dengan ini membutuhkan penginapan yang memberikan ketenangan di dalam beribadah, yaitu tersedianya tempat beribadah, tidak menjual *khamr*, lingkungan yang menunjukkan suasana dan citra yang islami dan makanan restoran yang dijamin halal. Dengan adanya hotel syariah mampu memberikan ketenangan pada wisatawan muslim yang menginginkan ketenangan dalam berwisata serta beribadah. Peluang bisnis ini pun ditangkap oleh para pengusaha hotel dengan mendirikan hotel syariah. Selain itu dengan tumbuhnya hotel syariah secara tidak langsung membantu mendorong perekonomian daerah dan nasional.

Dengan adanya pendirian hotel berbasis syariah, dapat dikatakan mampu membawa misi untuk membersihkan jiwa masyarakat baik secara kolektif maupun individual dari adanya fitnah, gharar, maksiat dan sebagainya sehingga mampu mewujudkan terciptanya ketertiban masyarakat, dan aspek-aspek kesetiakawanan sosial. Hotel syariah adalah hotel sebagaimana lazimnya, yang operasionalnya dan layanannya telah menyesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah atau pedoman ajaran Islam.

Hotel syariah secara umum tidak berbeda dengan hotel- hotel yang lain. Tetap tunduk dengan peraturan pemerintah, tetap buka 24 jam. Pemasarannya pun terbuka bagi semua kalangan baik muslim maupun nonmuslim. Penyajian makanan dan minuman menggunakan bahan-bahan halal yang berguna bagi kesehatan dan sajian minuman dihindarkan dari kandungan alkohol. Pengembangan wisata syariah yang dirintis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif layak didukung. Untuk itu dukungan dari masyarakat sangat diperlukan karena konsep hotel syariah ini bisa jadi sesuai dengan harapan dan keinginan masyarakat yang menjunjung tinggi nilai luhur agama dan adat.

Konsep hotel syariah berkembang menjadi trend di bisnis perhotelan saat ini, di kota-kota besar sudah banyak berdirinya hotel syariah. Hotel berkonsep syariah sendiri memang masih barang langka. Padahal, untuk kebutuhan para umat Muslim, hotel syariah sangat diperlukan. Sebab, hotel syariah mengikuti ketentuan Islam. Misalnya, setiap makanan bersertifikasi halal dan bumbu yang dianjurkan adalah bumbu alami. Selain itu, setiap makanan dan minuman tidak mengandung alkohol.

Berdasarkan hasil peneliti terdahulu yang dilakukan oleh pantelic (2017) ditemukan bahwa kualitas pelayanan adalah faktor paling kuat dan dominan menentukan seseorang menginap disuatu hotel. Kualitas pelayanan memberikan suatu nilai bagi pelanggan. Nilai yang didefenisikan oleh pelanggan dapan terbentuk melalui dimensi kualitas pelayanan yang diberikan hotel seperti kehandalan yang dimiliki hotel, daya tanggap yang dimiliki hotel, daya tanggap yang dimiliki karyawan hotel, jaminan yang membuat pengunjung percaya saat menginap, empati atau komunikasi yang dijalin dengan baik serta fasilitas fisik yang disediakan oleh hotel.

Selain kualitas pelayanan, fasilitas adalah penentu seseorang membuat keputusan menginap pada hotel. Dimiyati (2013) menjelaskan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang merupakan sarana pokok dan penunjang kemudahan dan kenyamanan yang secara sengaja disediakan oleh pihak hotel untuk dipakai, dimanfaatkan ataupun dinikmati selama tinggal dihotel. Fasilitas yang ditawarkan mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen yang berarti bahwa fasilitas menjadi salah satu pertimbangan yang digunakan oleh pelanggan.

Fasilitas yang ditawarkan mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen yang berarti bahwa semakin lengkap dengan fasilitas yang disediakan dan didukung oleh disain yang menarik maka semakin banyak pula konsumen yang tertarik sehingga memutuskan untuk menggunakan jasa pada perusahaan tersebut, karena jika fasilitas yang diberikan lengkap dan menarik maka permintaan akan jasa juga akan meningkat yang berarti akan mempengaruhi pelanggan dalam memilih hotel sebagai tempat menginap dan dengan sendirinya akan tertanam dibenak pelanggan akan kualitas jasa pada perusahaan tersebut (Riski, 2015).

Berkaitan dengan itu, faktor lain yang mempengaruhi keputusan menginap pada suatu hotel adalah lokasi, lokasi merupakan tempat diaman biasanya konsumen membeli suatu produk (Ma'aruf, 2014). Lokasi sangat penting untuk mempermudah konsumen dalam membeli dan menjadikan faktor utama bagi kelangsungan usaha. Lokasi strategis akan menarik perhatian pembeli.

Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan adalah penginapa yang berdiri sejak tahun 2007 sampai saat ini. Hotel ini terletak dijalan Sisingamangaraja No.100, Wek V, Kec. Padangsidimpuan Sel., Kota Padang Sidempuan. Konsep syariah diterapkan untuk mendorong tren positif yang memadukan dengan pariwisata maupun tempat yang ingin dikunjungi wisatawan di Padang Sidempuan. Dengan perkembangan media sosial kompetisi akan hotelpun akan meningkat dan dengan memposting keunggulan hotel dapat dilihat dan fasilitas-fasilitas yang dimiliki sudah dapat dilihat dengan jarak jauh sebelum memesan hotel. Akan tetapi dengan serba kemudahan itu kenyataannya hotel Natama syariah menurun. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini

Tabel 3 Jumlah Kunjungan Konsumen Tahun 2017-2021

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2017	8.970
2	2018	7.230
3	2019	7.126
4	2020	2.365
5	2021	2.123

Sumber: Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan 2022

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa jumlah kunjungan lima tahun terakhir hotel Natama Padang Sidempuan mengalami penurunan. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa hotel Natama Syariah memiliki kualitas pelayanan yang cukup baik jika dibandingkan dengan hotel lain yang sejenis. Beberapa dimensi dari kualitas pelayanan seperti penampilan karyawan, keramah-tamahan masih kurang dan kerja sama antara karyawan kurang kooperatif. Hal ini terlihat adanya tamu yang masih menunggu di loby selama tiga puluh menit, karena menunggu pelayanan kamar. Selain itu fasilitas hotel untuk penunjang keamanan pelanggan beberapa keluhan adalah air kran yang tidak lancer, dan beberapa peralatan tidak berfungsi dan tidak ada sarana olahraga dan lain-lain.

Penelitian ini dilakukan untuk memastikan apakah ada faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan hotel Natama. Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN TAMU DALAM PEMILIHAN HOTEL SYARIAH PADA HOTEL NATAMA SYARIAH ”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pelayanan yang kurang tanggap terhadap tamu atau pelanggan pada hotel Natama Syariah
2. Fasilitas yang kurang mendukung kegiatan tamu dengan kebutuhan tamu saat ini sudah mengalami perubahan
3. Komunikasi antara karyawan dengan karyawan lain masih sering terjadi miskomunikasi

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh faktor produk atau pihan layanan hotel terhadap keputusan tamu dalam pemilihan hotel Natama Syariah?
2. Bagaimana pengaruh faktor iklan hotel terhadap keputusan tamu dalam pemilihan hotel Natama Syariah?
3. Bagaimana pengaruh faktor lokasi terhadap keputusan tamu dalam pemilihan hotel Natama Syariah?
4. Bagaimana pengaruh faktor pelayanan terhadap keputusan tamu dalam pemilihan hotel Natama Syariah?
5. Bagaimana pengaruh faktor sarana dan prasarana hotel terhadap keputusan tamu dalam pemilihan hotel Natama Syariah?
6. Bagaimana pengaruh faktor etika bisnis Islam hotel terhadap keputusan tamu dalam pemilihan hotel Natama Syariah?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor produk atau pihan layanan hotel terhadap keputusan tamu dalam pemilihan hotel Natama Syariah
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor iklan hotel terhadap keputusan tamu dalam pemilihan hotel Natama Syariah

3. Untuk mengetahui faktor lokasi terhadap keputusan tamu dalam pemilihan hotel Natama Syariah
4. Untuk mengathui pengaruh faktor pelayanan terhadap keputusan tamu dalam pemilihan hotel Natama Syariah
5. Untuk mengathui pengaruh faktor sarana dan prasarana hotel terhadap keputusan tamu dalam pemilihan hotel Natama Syariah
6. Untuk mengetahui pengaruh faktor etika bisnis Islam terhadap keputusan dalam pemilihan Hotel Natama Syariah

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan juga dapat menambah ilmu pengetahuan dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari penelitian dalam kehidupan dan mepraktekkan apa yang selama ini didapatkan dalam perkuliahan.

2. Bagi Peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi sumbangan pemikiran bagi peneliti selanjutnya sehingga menjadi lebih baik.

3. Bagi perusahaan.

Hasil penelitian diharapkan memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga menjadi lebih baik dan menjadi perusahaan terkemuka baik untuk wilayah Sumut maupun Nasional.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penyelesaian dari penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi gambaran umum untuk memberikan tentang arah penelitian yang di lakukan , meliputi : Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah,

Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Sistematika Penulisan

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Pada bab ini menerapkan teori teori dari hasil penelitian terdahulu yang relevan meliputi : Kajian Pustaka, Kajian Penelitian terdahulu

BAB III :METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini pada dasarnya mengngkapkan sejumlah cara yang memuat uraian tentang metode dan langkah-langkah penelitian secara operasional, yang meliputi: Rencana Penelitia, Lokasi dan Waktu Penelitian, Tahapan Penelitian, Data dan Sumber Data, Teknik Analisis Data, Pemeriksaan Keabsahan Temuan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan : Deskripsi Penelitian, Temuan Penelitian, Pembahasan

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi Simpulan, Saran dan Rekomendasi.

BAB II LANDASAN TEORITIS

A. Deskripsi Teori

1. Hotel Syariah

a. Pengertian hotel Syariah

Hotel syariah adalah salah satu model hotel yang memiliki produk hotel yang sesuai dengan nilai Islam. Dengan konsep syariat, tamu akan merasa aman dan kenyamanan mereka menjadi terjaga (Puspita, 2014). Hotel syariah adalah hotel yang dalam penyediaan, pengadaan dan penggunaan produk dan fasilitas serta dalam operasionalnya usahanya tidak melanggar aturan syariah. Seluruh komponen kriteria teknis operasional hotel, mulai dari hal kecil seperti informasi apa yang harus tersedia di *front office*, perlengkapan istinja di toilet umum, sampai pada penyajian dari jenis makanan yang tersedia di *reception policy and procedure, house rules*, harus dipastikan semua memenuhi kriteria syariah. Secara ringkas rambu-rambu usaha dalam hotel syariah dapat digambarkan sebagai berikut (Rianto, 2011) :

- 1) Tidak memproduksi, memperdagangkan, menyediakan, menyewakan suatu produk atau jasa yang seluruh maupun sebagian dari produk tersebut, dilarang atau tidak dianjurkan dalam syariah. Seperti makanan yang mengandung bangkai, daging babi, minuman beralkohol dan memabukkan, perjudian, perzinahan, pornografi, pornoaksi, dll.
- 2) Transaksi harus didasarkan pada suatu jasa atau produk yang riil, benar adanya dan tidak rekayasa
- 3) Tidak kemudhatan, kedzaliman, kemungkar, kemaksiatan, keterlibatan, dan kerusakan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam suatu tindakan atau hal yang dilarang atau tidak dianjurkan oleh syariah.

- 4) Tidak ada unsur kecurangan, kebohongan, ketidakjelasan (gharar), resiko yang berlebihan, korupsi, manipulasi dan ribawi atau mendapatkan suatu hasil tanpa mau berpartisipasi dalam suatu usaha atau tidak mau menanggung resiko.
- 5) Komitmen menyeluruh terhadap perjanjian yang dilakukan antara semua pihak.

Dalam ekonomi hotel syariah adalah salah satu unsur yang ikut mendukung industri pariwisata. Menurut J.Spillane (1987, 20) ada tiga pemain utama dalam industri pariwisata, yaitu:

- 1) Orang yang mencari kepuasan atau kesejahteraan (kemaslahatan) lewat perjalanan mereka (wisatawan atau tamu).
- 2) Orang yang tinggal dan berdomisili dalam masyarakat yang menjadi alat pariwisata (tuan rumah atau penduduk setempat).
- 3) Orang yang mempromosikan dan menjadi perantaranya (bisnis pariwisata).

Industri pariwisata telah diakui sebagai yang cukup esensial dan menguntungkan terutama ditinjau dari sudut perekonomian yang banyak menghasilkan devisa bagi negara. Di Indonesia, sektor kepariwisataan sudah termasuk dalam Garis-Garis Besar Haluan (GBHN) sebagai integral dari pembangunan nasional. Pariwisata mampu menunjang pembangunan Negara karena:

- 1) Membantu menciptakan sekaligus menambah lapangan kerja, termasuk jasa hotel, angkutan, industri sandang, pangan, pertanian, hiburan, cendramata, dll.
- 2) Membantu perkembangan industri-industri kecil seperti objek wisata, restoran, tempat hiburan, dan objek lainnya.
- 3) Pariwisata memungkinkan terjaganya kelestarian alam serta budaya.

- 4) Menimbulkan rasa saling mengenal serta menghargai antar bangsa, sehingga dapat mempererat hubungan antar manusia.

Selain dalam industri pariwisata hotel juga memiliki peranan penting dalam pembangunan Negara yakni meningkatkan industry rakyat, menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat, membantu usaha, pendidikan dan latihan, meningkatkan devisa Negara, meningkatkan pendapatan daerah dan Negara serta meningkatkan hubungan antar bangsa. Pada dasarnya hotel syariah adalah hotel yang menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan, dan minum, serta jasa lainnya yang umum, dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan pemerintah, industry dan syariah (Dahrani, 2022).

b. Karakteristik Hotel Syariah

Dari pemaparan mengenai rambu-rambu bisnis dalam syariah diatas maka dapat dijadikan penyelarasan terhadap operasional hotel. Setelah diketahui sisi operasional hotel lalu dibuatlah standar dan karakteristik hotel syariah sebagai berikut (Ulfa Rabbina, 2018):

1) Fasilitas

Fasilitas yang bersifat basic atau mendasar wajib untuk disediakan, begitu pula dengan fasilitas tambahan yang bermanfaat dalam membantu kegiatan tamu. Fasilitas yang dapat berakibat kepada kerusakan, perpecahan, kemungkar, meningkatkan nafsu syahwat, eksploitasi wanita, dan lainnya ditiadakan. Sekalipun tersedianya fasilitas hiburan maka haruslah mengacu pada kaidah syariah. Fasilitas dan produk hotel haruslah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Menghapus dan menutup produk dan fasilitas yang tidak sesuai dengan syariah (seperti diskotik, bar dengan minum yang mengandung khamr) dan digantikan dengan fasilitas lain yang sesuai dengan syariah. Sedangkan untuk fasilitas yang bersifat netral (seperti kolam renang, tempat gym, dan pijat refleksi) dapat diatur agar penggunaannya tidak melanggar prinsip

syariah. Penggunaan fasilitas harus diawasi dan tetap konsisten mengikuti tujuan awal dibuatnya agar tidak terjadi penyalahgunaan fasilitas dan penyimpangan. Perusahaan yang baik merupakan perusahaan yang memiliki manajemen baku, sesuai standar perusahaan tersebut. Manajemen baku tersebut mencakup perencanaan, pengelolaan, pengkoordinasian, pengawasan dan pengevaluasian yang terkini (Ahmad, 2022).

2) Tamu

Tamu yang check-in khususnya bagi pasangan lawan jenis dilakukan seleksi tamu (*reception policy*). Untuk mengetahui apakah pasangan tersebut memang suami istri atau memiliki hubungan sedarah tujuannya untuk mencegah terjadinya perzinahan.

3) Pemasaran

Target pemasaran terbuka bagi siapa saja baik pribadi ataupun kelompok, formal atau informal dengan berbagai macam suku, agama, ras dan golongan. Untuk golongan dan kelompok yang menginap, aktivitasnya tidak dilarang oleh Negara dan bukan merupakan pembuat kerusakan dan permusuhan serta tindakan yang sejenis.

4) Makanan dan minuman

Makanan dan minuman yang disediakan harus sesuai dengan syariat islam (halal). Dalam proses pembuatan makanan dan minuman maupun bahan-bahan yang dikandung harus terjamin kehalalannya, tidak bercampur dengan komponen yang dilarang syariah. Restoran atau café juga buka tidak hanya hari biasa tetapi juga pada saat bulan Ramadhan terkhusus bagi musafir yang melakukan perjalanan jauh dan perempuan yang sedang berhalangan dalam berpuasa dengan tidak mengurangi penghormatan terhadap orang yang berpuasa.

5) Dekorasi dan ornament

Dekorasi tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai keislaman dan mengandung unsur keindahan. Contohnya, ornamen patung dan lukisan makhluk hidup ditiadakan dan bisa diganti dengan ornamen kaligrafi dan nuansa timur tengah.

6) Operasional

a) Kebijakan perusahaan

Secara internal yang berupa kebijakan manajemen dan peraturan hotel yang dibuat harus sesuai dengan nilai-nilai syariah. Sedangkan kebijakan eksternal berupa kerjasama dan pengembangan usaha dilakukan dengan mitra yang aktivitas usahanya tidak dilarang syariah dan untuk usaha yang tidak dilarang syariah.

b) Pengelolaan SDM

Perekrutan karyawan bersifat objektif. Tidak membedakan suku, agama, ras dan memenuhi standar kualifikasi yang ditetapkan. Perusahaan harus memenuhi hak-hak karyawan namun dilain sisi karyawan juga wajib melaksanakan kewajiban sesuai dengan kesepakatan. Dalam kaedah berpakaian, karyawan harus berpakaian sesuai dengan anjuran agama Islam. Sedangkan untuk karyawan yang non-muslim menyesuaikan namun tetap mengikuti norma-norma ketimuran dalam berpakaian. Pengelolaan sumber daya manusia juga mengacu pada peningkatan kualitas yang mencakup tiga hal, yaitu etika, pengetahuan, keahlian.

c) Struktur

Adanya lembaga pengawas untuk mengontrol berjalannya sistem operasional hotel secara syariah. Lembaga ini adalah Dewan Pengawas Syariah. Anggotanya merupakan orang-orang yang berlatar belakang pendidikan syariah yang punya pengetahuan tentang kaidah-kaidah hukum dalam syariat islam.

d) Fasilitas ibadah

Masjid dan Mushola menjadi fasilitas wajib yang harus disediakan di setiap hotel syariah untuk memudahkan umat muslim melaksanakan ibadah. Adzan setiap waktu sholat fardhu wajib dikumandangkan dan wajib tersedianya peralatan sholat seperti mukena, sarung, dan Al-Quran disetiap kamar. Untuk fasilitas tambahan seperti kran air khusus untuk berwudhu di setiap kamar mandi dan kiblat yang ditentukan dengan jelas juga menjadi hal tambahan yang cukup penting (Riyanto, 2011). Menurut Yuswohady (2014) tumbuhnya hotel syariah tidak lepas dari keinginan konsumen kelas menengah muslim untuk mendapatkan fasilitas menginap yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Menurut Khairul Rizal (2020, 19) Ada beberapa perbedaan pada hotel syariah dan hotel konvensional.

Tabel 4 Perbedaan Hotel Syariah dengan Hotel Konvensional

Perbedaan Hotel Syariah dengan Hotel Konvensional	Hotel Syariah	Hotel Konvensional
Penerimaan Tamu	Tidak memperkenankan tamu bukan muhrim menginap dalam satu kamar. KTP wajib diperlihatkan	Tidak melarang tamu bukan muhrim untuk menginap dalam satu kamar. KTP wajib diperlihatkan
Standar Pelayanan	Seragam pakaian pelayan hotel diwajibkan menutup salam	Seragam pakaian semua seragam pelayanan hotel mencerminkan

	dalam agama Islam, dan tidak segan menegur tamu yang membawa pasangan bukan muhrim.	<i>corporate dentity</i> , pelayan perempuan tidak menggunakan hijab memberikan ucapan secara universal
Fasilitas Kamar Tidur	Adanya pemisahan lantai ruang tidur laki-laki dan perempuan single, tamu laki-laki dan perempuan single dan juga tamu yang membawa keluarga	Tidak ada pemisahaan antara lantai ruang tidur untuk tamu laki-laki single
Makanan dan Minuman	Menyediakan dan minuman yang berlabel halal dari MUI saja, tidak menyediakan bar maupun minuman beralkohol	Menyediakan kebutuhan yaitu makanan dan minuman halal dan non halal dan menyediakan bar serta minuman beralkohol
Fasilitas Ibadah	Terdapat fasilitas sejadah, Al-Qur'an dikamar, dan musolla atau masjid di area hotel serta menyediakan	Umum tidak menyediakan fasilitas ibadah, musolla atau masjid dia area hotel yang menyediakan

	petunjuk arah kiblat disetiap kamar hotel	petunjuk arah kiblat
Fasilitas Toilet	Menyediakan air yang cukup atau toilet shower untuk digunakan setelah buang air kecil dan besar	Menyediakan toilet kering dan memberikan fasilitas tisu
Fasilitas kebugaran	Menyediakan fasilitas kebugaran dengan tidak menyatukan perempuan dan laki-laki dalam satu ruangan	Menyediakan fasilitas kebugaran dengan yang bisa dipakai perempuan dan laki-laki dalam satu ruangan
Fasilitas Pijat	Menyediakan fasilitas pijat, dimana laki-laki hanya boleh dipijat oleh laki-laki begitupun perempuan	Menyediakan fasilitas pijat untuk pengunjung hotel baik perempuan dan laki-laki
Alarm Ibadah	Menyediakan fasilitas alarm pengingat waktu sholat tiba diseluruh kamar hotel	Tidak menyediakan alarm untuk mengingatkan ibadah

c. Dasar Hukum Hotel Syariah

Penjelasan mengenai pengelolaan dan pengertian tentang hotel syariah memang tidak dijelaskan secara spesifik dalam Al-Quran dan hadist. Akan tetapi, dalam beberapa ayat di Al-Quran terdapat beberapa penggambaran kasar dalam pengaplikasian kegiatan hotel sebagaimana berikut :

1) Al-Qur'an

a) An-Nisa 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Jangan lah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diatara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu.

Maksud ayat tersebut adalah Allah SWT melarang mengambil harta orang lain dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka. Hotel Syariah termasuk dalam perniagaan / bisnis dalam bidang jasa, sehingga dalam memperoleh keuntungannya tidak diperbolehkan menggunakan cara yang dilarang Allah SWT. (www.merdeka.com/quran/ibrahim).

b) QS. Al-Maida 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْعَتُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُرِيدُ
يُثَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُجَلَّىٰ الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu. Dihalalkan bagimu daging ternak, kecuali yang

dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendakinya.

Menurut Qurais Shihab ayat tersebut adalah Dalam ayat ini memiliki arti “Hai orang-orang beriman ! penuhilah akad-akad itu.” Sesungguhnya Allah menetapkan semua apa yang dikehendaki dengan adil, dan ini semua adalah perjanjian Allah dengan kalian, termasuk dalam janji yang harus dipenuhi dalam ayat ini adalah janji yang diucapkan kepada sesama manusia. 'Uqûd (bentuk jamak dari 'aqd ('janji', 'perjanjian') yang digunakan dalam ayat ini, pada dasarnya berlangsung antara dua pihak. Kata 'aqd itu sendiri mengandung arti 'penguatan', 'penguatan', berbeda dengan 'ahd ('janji', 'perjanjian') yang berasal dari satu pihak saja, dan termasuk di dalamnya memenuhi kehendak pribadi (Qurais Shihab, 2000). Untuk ayat ini bisa diartikan bahwasannya Hotel Syariah hadir untuk melaksanakan dan menjaga akad-akad yang telah disepakati diantara dua pihak tidak boleh terjadi sebuah penyelewengan namun harus tetap baik dan benar sesuai dengan ajaran Islam serta kesepakatan yang ada (www.merdeka.com/quran/ibrahim).

2) Hadits

Hadits tentang memuliakan tamu :

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ

Artinya : barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaklah ia memulikan tamunya (HR. Bukhari)

كَانَ مِنَ الْأَنْصَارِ رَجُلٌ يُقَالُ لَهُ أَبُو شُعَيْبٍ وَكَانَ لَهُ غُلَامٌ لِحَامٍ فَقَالَ إِصْنَعْ لِي

طَعَامًا أَدْعُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ خَامِسَ خَمْسَةٍ فَدَعَا رَسُولَ

اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ خَامِسَ خَمْسَةٍ فَتَبِعَهُمْ رَجُلٌ فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ

صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّكَ دَعَوْتَنَا خَامِسَ خَمْسَةِ

Artinya : “Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah ia memuliakan tamunya pada saat istimewanya “Para sahabat bertanya, “Wahai Rasulullah SAW, apakah saat istimewa itu? Beliau bersabda, “Hari dan malam pertamanya, bertamu itu adalah tiga hari. Kalau lebih dari tiga hari, maka itu adalah sedekah” (HR. Muslim).

Hadist tersebut menjelaskan bahwa makna ‘dhaifahu’ mencakup semua jenis tamu, baik tamu muslim, non-muslim, laki-laki maupun perempuan, golongan tersebut wajib untuk dimuliakan dan disambut ketika bertamu.

- 3) Peraturan menteri dan pariwisata dan ekonomi kreatif Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Hotel Syariah Surat Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi No. KM 94/HK.103/MPPT-87 tahun 1987 tentang ketentuan Usaha dan Penggolongan Hotel disebutkan bahwa pengertian Hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial, serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan. Ketentuan ini juga menjelaskan bahwa manajemen hotel wajib memberikan perlindungan kepada tamu, menjaga martabat, serta mencegah penggunaan hotel untuk perjudian, penggunaan obat bius, kegiatan-kegiatan yang melanggar kesusilaan, keamanan dan ketertiban umum. Dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah yang diundangkan pada 17/1/2004, menyebutkan bahwa Usaha Hotel Syariah adalah usaha hotel yang penyelenggaraannya harus memenuhi kriteria Usaha Hotel Syariah yang mencakup aspek produk, pengelolaan dan pelayanan.

2. Pemilihan Hotel Syariah

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal produknya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk dan merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat sesuai yang dibutuhkan, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2014). Selanjutnya menurut Kotler dan Keller (2012) menambahkan proses keputusan pembelian adalah proses lima tahap yang dilewati konsumen, mulai dari pengenalan masalah, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian sesungguhnya, dilakukan oleh konsumen dan memiliki dampak yang lama setelah itu.

Dalam menentukan pemilihan hotel konsumen tidak saja melihat dari faktor harga tetapi melihat juga faktor lokasi, bangunan dan lingkungannya. Alasan konsumen mempertimbangkan faktor harga karena berkaitan dengan pendapatannya. Bagi konsumen yang pendapatannya lebih besar mungkin harga tidak menjadi masalah tetapi mereka akan mempertimbangkan lokasi dan kualitas hotel. Untuk faktor lingkungan merupakan tambahan yang tidak bisa diabaikan karena faktor ini adalah salah satu faktor yang menentukan hotel tersebut layak dikunjungi seperti keamanannya, kebersihannya, kelengkapannya, fasilitas dan lain-lain (Uswah Hasanah, 2018).

b. Faktor-Faktor Mempengaruhi Pemilihan Hotel

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tamu dalam memilih hotel syariah adalah sebagai berikut:

1) Kualitas pelayanan

Lewis dan Boms (dalam Tjiptono, 2017) mengemukakan bahwa kualitas layanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus

tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan bagi pelanggan

2) Fasilitas

Fasilitas adalah sumberdaya fisik yang harus tersedia sebelum memberikan layanan kepada konsumennya.

3) Lokasi

Lokasi adalah suatu daerah yang strategis dimana pelanggan bisa dengan mudah dan aman melakukan usaha yang sesuai serta memiliki tempat parkir yang lebih luas (Hardiansyah dkk, 2019)

4) Harga

Menurut Tjiptono (2019) harga didefinisikan sebagai jumlah dan/atau bagian lain dari kegunaan atau utilitas yang digunakan untuk memperoleh layanan.

5) Penerapan etika bisnis islami

Etika merupakan salah satu bagian filsafat yang mengetahui baik serta buruk terkait dengan perilaku, serta nilai-nilai tersebut dilaksanakan dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan gagasan (Aziz, 2013).

6) Keputusan menginap

Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen, karena dorongan atau motivasi yang dirasakan ini menimbulkan minat atau motivasi untuk memenuhi permintaan.

c. Proses Keputusan Pembelian

1) Pengenalan masalah

Proses membeli dengan dengan pengenalan masalah atau kebutuhan pembeli menyadari suatu pembelian antara keadaan sebenarnya dan keadaan keinginannya. Kebutuhan itu bisa digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar. Misalnya kebutuhan orang normal yaitu haus dan lapar akan meningkat hingga mencapai suatu ambang rangsang dan berubah menjadi suatu dorongan berdasarkan pengalaman yang sudah ada.

2) Pencarian informasi

Konsumen mungkin tidak berusaha secara aktif dalam mencari informasi yang berhubungan dengan kebutuhannya. Seberapa jauh orang tersebut mencari informasi tergantung pada kuat lemahnya dorongan kebutuhan, banyaknya informasi yang dimiliki, kemudahan memperoleh informasi, tambahan dan keputusan yang diperoleh dari kegiatan mencari informasi meningkat tatkala konsumen bergerak dari keputusan situasi pemecahan masalah yang terbatas ke pemecahan masalah yang maksimal.

3) Evaluasi alternatif

Informasi yang dicari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternative-alternatif yang dihadapinya serta daya tarik masing-masing alternatif. Produsen harus berusaha memahami cara konsumen mengenal informasi yang diperolehnya dan sampai pada sikap tertentu mengenai produk merek dan keputusan untuk membeli.

4) Keputusan pembelian

Produsen harus memahami bahwa konsumen mempunyai cara sendiri dalam menagani informasi yang diperoleh dengan membatasi alternatif – alternatif yang harus dipilih atau dievaluasi.

5) Perilaku setelah pembelian

Apabila barang yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka pembeli akan merubah sikapnya terhadap merek barang tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkin akan menolak dari daftar pilihan. Sebaliknya bila konsumen bisa memberikan kepuasan dari barang yang dibelinya maka keinginan untuk membeli terhadap merek barang tersebut cenderung menjadi lebih baik. Produsen harus mengurangi perasaan tidak senang atau perasaan negatif terhadap suatu produk dengan cara membantu konsumen menemukan informasi yang membenarkan pilihan konsumen melalui komunikasi yang diharapkan kepada orang-orang yang baru saja membeli produk.

d. Dimensi keputusan pembelian

Swasta dan Handoko mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya dalam pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Philip Kotler (2013) membedakan lima peran yang dimainkan konsumen dalam keputusan mengingat:

- 1) Pencetus, yaitu orang yang memberikan ide untuk membeli produk/jasa
- 2) Pemberi pengaruh, yaitu seseorang yang memberikan pengaruh terhadap keputusan individu untuk melakukan pembelian atau sebaliknya.
- 3) Pengambil keputusan, yaitu orang yang mengambil keputusan apakah membeli, tidak membeli, bagaimana membeli, serta dimana akan membelinya.
- 4) Pembeli, orang yang melakukan pembelian yang sesungguhnya
- 5) Pemakai, seseorang yang mengkonsumsi atau yang menggunakan produk, atau jasa yang bersangkutan.

Ada tiga dimensi dalam menentukan keputusan pembelian (Kotler, 2012):

- 1) Kemantapan pada sebuah produk
- 2) Kebiasaan dalam membeli produk
- 3) Kecepatan dalam membeli suatu produk

Merek dapat dikatakan dengan nama, istilah, tanda, atau dsain, kombinasi yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa dari para pesaing (Kotler, 2009). Sedangkan menurut Kartajaya (2010) brand adalah asset yang

menciptakan nilai bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas.

Salah satu hal yang memegang peranan penting dalam pemasaran adalah merek. Terdapat beberapa perbedaan antara produk dengan merek. Produk merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh pabrik dan mudah ditiru oleh para pesaing. Sedangkan merek merupakan sesuatu yang dibeli oleh konsumen, memiliki nilai dan identitas atau ciri tertentu yang dilindungi secara hukum sehingga tidak dapat ditiru oleh pesaing. Merek mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk yang akan dibeli maka persaingan antar perusahaan adalah persaingan persepsi bukan produk (Tjiptono 2011;34).

Terdapat enam (6) tingkat pengertian merek menurut Suracman (2008) diantaranya :

a) Atribut

Setiap merek memiliki atribut. Atribut ini perlu dikelola dan diciptakan agar konsumen dapat mengetahui dengan pasti atribut-atribut apa saja yang terdapat dalam suatu merek. Misalnya: KFC menyiratkan restoran cepat saji yang memiliki kualitas produk yang aman, enak, dan terjangkau serta pelayanannya yang cepat.

b) Manfaat

Merek sebagai atribut mempunyai dua manfaat yaitu manfaat emosional dan manfaat fungsional. Atribut “mudah didapat” dapat diterjemahkan sebagai manfaat fungsional. Atribut “mahal” dapat diterjemahkan sebagai manfaat emosional.

c) Nilai

Merek juga harus menyatakan nilai bagi produsennya. Sebagai contoh: PT. Fastfood Indonesia (KFC) dinilai sebagai restoran cepat saji yang ramah, cepat, bergengsi, dan merupakan pemimpin industri makanan cepat saji. Dengan demikian, produsen KFC juga mendapat nilai tinggi di masyarakat. Maka, produsen dapat mengetahui kelompok-kelompok pembeli yang mencari nilai-nilai ini.

d) Budaya

Merek mewakili budaya tertentu. Misalnya: KFC melambangkan budaya Amerika yang mandiri, efisien, dan *prestige*.

e) Kepribadian

Merek dapat mencerminkan kepribadian tertentu. Sebagai contoh: KFC menyiratkan mahasiswa yang efisiensi waktu atau keluarga yang senang berkumpul bersama.

f) Pemakai

Merek menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau memakai merek tersebut, maka dari itu para penjual menggunakan analogi untuk dapat memasarkan mereknya kepada konsumen. Misalnya: KFC cenderung memasarkan produknya kepada para mahasiswa dan keluarga dibandingkan kepada pengusaha.

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian kualitas pelayanan

Menurut (Tjiptono dalam Meithiana Indrasari ,2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa service quality atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Sedangkan menurut Rositawati 2016 Kualitas Pelayanan yang berkaitan dengan Kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah Kualitas Layanan “RATER” (*responsiveness, assurance, tangible, empathy, dan reliability*). Konsep Kualitas Layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku daripengembang

pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan diterima. Pelayanan adalah sikap dari pegawai perusahaan kepada pelanggan atau konsumen sehingga timbul perasaan dari konsumen merasa diperhatikan dan membandingkan kinerja perusahaan sesuai dengan harapannya (Dahrani, 2022).

b. Indikator kualitas pelayanan

Menurut Mentiana Indasari (2019), indikator pelayanan yang perlu diperhatikan dalam kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

1) Tangible

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2) Reliability

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

3) Responsiveness

Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4) Assurance

Yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*),

kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

5) *Emphaty*

Yyaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan.

4. Fasilitas

a. Pengertian fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum jasa dapat di tawarkan kepada konsumen (Fandy Tjiptono dalam Crusniati dkk, 2017). alam melakukan sesuatu untuk tujuan tertentu kita tidak dapat terlepas dari fasilitas. Dimana fasilitas adalah suatu keadaan yang dapat memudahkan kita dalam melakukan suatu hal, bentuk fisik seperti gedung dan segala perlengkapannya dapat juga meningkatkan kualitas pengalaman dan kepercayaan dimana pemasaran jasa sangat tergantung dengan hal tersebut.

Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Karena dengan tingkat fasilitas yang ada juga sangat memudahkan pelanggan dalam beraktifitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas yang ada. Desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang berbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan (Fandy Tjiptono, 2014:159). Menurut (Sulastiyono dalam Angghraz Febri Samudra,2018) mendefinisikan “fasilitas adalah penyediaan perlengkapanperlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam

melaksanakan aktivitas atau kegiatan-kegiatannya sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

b. Indikator Fasilitas

Adapun indikator fasilitas menurut Tjiptono (2019) meliputi :

- 1) Perencanaan Spesial aspek-aspek seperti proporsi, simetri, tekstur, dan warna perlu diintegrasikan dan dirancang secara cermat untuk menstimulasi respon intelektual maupun respon emosional dari para pemakai atau orang yang melihatnya.
- 2) Perencanaan ruangan faktor ini mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.
- 3) Perlengkapan atau perabotan memiliki beberapa fungsi, di antaranya sebagai sarana perlindungan barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan, dan sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunanya.
- 4) Tata cahaya beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah cahaya di siang hari (day lighting), warna, jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan di dalam ruangan, persepsi penyedia jasa akan tugasnya, tingkat ketajaman penglihatan, dan suasana yang diinginkan (tenang, damai, segar, riang, gembira, dan lain-lain).
- 5) Warna banyak orang yang menyatakan bahwa warna memiliki bahasanya sendiri, dimana warna dapat menstimulasi perasaan dan emosi spesifik.
- 6) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis aspek penting yang saling terkait dalam faktor ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu (misalnya penunjuk arah/tempat, keterangan/informasi dan sebagainya).

5. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Dalam konsep pemasaran teradapt istilah yang dikenal dengan marketing mix atau bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses. Lokasi usaha dapat juga disebut dengan saluran distribusi perusahaan karena lokasi juga berhuungan langsung dengan pembeli atau konsumen atau dengan kata lain lokasi juga merupakan tempat produsen menyalurkan produknya kepada konsumen ataupun merupakan komitmen sumber daya jangka panjang. Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa depan. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga ia dapat mempertahankan kelangsungan hidup baik itu dalam usaha perdagangan eceran ataupun lainnya.

Lokasi menurut Tjiptono (2015:345) Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2014:76) *“place include company activities that make the product available to target consumers”*. Kemudian menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:92) *“lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan”*.

b. Indikator Lokasi

Indikator lokasi menurut Fandi Tjiptono (dalam Kuswatiningsih, 2016) yaitu sebagai berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi

- 2) Visibilitas, Yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal
- 3) Lalu lintas (trafik), menyangkut pertimbangan
 - a) Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap pembelian, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi peluang.
- 4) Ekspansi
Yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan dikemudian hari
- 5) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran atau rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.

6. Harga

a. Pengertian Harga

Menurut Tjiptono (2019) menyebutkan harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Menurut Samosir dan Prayoga harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain yang menghasilkan biaya. Perusahaan biasanya mengembangkan struktur penetapan harga yang merefleksikan variasi dalam permintaan dan biaya secara geografis, kebutuhan segmen pasar, waktu pembelian, tingkat pemesanan, frekuensi pengiriman, garansi. Dapat disimpulkan bahwa harga merupakan salah satu elemen yang menghasilkan pendapatan dari perusahaan.

Menjual dengan harga yang murah dan ramah dikantong dengan harapan konsumen dapat datang kembali atau menginap pada suatu hotel. Perhotelan melihat produk mana yang banyak diminati dan tidak terlalu

banyak peminat serta hotel melakukan survey kepada pelanggan untuk menentukan harga produk untuk dijual (Nur Rahmah, 2022).

b. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2016), terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu :

1) Keterjangkauan harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal.

2) Keseuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

3) Kesesuaian harga dengan kualitas manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

4) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

7. Penerapan Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Menurut Aziz (2013) menjelaskan bahwa etika merupakan salah satu bagian filsafat yang mengetahui baik serta buruk terkait dengan perilaku, serta nilai-nilai tersebut dilaksanakan dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan gagasan. Menurut Djohar Arifin, etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku, dan juga berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. Hal itu dimaksudkan agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal untuk berbuat *the right thing* yang dilandasi dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi yang berdasarkan pada nilai-nilai moralitas.

b. Indikator Etika Bisnis Islam

Indikator etika bisnis Islam menurut Badroen, Suhendra, Mufraeni, dan Bashori (2006) yaitu:

1) Keadilan

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggung jawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.

2) Kehendak bebas

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis.

Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang” yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba.

3) Tanggung jawab

Dalam dunia bisnis, pertanggung jawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggungjawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

4) Kebenaran

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dalam prinsip ini terkandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu yang terdapat pada tabel dibawah ini

Tabel 5
Penelitian Terdahulu

No	Nama/ Tahun	Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Hafiza Khairani Indra / 2020	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel Tamu Dalam Menginap di Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya sosiodemografi, kualitas pelayanan, dan lokasi sama-sama memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan tamu menginap dengan koefisien determinasi sebesar 42,7%. Artinya keputusan tamu menginap dipengaruhi oleh sosiodemografi, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi sebesar 42,7% dan sisanya 57,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2	Siti Yuni Lestari dan Agung Guritno / 2022	Faktor Keputusan Pelanggan Dalam Pemilihan Hotel Syariah	Metode penelitian adalah kuantitatif	Berdasarkan hasil uji T kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menginap, sedangkan harga dan penerapan etika bisnis syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, harga, dan

				penerapan etika bisnis syariah secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menginap.
3	Ulfa Rabbina / 2018	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Memilih Hotel Syariah (Studi Kasus Di Kota Malang)	Metode penelitian adalah kuantitatif	Hasil analisis regresi logistik faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam memilih hotel syariah studi kasus di Kota Malang menunjukkan terdapat 3 variabel yang signifikan mempengaruhi preferensi wisatawan dalam memilih hotel syariah yaitu, lokasi, harga, dan religiusitas. Seluruh variabel yang signifikan yaitu, lokasi, harga dan religiusitas serta berpengaruh positif terhadap preferensi wisatawan dalam memilih hotel syariah.
4	Muhammad Khairul Rizal / 2020	Analisis Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Masyarakat Muslim Kota Medan Terhadap Hotel Syariah	Metode Penelitian Kuantitatif	Dari hasil penelitian secara simultan variabel harga, fasilitas, kehalalan, minat, dan motivasi terhadap preferensi masyarakat menyimpulkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap berpengaruh terhadap variabel preferensi masyarakat. Dengan berarti membuktikan adanya hubungan secara bersama – sama kelima

				variabel yang diteliti terhadap pemilihan hotel syariah dikota Medan.
5	N Rahadi dan R. Wilasih / 2018	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah	Metode Penelitian Kuantitatif	Hasil analisis regresi logistik faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap hotel syariah menunjukkan ada tujuh variabel yang signifikan mempengaruhi preferensi konsumen terhadap hotel syariah yaitu, pengetahuan, citra hotel, layanan pelanggan, lokasi, proses, fasilitas dan religiusitas. Variabel pengetahuan, citra hotel, lokasi, proses dan fasilitas berpengaruh positif dan variabel layanan pelanggan dan religiusitas berpengaruh negatif. Variabel dengan peluang terbesar yaitu variabel lokasi. Persepsi responden terhadap hotel syariah sudah cukup baik. Atribut yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah atribut pengetahuan

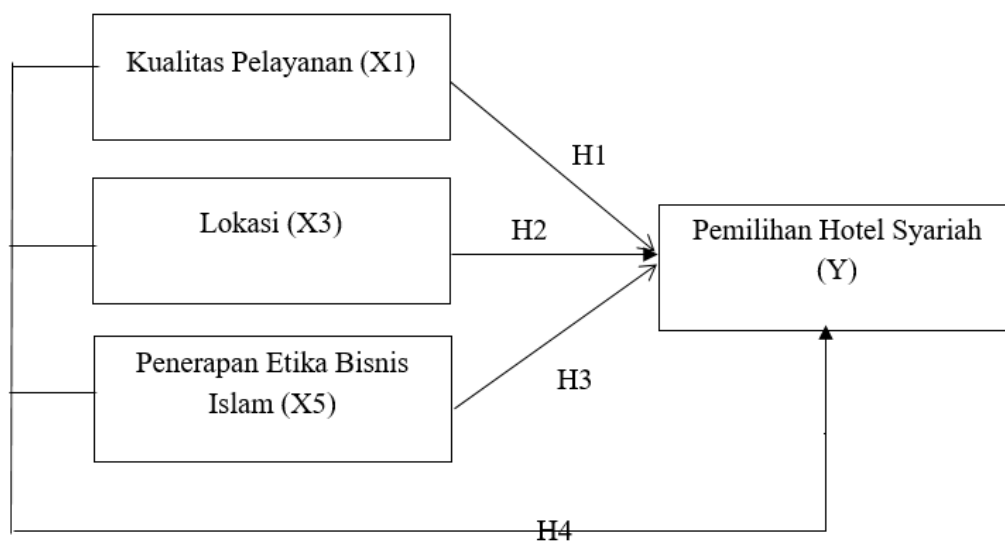
Perbedaan penelitian dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu dilakukan beragam tahun, mulai dari tahun 2015-2021, sementara penelitian yang dilakukan adalah pada tahun 2022. Selanjutnya perbedaannya adalah penelitian terdahulu beberapa menggunakan 4 variabel X dan satu variabel

Y, sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan 5 variabel X (*Kualitas pelayanan, Fasilitas, lokasi, harga, penerapan etika bisnis islam*) dan satu variabel Y (keputusan Menginap).

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori yang dijabarkan di atas maka penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap pada Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan dengan kerangka konseptual sebagai berikut:

Kerangka Koseptual Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Dalam Pemilihan Hotel Syariah



Gambar 1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah Hipotesis (*hypo* = sebelum; *thesis*= pernyataan, pendapat) merupakan suatu pernyataan yang diungkapkan saat belum mengetahui kebenarannya, tetapi memungkinkan untuk diuji kenyataan empirisnya. Berdasarkan uraian mengenai hubungan besaran premi terhadap minat menjadi nasabah maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

Oleh karena itu, untuk menjawab permasalahan yang telah dikemukakan, penulis membuat hipotesis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tamu dalam pemilihan hotel syariah.

- H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan hotel syariah
- H2 : Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan hotel syariah
- H3 : Penerapan bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan hotel syariah
- H4 : Kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, harga dan etika bisnis islam secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan hotel syariah

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini ,peneliti menggunakan penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk menjeaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan hotel syariah mampu menjadi lebih baik atau tidak.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada Jl. Sisingamangaraja No.100, Wek V, Kec. Padang Sidempuan Sel., Kota Padang Sidempuan, Sumatera Utara 22723.

2. Waktu penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian selama 4 bulan yaitu September 2022 sampai dengan Desember 2022. Waktu penelitian ini dapat di lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6 Skedul Proses Penelitian

Keterangan	September				Oktober				November				Desember			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Riset awal / Pengajuan Judul	■	■	■													
Penyusunan Proposal				■	■	■	■									
Seminar Profosal					■	■	■									
Perbaikan / acc Proposal								■								
Pengolahan Data									■	■	■	■				
Penyusunan Skripsi													■			
Bimbingan Skripsi													■	■	■	
Sidang Skripsi																■

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiono (2016) populasi merupakan totalitas dari subjek penelitian. Populasi adalah wilayah umum yang terdiri atas objek atau subjeck yang memiliki kualitas dan karteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari kemudian di tarik kesimpulan. Populasi yang digunakan peneliti adalah pengunjung atau pelanggan Hotel Natama pada tahun 2021 yaitu sebanyak 2.123 pengunjung / tamu yang datang ke Hotel Natama.

2. Sampel Penelitian

Penarikan atau pembuatan sampel dari populasi untuk mewakili populasi disebabkan untuk mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi. Arikunto (2016 : 174) mengatakan bahwa “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Selanjutnya menurut Sugiono (2016 : 18) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dikarenakan jumlah populasi di atas 100, maka diperlukan sebuah teknik untuk menentukan jumlah sampel. Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%.

Menurut Sugiyono (2016, hal. 158) penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain dengan menggunakan rumus. Salah satu rumus yang dapat digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Di mana :

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah sampel

e = Tingkat kesalahan yang ditolerir

Berdasarkan rumus di atas, akan ditentukan tingkat kesalahan yang ditolerir sebesar 10% atau 0.10, maka besarnya sampel yang diambil adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} = \frac{2123}{1 + 2123(0.10^2)} = \frac{2123}{1 + 176(0.01)} = \frac{2123}{22,23} = 95$$

Dari hasil perhitungan diperoleh ukuran sampel adalah 95. Oleh karena itu dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebanyak 95 buah sampel hasil perhitungan dengan rumus slovin.

D. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Data merupakan bahan mentah yang apabila diolah baik melalui berbagai analisis dapat menjadi sebuah informasi. Suharsimi menjelaskan, data adalah hasil pencatatan penelitian baik berupa fakta atau angka sumber data dalam penelitian data primier yang merupakan data yang di peroleh langsung dari subjeck penelitiaan lansung sebagi subjek langsung dengan menggunakan penelitian menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data langsung sebagi subjek langsung informasi yang di cari. Data primer disini sebagai dimkasud sebagi data yang di proleh langsung dari sumber asli yaitu hasil jawab kuesioner dari seluruh responden yaitu pelanggan/pengunjung Hotel Natama Syariah.

a. Data Primer

Menurut Husein Umar (2013), merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”.

Sedangkan menurut Nur Indrianto dan Bambang Supono primer adalah: “Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperole langsung dari sumber asli adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok tokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari kuisisioner yang dilakukan dengan pelanggan Hotel Natama Syariah.

b. Data Skunder

Menurut Husein Umar (2013), merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak

lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram”. Sedangkan menurut Nur Indrianto dan Bambang Supomo (2013) data sekunder adalah: “Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara dicatat oleh pihak lain) dokumentasi perusahaan berupa absensi, gaji, laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, data yang diperoleh dari majalah, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini data skunder diperoleh dari data yang sudah ada di Hotel Natama Syariah seperti struktur organisasi dan sejarah singkat Hotel Natama Syariah.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016 :68).

- a. Variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan memiliki hubungan positif atau negatif. Pada penelitian ini variabel bebas yang di gunakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tamu (kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, harga dan etika bisnis islam) yang diberi simbol (X) .
- b. Varibel terikat adalah faktor yang di amati dan di ukur untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh dari variabel bebas. Pada penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah pemilihan hotel.

3. Skala Pengukuran

Tujuan dari taknik skala pengukuran sebuah variabel yaitu untuk mengetahui karteristik variabel berdasarkan ukuranya. Sehingga dapat di bedakan atau di urutkan berdasarkan karakteristik variabel tersebut (Puguh Suharso, 2010). Skala yang di gunnakan dalam pengukuran adalah skala likert

yang terdiri dari lima tingkatan jawaban yang dapat di lihat pada tabel 3.2 di bawah ini.

Tabel 7 Skala Penelitian

NO	PERNYATAAN	SKOR
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiono, 2019).

1. Observasi

Observasi merupakan teknik penelitian yang menuntut adanya pengamatan oleh peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian pada Hotel Natama (Husein Umar, 2014).

2. Kuisisioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk di jawab oleh pelanggan/pengunjung Hotel Natama.

3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, dokumen di jadikan sebagai sumber data karena dapat digunakan untuk menafsirkan, menguji dan sebagi bukti dalam penyajian data. Merupakan bahan tertulis atau benda yang berkaitan

dengan suatu peristiwa atau aktifitas tertentu. Bisa berupa rekaman atau dokumentasi tertulis seperti arsip data base surat-surat, rekaman gambar benda-benda peninggalan yang berkaitan dengan suatu peristiwa yang berkaitan dengan pengunjung Hotel Natama.

F. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data digunakan dan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Uji Instrumen Penelitian (Uji Kualitas Data)

Instrumen penelitian adaaalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur penomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiono, 2012: 102). Intrumen penelitian digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti dengan cara pemberian skor. Berdasarkan defenisi operasional, kemudian dikembangkan menjadi instrumen penelitian untuk mengukur variabel yang diteliti. Pengukuran variabel penelitian ini dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden.

Instrumen penelitian ini yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan variabel untuk mengetahui validitas dan reabilitas kuesioner maka perlu dilakukan penguji atas kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Karena validitas dan reabilitas ini bertujuan menguji apakah kuesioner yang disebarakan adalah valid dan realibel, maka penelitian ini akan melakukan kedua uji terhadap instrumen penelitian (kuesioner).

a. Uji validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat ke valitan suatu instrumen. Validitas menunjukkan drajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelelitan dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 20.0 *for Windows* dengan kriteria sebagai berikut.

- a) Jika nilai rhitung > rtabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid
- b) Jika nilai rhitung < rtabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid
- c) Jika rhitung dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Correlation*.
- d) Uji validitas menggunakan SPSS dapat dikatakan valid jika nilai > 0,30

b. Uji Reabilitas

Realibilitas merupakan tingkat keandalan suatu instrumen penelitian. Ide pokok yang terkandung dalam konsep reabilitas sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Instrumen realibel adalah instrumen yang apa bila digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reabilitas dapat menunjukkan konsistensi dari jawaban-jawaban responden yang terdapat pada kuesioner.

Untuk mengukur uji realibilitas dengan uji Cronbach Alpha menggunakan SPSS yaitu variabel dikatakan realibel jika memberikan Cronbach Alpha > 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan memperlihatkan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, atinnya tidak bias dan konsisten (Sentosa, 2012: 48). Menurut Eko Perdana (2016 : 61) uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas dan uji heterokedasitas, jika heterokedasitas maka variabel tidak konstan sehingga dapat biasanya satandar error, jika terdapat multikolinieritas maka akan sulit mengisolasi pengaruh-pengaruh individual dari variabel, sehingga tinggal signifikansi koefisien regresi menjadi rendah. Oleh karena itu uji asumsi klasik perlu dilakukan.

a. Uji Normalitas

Menurut Danang (2016) uji normalitas sebagai berikut “selain asumsi klasik multikolinieritas, uji asumsi klasik yang lain adalah uji normalitas, dimana akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika

mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali”

Menurut Singgih (2012) dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Signifikanted*), yaitu

- a) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal
- b) Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

b. Uji Multikolienaritas

Uji multikolienaritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model (Sujarweni, 2016: 230). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolienaritas sebagai berikut:

- a) Nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *variance inflanction factor* (VIF) < 10 menunjukkan tidak adanya multikolienaritas antar variable independen.
- b) Nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai *variance inflanction factor* (VIF) > 10 menunjukkan adanya multikolienaritas antar variable independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Danang (2016 :109) heteroskedastisitas adalah dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidaknya varian dari residual dari observasi yang satu dengan yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variannya tidak sama atau berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Menurut Ghozali (2013:139) ada beberapa cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah distudentized. Homoskedastisitas terjadi jika terjadi pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan

SRESID menyebar dibawah maupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi (Ghozali dan Ratmono, 2017: 121).

Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson.

Kriteria dalam pengujian Durbin Watson yaitu (Sujarweni, 2016: 232) :

- a) Jika $0 < d < d_L$, berarti ada autokorelasi positif
- b) Jika $4 - d_L < d < 4$, berarti ada auto korelasi negative
- c) Jika $2 < d < 4 - d_U$ atau $d_U < d < 2$, berarti tidak ada autokorelasi positif atau negative
- d) Jika $d_L = d = d_U$ atau $4 - d_U = d = 4 - d_L$, pengujian tidak meyakinkan. Untuk itu dapat digunakan uji lain atau menambah data
- e) Jika nilai $d_U < d < 4 - d_U$ maka tidak terjadi autokorelasi

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel X dan Y, peneliti menggunakan pengujian sebagai berikut:

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tamu dalam pemilihan hotel

H1 : Adanya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tamu dalam pemilihan hotel

a. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji R^2 digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga dihitung koefisien determinasi (k_d) dengan asumsi-asumsi faktor lain diluar variabel dan dianggap konstan

atau tetap. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil dapat diartikan bahwa kemampuan variabel bebas (faktor yang mempengaruhi keputusan) dalam menjelaskan variabel terikat (pemilihan hotel) tergolong terbatas. Begitupun sebaliknya nilai yang mendekati satu diartikan variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

Berdasarkan koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

kd = koefisien determinasi

r² = koefisien korelasi

b. Uji F

Menurut Algifari (2015), uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Secara umumnya hipotesisnya sebagai berikut:

1) Hipotesis

H₀: $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \dots \beta_k = 0$ (variabel-variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel devenden secara simultan)

H₁ : minimal pada $\beta_j \neq 0$ (variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel devenden secara simultan)

2) Tingkat signifikansi (α)

3) Daerah kritis

Tolak H₀ jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $p\text{-value} < \alpha$

4) Statistik uji

$$F_{hitung} = \frac{R^2/(N+K-1)}{(1-R^2)/(NT-N-K)} \dots \dots \dots (3,9)$$

Keterangan :

R² = Koefisie determinasi

N = Jumlah cross section

T = jumlah time series

K = jumlah variabel dependen

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai anantara t hitung dengan t tabel. Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat parsial dengan $\alpha = 0,05$ dan juga penerimaan atau penolakan hipotesis. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Ho : variabel-variabel bebas (faktor yang mempengaruhi keputusan) mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat (pemilihan hotel)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat Hotel Natama Syariah

Pada awal berdirinya, Hotel Natama hanyalah sebuah losmen dengan nama “Adian Natama” yang dimiliki oleh keluarga almarhum M.F. Siregar. Sejalan dengan perjalanan waktu, dan dengan seiringnya meningkatnya permintaan masyarakat akan pelayanan jasa penginapan serta keinginan masyarakat untuk memberikan layanan pada masyarakat luas akan jasa penginapan yang bersih, nyaman dan aman dengan lokasi yang sangat strategis, maka losmen berkembang dan tumbuh menjadi hotel dengan nama “NATAMA HOTEL”.

Kepemilikan hotel yang awalnya dimiliki oleh satu keluarga, berubah menjadi dari gabungan 3 (tiga) bersaudara, yaitu keluarga Almarhum M.F. Siregar, keluarga Ibu B.O. Surjaatmaja, dan keluarga Bapak Amri Lubis. Hotel Natama membentuk sebuah perusahaan terbatas (PT) dengan nama PT. Surya Natama yang berdiri pada tanggal 19 Agustus 2007 sesuai dengan Akte Notaris No.233 dihadapan Kandidat Noktariat Betty Supartini, S.H sebagai pengganti dari Notaris Ny. Pubaningsih Adi Warsito, S.H.

Pada tahun 2007 kepemilikan dan pengelolaan Hotel Natama beralih kepada keluarga Almarhum M.F. Siregar di bawah naungan PT. Tuara Natama sesuai aktenotaris No.3 tanggal 16 juli 2007 yang diterbitkan oleh Notaris Rumondu Kesuma Lubis, S.H. Semenjak berdirinya hotel ini, memang telah dikenal masyarakat sebagai hotel yang selalu menjaga nilai-nilai keislaman, moral dan nilai kebudayaan masyarakat setempat, sehingga hotel ini bisa berkembang cepat.

Sejalan dengan perjalanan waktu dan seiring dengan kebutuhan masyarakat luas akan jasa penginapan yang bersih, nyaman dan aman dengan lokasi yang sangat strategis. Hotel Natama dulunya adalah hotel yang konvensional berganti menjadi Syariah dengan alasan yaitu usaha untuk menegakkan nilai-nilai syariah dalam aktifitas bisnis, pangsa pasar syariah yang cukup besar, bisnis syariah terasa lebih nyaman bagi mayoritas penduduk Indonesia, dan aspek transparansi dalam bisnis syariah. Maka Losmen berkembang dan tumbuh menjadi sebuah hotel dengan nama Natama Syariah.

Adapun yang melatar belakangi Hotel Natama konvensional berganti menjadi Syariah ialah usaha menegakkan nilai-nilai syariah dalam aktifitas bisnis, pangsa pasar syariah yang cukup besar, bisnis syariah terasa lebih nyaman bagi mayoritas penduduk Indonesia, dan aspek transparansi dalam bisnis syariah. Maka Losmen berkembang dan tumbuh menjadi sebuah hotel dengan nama Natama Syariah.

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis maka pada bulan Oktober 2007 pengurus Hotel Natama mengajukan kepada Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) di Jakarta agar Hotel Natama disertifikasi sebagai Hotel Syariah. Dengan mengajukan persyaratan yang telah ditetapkan oleh DSN-MUI sebagai berikut (Widiyanti, 2013): Wajib ada masjid atau mushola serta fasilitas untuk sholat (sajadah dan mukena). Hal ini perlu ada sebagai konsekuensi logis untuk memberikan fasilitas sholat berjamaah, baik untuk karyawan maupun para tamu hotel. Disediakan petunjuk arah qiblat, sajadah dan Al-Qur'an dan informasi waktu sholat (misal: kalender yang mencantumkan waktu sholat) di setiap kamar. Tamu hotel perlu mendapatkan

fasilitas tersebut, karena mayoritas penghuninya adalah kaum muslim. Di kamar mandi disediakan kran untuk wudhu, bila mungkin ada sekat pemisah dengan closet. Wajib diperdengarkan kumandang azan, sehingga semua tamu hotel bisa mendengarnya untuk sholat subuh dan Magrib melakukan sholat berjamaah, terutama untuk para karyawan hotel. Disediakan kursi dan meja tamu di luar kamar tidur, untuk menerima tamu yang bukan mahrom. Jika kondisinya tidak memungkinkan menemui tamu dilakukan di lobby hotel. Tidak menyediakan minuman ataupun makanan berakohol, serta makanan haram yang lain. Memiliki sertifikat halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) khususnya yang berhubungan dengan restoran (produk dan proses) di dalam hotel.

Hotel syariah sebaiknya menggunakan jasa perbankan syariah bila dimungkinkan. Di beberapa kota yang belum ada bank syariahnya, maka dengan terpaksa bisa digunakan jasa bank konvensional. Melarang tamu berlainan jenis dalam satu kamar, kecuali bisa dibuktikan suami-isteri atau kakak-beradik (mahrom). Jika menyediakan tempat untuk berolahraga (kolam renang, *fitness centre*) agar dibedakan tempatnya untuk kaum laki-laki dan perempuan. Karyawan menggunakan busana muslim yang sopan dan rapi. Budaya salam dan senyum harus dilakukan oleh karyawan. Hotel yang menawarkan jasa laundry harus melakukan proses pembersihan dari najis. Musik yang dilantunkan cenderung pada musik-musik Islami (misal: kasidah, hadroh, marawis maupun irama padang pasir), untuk membentuk suasana Islami.

Menghindari penyalahgunaan khumar dari para tamu yang memiliki niat kurang baik, maka salah satu persyaratan untuk menjadi tamu hotel adalah menunjukkan KTP laki-laki dan perempuan yang dibawa atau mampu

menunjukkan foto copy surat nikah. Persyaratan surat nikah jarang bisa dipenuhi oleh calon tamu hotel. Hal ini wajar, karena jarang orang membawanya tanpa ada keperluan khusus yang mungkin dilakukan adalah meminta kartu tanda penduduk (KTP) guna dicocokkan alamat keduanya sama atau tidak. Setelah semua proses persyaratan dapat dipenuhi oleh Hotel Natama Syariah, maka tepat pada tanggal 23 Jumadil Awal 1429 H atau bertepatan pada tanggal 29 Mei 2008 Hotel Natama resmi mendapat sertifikasi dari DSN-MUI sebagai Hotel Syariah yang ke-2 di Indonesia.

2. Visi, Misi dan Motto Hotel Natama Syariah

Visi

“Menjadi Hotel Syariah Terbaik di Tapanuli Selatan”.

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 bisnis
- c. Memberikan kepuasan dan pelayanan yang optimal terhadap tamu (Dhuyuf)
- d. Menerima sumber daya insani (SDI) yang terdidik secara Islami, menerapkan azas kejujuran, disiplin, berakhlak mulia dan menciptakan iklim persaingan yang sehat serta saling menghormati.
- e. Mensosialisasikan konsep dan sistem bisnis syariah kepada masyarakat.

Motto : Bekerja adalah ibadah

3. Aktivitas Hotel Natama Syariah

Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri perhotelan, jasa yang ditawarkan oleh pihak Hotel Natama tersebut adalah sebagai berikut :

a. Bidang Akomodasi

Bidang ini merupakan usaha pokok dari perusahaan perhotelan yang menyediakan kamar bagi keperluan tamu yang menginap. Bangunan hotel, ukuran dan jumlah kamar serta fasilitas lain yang ada pada hotel merupakan suatu yang ditawarkan untuk memberikan kepuasan kepada tamu yang datang baik dalam urusan bisnis maupun dengan tujuan untuk menginap. Selain itu bidang ini dilengkapi dengan fasilitas penunjang untuk kebutuhan para tamu.

b. Bidang Restoran

Biasanya disebut dengan *food and beverage* ataupun bagian makanan dan minuman. Bidang restoran ini terpisah dengan bidang akomodasi, adapun nama restoran di hotel ini adalah *Rahma Restaurant*.

c. *Minor Operation Department*

Bidang ini merupakan bidang yang menyediakan pelayanan di luar operasi kamar dan restoran untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan yang diperlukan oleh para tamu yang datang. Usaha ini adalah usaha pelayanan *Laundry*, *meeting Room*, dan *Safety Box*. Karena banyaknya persaingan maka untuk menunjang keberhasilan perusahaan, maka bentuk jasa yang ditawarkan oleh pihak hotel harus benar-benar yang bisa memuaskan para tamu yang datang dengan tujuan menginap maupun dengan tujuan bisnis atau yang lainnya.

4. Struktur Organisasi

Perusahaan adalah suatu organisasi yang berdiri dari sekelompok orang yang terorganisir dalam proses pencapaian tujuan. Semakin berkembang dan majunya suatu perusahaan maka persoalan di dalamnya akan semakin kompleks, dengan demikian pimpinan suatu perusahaan secara individu tidak mungkin melaksanakan pengawasan secara langsung terhadap seluruh kegiatan perusahaan.

Langkah pertama yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan adalah menetapkan pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan agar tercapai apa yang menjadi tujuan perusahaan secara menyeluruh. Tujuan utama membentuk

struktur organisasi antara lain agar pimpinan dapat dengan mudah mengawasi bawahannya serta untuk menghindari rangkap jabatan. Oleh karena itu struktur organisasi sangat penting dalam perusahaan baik perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, dagang, maupun industri.

Dalam rangka menunjang kelancaran pelaksanaan berbagai aktivitas atau kegiatan perusahaan, maka Hotel Natama Syariah Padangsidempuan telah menyusun pembagian tugas dan wewenang serta tanggung jawab masing-masing bagian. Berdasarkan struktur organisasi yang telah disusun oleh pihak Hotel Natama Syariah Padangsidempuan, maka berikut ini akan dijelaskan tugas serta tanggung jawab masing-masing elemen antara lain :

a. Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah mempunyai tugas yang unik, berat dan strategis. Keunikan tugas ini dilihat dari kondisi bahwa anggota DPS harus mampu mengawasi dan menjamin bahwa lembaga bisnis syariah sungguh-sungguh dapat berjalan sesuai dengan peraturan syariah. Tugas DPS adalah memberikan nasihat dan saran kepada Direksi serta mengawasi kegiatan perseroan agar sesuai dengan prinsip syariah.

b. *Manager*

Manager adalah seorang yang karena pengalaman, pengetahuan dan keterampilannya diakui oleh organisasi untuk memimpin, mengatur, mengelola, mengendalikan dan mengembangkan kegiatan organisasi dalam rangka mencapai tujuan. Tugas seorang manager hotel adalah mengawasi hotel untuk mencapai tujuannya dan memberikan pengarahan-pengarahan kepada bawahannya. Untuk lebih jelasnya tugasnya antara lain :

- 1) Memberi instruksi untuk melaksanakan pekerjaan
- 2) Mengawasi pegawai-pegawai dalam melaksanakan tugasnya
- 3) Melatih pegawai-pegawai untuk melaksanakan tugasnya
- 4) Mengembangkan metode-metode baru untuk melaksanakan pekerjaan

c. *Front Office*

Front Office adalah cermin dari kualitas hotel untuk pertama kali bagi tamu saat memasuki suatu hotel, untuk itu kesiapan, kesigapan, ketepatan serta kemampuan semua karyawan di bagian kantor depan dalam menjalankan fungsi tugas dan tanggung jawabnya sangatlah menentukan dalam memberikan impresi baik maupun kurang baik atau buruk pada para tamu hotel sebelum para tamu tersebut mendapatkan pelayanan dan pengalaman yang lainnya saat mereka datang untuk menginap maupun tidak di hotel.

d. *Receptionist*

Seorang *receptionist* adalah orang penting bagi tamu, bagi tamu petugas *receptionist* adalah orang yang paling sering dihubungi selama mereka menginap. Tugas dan tanggung jawab *receptionist* adalah sebagai berikut:

- 1) Menyambut tamu tiba
- 2) Memproses pendaftaran tamu
- 3) Mempersiapkan kedatangan tamu dan menentukan kamar untuk tamu
- 4) Menangani kunci kamar untuk tamu
- 5) Menjawab telpon dengan cepat dan ramah
- 6) Menangani permintaan tamu selama menginap
- 7) Berkoordinasi dengan bagian lain untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu
- 8) Menyelesaikan permasalahan tamu yang berhubungan dengan produk dan pelayanan
- 9) Membuat laporan yang berhubungan dengan tamu dan kamar seperti laporan tingkat hunian kamar, laporan tamu yang menginap.

e. *Cashier*

Seorang *cashier* adalah *team leader* atas shiftnya dan bertanggung jawab untuk mencatat dan menerima semua transaksi penjualan dan memberikan pelayanan maksimal kepada *customer*, *supplier*, relasi dan media. Menguasai program *cashier* yang telah disediakan, menggunakan

scanner, cash register dan alat-alat pendukung lainnya serta mampu melayani *customer* dengan baik.

f. *House Keeping*

House keeping adalah bagian dari hotel yang mengatur atau menata peralatan, menjaga kebersihan, memperbaiki kerusakan, dan memberi dekorasi dengan tujuan agar hotel tampak rapi, bersih, menarik dan menyenangkan penghuninya. *House keeping* bertanggung jawab atas kebersihan, kerapian, kenyamanan kamar dan lainnya.

- 1) *Laundry* adalah bagian hotel yang bertanggung jawab atas semua cucian yang dikirimkan kepadanya
- 2) *Human resource* adalah suatu proses menangani berbagai masalah pada ruang lingkup karyawan, pegawai, buruh, manajer dan tenaga kerja lainnya untuk dapat menunjang aktivitas organisasi atau perusahaan demi mencapai tujuan yang telah ditentukan.
- 3) *Room boy* adalah mempunyai tugas dan tanggung jawab *room boy* adalah menjaga kebersihan hotel, memfotokopi surat-surat yang diperlukan, membeli keperluan alat-alat kantor dan lain-lain.

g. *Engineering*

Engineering adalah suatu departemen pada suatu hotel yang fungsi dan tugasnya adalah bertanggung jawab pada hal-hal yang menyangkut aspek-aspek teknis dalam hotel, yang berkaitan erat dengan keselamatan, kelancaran, keamanan, pelayanan, kesenangan, dan kepuasan tamu hotel.

h. *Food and Beverage*

Food and beverage adalah salah satu departemen yang mempunyai fungsi/tugas menyiapkan dan melayani makanan dan minuman serta mendatangkan keuntungan dan dikelola secara komersial dan profesional.

- 1) *Cook* yaitu bagian yang tidak langsung berhubungan dengan tamu karena harus melalui perantara pramusaji. Tugas dan tanggung jawabnya adalah memasak makanan dan membuat minuman

untuk tamu yang menginap pada Hotel Natama Syariah Padangsidempuan.

2) *Waiter* yaitu bagian yang langsung berhubungan dengan tamu.

Tugas dan tanggung jawab adalah:

- a) Mempersiapkan segala macam peralatan yang akan dipakai nantinya.
- b) Mengatur dan menyusun meja makan atau lay out yang telah disetujui pihak penyelenggaraan.
- c) Selalu mengikuti *briefing* yang dipimpin oleh *supervisor* dan *coordinator* sebelum melakukan pekerjaan.
- d) Melayani tamu dengan senyum dan keramah tamahan.
- e) Mematuhi peraturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- f) Membersihkan dan menjaga peralatan agar tidak cepat hancur.

3) *Security* mempunyai tugas dan tanggung jawab *security* adalah menjaga keamanan perusahaan serta bertanggung jawab atas kehilangan barang-barang perusahaan.

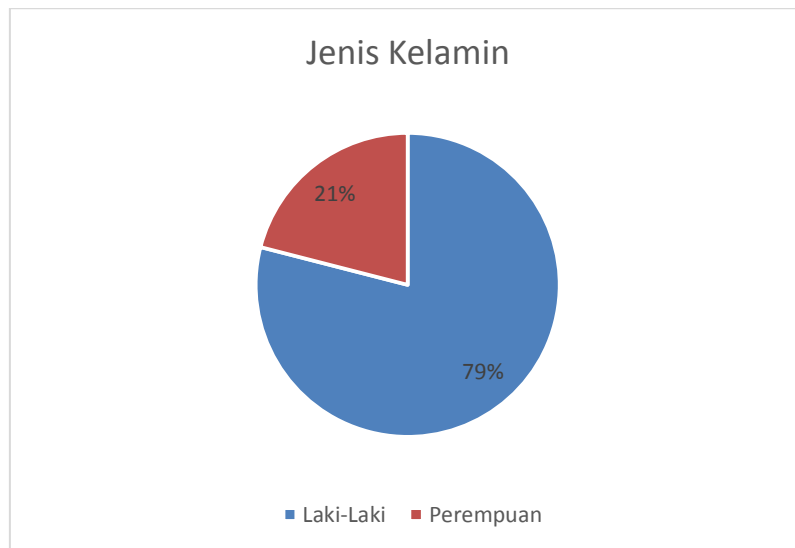
5. Deskripsi Karakteristik Responden

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pernyataan (kuesioner). Jumlah pernyataan seluruhnya adalah 25 butir pernyataan, yakni butir pernyataan untuk faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan hotel syariah (X), dan 5 butir pemilihan hotel syariah (Y). Kuesioner disebarkan kepada 95 orang pelanggan (tamu) yang ada Hotel Natama Syariah Padangsidempuan. Hasil penelitian dari 95 orang responden dapat dikelompokkan berdasarkan beberapa karakter sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian terhadap konsumen Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan sebanyak 95 responden diketahui bahwa proporsi jumlah konsumen pria adalah sebesar 79% dan untuk wanita adalah 21%. Pria lebih dominan dibandingkan wanita karena pria relatif lebih banyak yang harus bekerja di areal publik, beda dengan wanita yang lebih banyak memilih bekerja pada areal rumah tangga yang dekat dengan lokasi tempat

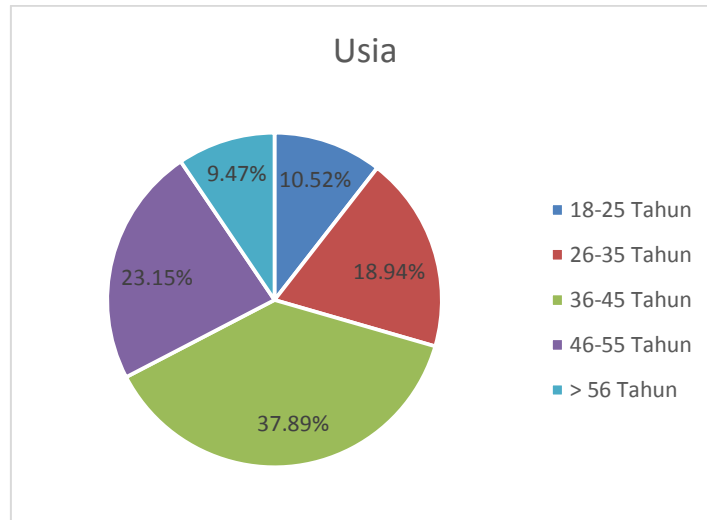
tinggal. Sebaran data konsumen berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 2 di bawah ini:



Gambar 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

2. Usia

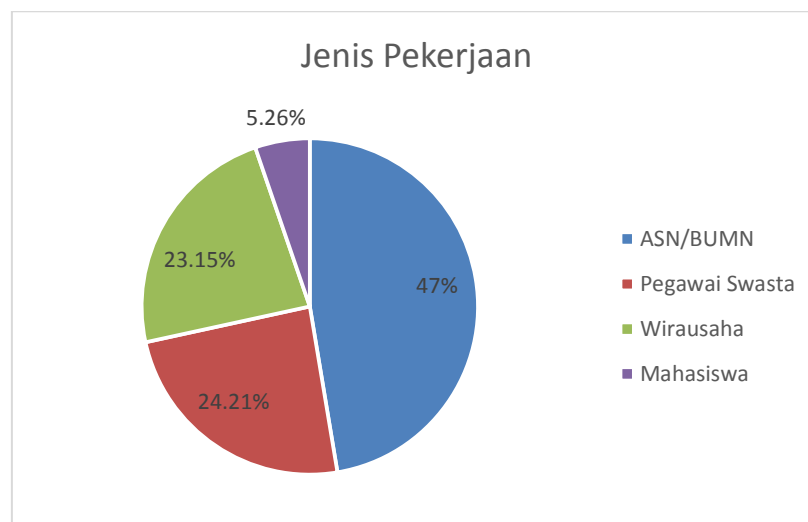
Sebagian besar konsumen Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan berusia 18-25 tahun dengan persentase sebesar 10,52% lalu diikuti yang berusia 26-35 tahun sebesar 18,94% serta yang berusia 36-45 tahun sebesar 37,89% yang serta berusia 46-55 tahun sebesar 23,15% dan diatas 56 tahun sebesar 9,47%. Dari hasil tersebut terlihat bahwa responden sebagian besar berada pada kisaran usia produktif yaitu paling besar pada usia 36 – 45 tahun dan usia 46-55 tahun. Dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini.



Gambar 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

3. Jenis Pekerjaan

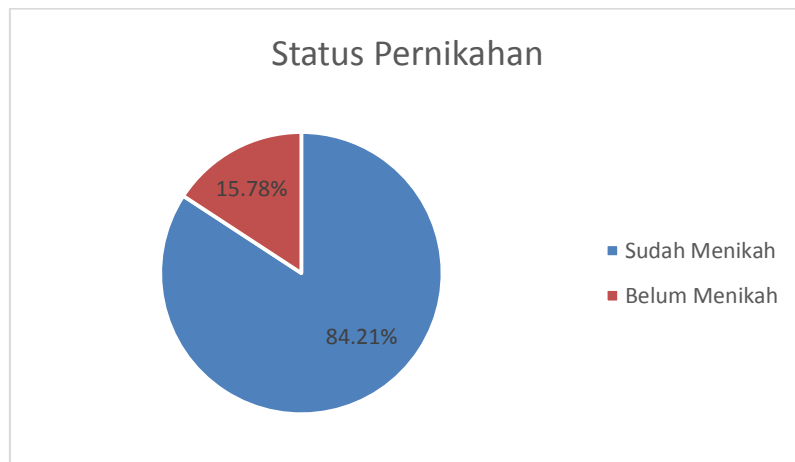
Berdasarkan jenis pekerjaannya, sebagian besar konsumen Hotel Natama Syariah adalah Aparatur Sipil Negara (ASN)/BUMN sebesar 47%, pegawai swasta 24,21%, wirausaha 23,15% dan terakhir Mahasiswa sebesar 5,26%. Dari hasil tersebut diketahui bahwa konsumen Hotel Natama Syariah sebagian besar adalah orang yang mempunyai jenis pekerjaan formal dengan jam kerja yang jelas. Diagram sebaran data konsumen berdasarkan jenis pekerjaannya dapat dilihat pada Gambar 4 di bawah ini :



Gambar 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

4. Status Pernikahan

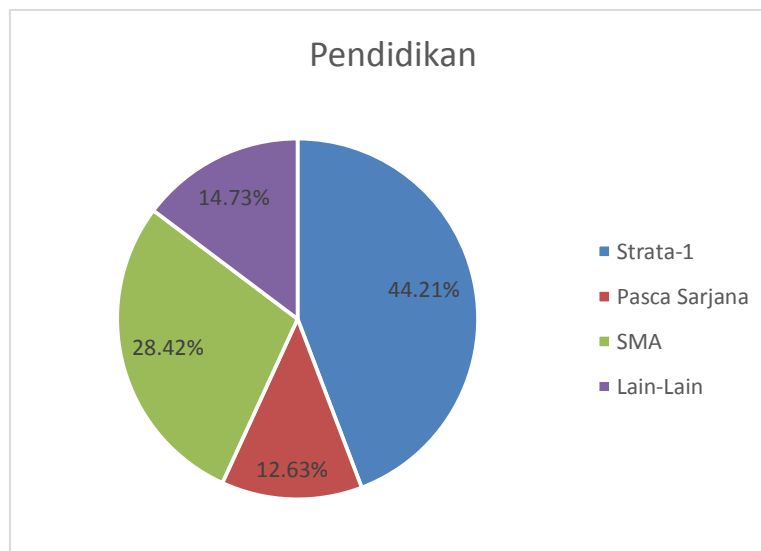
Berdasarkan status pernikahan, sebagian besar konsumen Hotel Natama Syariah adalah yang sudah menikah sebesar 84,21% dan lebihnya merupakan yang belum menikah sebesar 15,78%. Diagram sebaran data konsumen berdasarkan status pernikahan dapat dilihat pada Gambar 5:



Gambar 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

5. Pendidikan

Latar belakang pendidikan sebagian besar konsumen Hotel Natama Syariah adalah lulusan Strata-1 (S1) dimana sebesar 44,21% yang merupakan tertinggi diantara lainnya serta Pascasarjana sebesar 12,63%, yang memiliki latar belakang SMA sebesar 28,42% dan lain-lain sebesar 14,73%. Dari hasil tersebut bahwa dapat disimpulkan konsumen Hotel Natama Syariah rata-rata adalah Strata-1 (S1) dan SMA. Dimana konsumen Hotel Natama Syariah adalah mereka yang memiliki pendidikan yang tinggi. Diagram sebaran data konsumen berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada Gambar 6 di bawah ini :



Gambar 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

6. Analisis Data

Untuk menerangkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian maka dilakukan analisis terhadap tanggapan yang diberikan oleh responden berkaitan dengan pernyataan yang disebarakan terdiri dari 30 item pernyataan yaitu 5 pernyataan kualitas pelayanan (X1), 5 pernyataan fasilitas (X2), 5 pernyataan lokasi (X3), 5 pernyataan harga (X4), 5 pernyataan penerapan etika islami (X5) dan 5 item pernyataan pemilihan hotel Natama Syariah.

a. Responden terhadap variabel Kualitas Pelayan (X1)

Tabel 8 Skor Variabel Kualitas Pelayan

Alternatif Jawaban												
No Item	STS		TS		KS		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0%	0	0%	3	3,15%	82	86,31%	10	10,52%	95	100%
2	0	0%	0	0%	9	9,47%	70	73,68%	16	16,84%	95	100%
3	0	0%	0	0%	10	10,52%	75	78,94%	10	10,52%	95	100%
4	0	0%	0	0%	10	10,52%	68	71,57%	17	17,89%	95	100%
5	0	0%	1	0%	16	16,84%	63	66,31%	15	15,78	95	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka data diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang Pelayanan karyawan Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan ketika tamu cek-in sangat bagus, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 86,31% yaitu sejumlah 82 orang.
- 2) Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padangsidempuan bersikap simpatik terhadap masalah pelanggan, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 73,68% yaitu sejumlah 70 orang.
- 3) Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padangsidempuan cepat dalam memberikan pelayanan, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 78,94% yaitu sejumlah 75 orang.
- 4) Jawaban responden tentang Merasa aman melakukan transaksi dengan karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 71,57% yaitu sejumlah 68 orang.
- 5) Jawaban responden tentang Karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan memberikan perhatian personal kepada tamu, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 66,31% yaitu sejumlah 63 orang.

b. Responden terhadap variabel Fasilitas (X2)**Tabel 9 Skor Variabel Fasilitas**

Alternatif Jawaban												
No Item	STS		TS		KS		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0%	0	0%	7	7,36%	63	66,31%	25	26,31%	95	100%
2	0	0%	0	0%	6	6.31%	57	60%	32	33,68V	95	100%
3	0	0%	0	0%	10	10,52%	62	65,26%	23	24,21%	95	100%
4	0	0%	0	0%	10	10,52%	68	71,57%	17	17,89%	95	100%
5	0	0%	3	3,15%	26	27,36%	53	55,78%	13	13,68%	95	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka data diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan memiliki fasilitas terdekat seperti ATM, minimarket dan laundry, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 66,31% yaitu sejumlah 63 orang.
- 2) Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padang sidempuan memiliki fasilitas publik seperti area parkir, restaurant, Kafe dan WiFi, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 60% yaitu sejumlah 57 orang.
- 3) Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padang sidempuan memiliki fasilitas umum seperti AC, aula, ruang keluarga, area bebas rokok dan area merokok, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 65,26% yaitu sejumlah 62 orang.
- 4) Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan memiliki water dan heater fi disetiap kamar mandi, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 71,57% yaitu sejumlah 68 orang.
- 5) Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padangsi memiliki fasilitas bisnis seperti ruang rapat, fasilitas rapat dan proyektor, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 55,78% yaitu sejumlah 53 orang.

c. Responden terhadap variabel Lokasi (X3)

Tabel 10 Skor Variabel Lokasi

Alternatif Jawaban												
No Item	STS		TS		KS		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0%	0	0%	3	3,15%	65	68,42%	27	28,42%	95	100%
2	0	0%	0	0%	0	0%	55	57,89%	40	42,10%	95	100%
3	0	0%	1	1,05%	11	11,57%	59	62,10%	24	25,26%	95	100%
4	0	0%	6	6,31%	15	15,78%	56	58,94%	18	18,94%	95	100%
5	0	0%	1	1,05%	28	29,47%	42	44,21%	24	25,26%	95	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka data diuraikan sebagai berikut:

1. Jawaban responden tentang Lokasi Hotel Natama Syariah Padang sidempuan sangat mudah dilalui, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 68,42% yaitu sejumlah 65 orang.
2. Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padang sidempuan berada dijalan raya utama yang mudah dikunjungi, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 57,89% yaitu sejumlah 55 orang.
3. Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padangsi dekat dengan fasilitas-fasilitas umum, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 62,10% yaitu sejumlah 59 orang.
4. Jawaban responden tentang Saya merasa daerah Hotel Natama Syariah Padang sidempuan sangat mendukung, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 58,94% yaitu sejumlah 56 orang.
5. Jawaban responden tentang Lingkungan yang ada pada Hotel Natama Syariah Padangsidempuan sangat kondusif, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 44,21% yaitu sejumlah 42 orang.

d. Responden terhadap variabel Harga (X4)**Tabel 11 Skor Variabel Harga**

Alternatif Jawaban												
No Item	STS		TS		KS		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0%	7	7,36%	31	32,63%	51	53,68%	6	6,31%	95	100%
2	0	0%	1	1,05%	30	31,57%	55	57,89%	9	9,47%	95	100%
3	0	0%	7	7,36%	43	45,26%	53	55,78%	2	2,10%	95	100%
4	1	1,05%	13	13,68%	42	44,21%	37	38,94%	2	2,10%	95	100%
5	0	0%	9	9,47%	32	33,68%	40	42,19%	14	14,73%	95	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka data diuraikan sebagai berikut:

1. Jawaban responden tentang Saya merasa harga menginap pada Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan sangat terjangkau, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 53,68% yaitu sejumlah 51 orang.
2. Jawaban responden tentang Harga menginap di Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan sesuai dengan fasilitas yang diberikan, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 57,89% yaitu sejumlah 55 orang.
3. Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan memberikan diskon pada waktu tertentu, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 55,78% yaitu sejumlah 53 orang.
4. Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan memberikan kemudahan dalam pembayaran, mayoritas responden menjawab netral sebesar 44,21% yaitu sejumlah 42 orang.
5. Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan memberikan diskon dalam menyewa kamar yang banyak, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 42,19% yaitu sejumlah 40 orang.

e. Responden terhadap variabel Penerapan Etika Islami (X5)**Tabel 13 Skor Variabel Fasilitas**

Alternatif Jawaban												
No Item	STS		TS		KS		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0%	0	0%	5	5,26%	58	61,05%	32	33,68%	95	100%
2	0	0%	0	0%	0	0%	59	62,10%	36	37,89%	95	100%
3	0	0%	0	0%	0	0%	58	61,05%	37	38,94%	95	100%
4	0	0%	0	0%	13	13,68%	67	70,52%	15	15,78%	95	100%
5	0	0%	9	9,47%	32	33,68%	40	42,10%	14	14,73%	95	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka data diuraikan sebagai berikut:

1. Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan menyegerakan shalat saat waktu shalat tiba, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 61,05% yaitu sejumlah 58 orang.
2. Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan memperlakukan tamu dengan setara, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 62,10% yaitu sejumlah 59 orang.
3. Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan memproduksi dengan bahan baku halal, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 61,05% yaitu sejumlah 58 orang.
4. Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan menggunakan sumberdaya dengan efisien, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 70,52% yaitu sejumlah 67 orang.
5. Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan memberikan solusi yang tepat dalam mengatasi masalah, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 42,10% yaitu sejumlah 40 orang.

f. Responden terhadap variabel Pemilihan Hotel Syariah (Y)**Tabel 13 Skor Variabel Pemilihan Hotel Syariah**

Alternatif Jawaban												
No Item	STS		TS		KS		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0%	0	0%	5	5,26%	74	77,89%	14	14,73%	95	100%
2	0	0%	0	0%	18	18,94%	77	81,05%	10	10,52%	95	100%
3	0	0%	0	0%	5	5,26%	72	75,78%	19	20%	95	100%
4	0	0%	0	0%	4	4,21%	67	79,52%	24	25,26%	95	100%
5	1	1,05%	8	8,42%	40	42,10%	39	41,05%	2	21,10%	95	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka data diuraikan sebagai berikut:

1. Jawaban responden tentang Saya yakin untuk menginap Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 77,89% yaitu sejumlah 74 orang.
2. Jawaban responden tentang Saya percayakan Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan dalam menginap, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 81,05% yaitu sejumlah 77 orang.
3. Jawaban responden tentang Saya nyaman menginap di Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 75,78% yaitu sejumlah 72 orang.
4. Jawaban responden tentang Saya merencanakan untuk menginap di Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan kembali, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 79,52% yaitu sejumlah 67 orang.
5. Jawaban responden tentang Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan adalah pilihan pertama saya, mayoritas responden menjawab netral sebesar 42,10% yaitu sejumlah 40 orang.

7. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item dalam kuesioner atau skala yang ingin diukur valid atau tidaknya. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$ maka pertanyaan dikatakan valid dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dengan $N=95$. Sedangkan untuk mendapatkan r_{tabel} dilakukan dengan melihat tabel *product moment* dengan $df=N-5$. Dalam penelitian ini jumlah responden 95 sehingga $df= 95-5= 90$, maka besar r_{tabel} adalah 0,172.

Tabel 14
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	Indikator 1	0,314	0,172	Valid
	Indikator 2	0,221		Valid
	Indikator 3	0,308		Valid
	Indikator 4	0,382		Valid
	Indikator 5	0,508		Valid

Sumber : Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas atas kualitas pelayanan, bahwa dari 5 item yang diteliti, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid sebab memiliki nilai *corrected item total correlation* diatas dari 0,172.

Tabel 15
Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2)

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Fasilitas (X2)	Indikator 1	0,528	0,172	Valid
	Indikator 2	0,547		Valid
	Indikator 3	0,521		Valid
	Indikator 4	0,536		Valid
	Indikator 5	0,528		Valid

Sumber : Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas atas fasilitas, bahwa dari 5 item yang diteliti, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid sebab memiliki nilai *corrected item total correlation* diatas dari 0, 172.

Tabel 16
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X3)

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Lokasi (X3)	Indikator 1	0,385	0,172	Valid
	Indikator 2	0,420		Valid
	Indikator 3	0,440		Valid
	Indikator 4	0,454		Valid
	Indikator 5	0,488		Valid

Sumber : Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas atas lokasi, bahwa dari 5 item yang diteliti, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid sebab memiliki nilai *corrected item total correlation* diatas dari 0, 172.

Tabel 17
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X4)

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga (X4)	Indikator 1	0,407	0,172	Valid
	Indikator 2	0,400		Valid
	Indikator 3	0,395		Valid
	Indikator 4	0,530		Valid
	Indikator 5	0,392		Valid

Sumber : Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas atas harga, bahwa dari 5 item yang diteliti, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid sebab memiliki nilai *corrected item total correlation* diatas dari 0, 172.

Tabel 18
Hasil Uji Validitas Penerapan Etika Islami (X5)

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Penerapan Etika Islami (X5)	Indikator 1	0,400	0,172	Valid
	Indikator 2	0,557		Valid
	Indikator 3	0,505		Valid
	Indikator 4	0,390		Valid
	Indikator 5	0,540		Valid

Sumber : Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas atas penerapan etika islami, bahwa dari 5 item yang diteliti, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid sebab memiliki nilai *corrected item total correlation* diatas dari 0, 172.

Tabel 19
Hasil Uji Validitas Pemilihan Hotel Syariah (Y)

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pemilihan Hotel Syariah (Y)	Indikator 1	0,430	0,172	Valid
	Indikator 2	0,382		Valid
	Indikator 3	0,341		Valid
	Indikator 4	0,432		Valid
	Indikator 5	0,702		Valid

Sumber : Data diolah penulis (2022)

Berdasarkan hasil uji validitas atas pemilihan hotel syariah, bahwa dari 5 item yang diteliti, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid sebab memiliki nilai *corrected item total correlation* diatas dari 0, 172.

b. Uji Reabilitas

Dalam mengukur reabilitas penelitian ini menggunakan koefisien alpha atau *Cronbach's Alpha* atau koefisien internal diantara item-item pertanyaan dalam sebuah instrumen. Menurut Sugiono (2008) dalam suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 dan apabila hasil tersebut sebaliknya, maka dinyatakan tidak *reliable*. Berikut hasil uji reabilitas pada setiap variabel yang dilakukan peneliti :

Tabel 20 Hasil Uji Realibilitas Variabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Item</i>	<i>Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.741	5	0,60	Reliabel
Fasilitas	0.635	5	0,60	Reliabel
Lokasi	0.860	5	0,60	Reliabel
Harga	0.786	5	0,60	Reliabel
Penerapan Etika Islami	0.698	5	0,60	Reliabel
Pemilihan Hotel Syariah	0.678	5	0,60	Reliabel

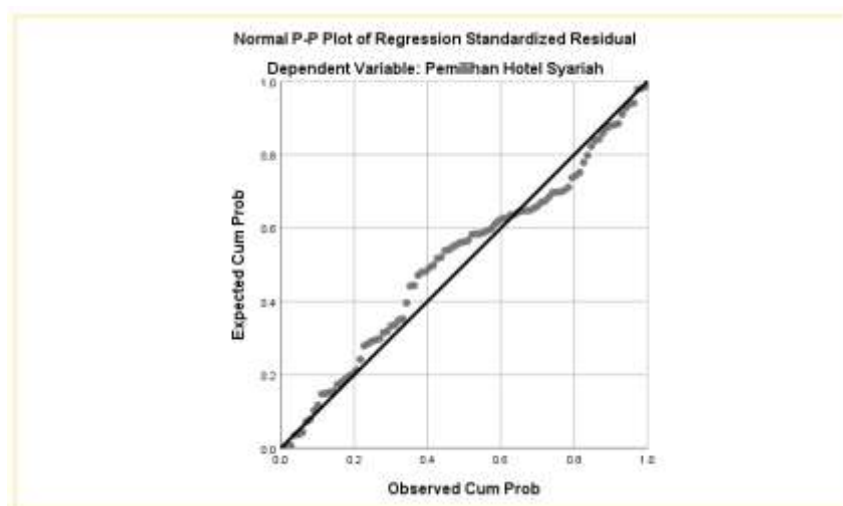
Sumber : Data diolah penulis 2021

Berdasarkan tabel 4.10 nilai *cronbach Alpha* pada variabel kualitas pelayanan (X1) adalah 0, 741, Fasilitas (X2) adalah 0, 635, lokasi (X3) adalah 0, 860, harga (X4) adalah 0, 786, penerapan etika islami (X5) adalah 0, 698 dan nilai *cronbach Alpha* pada variabel pemilihan hotel syariah (Y) adalah 0, 678. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X dan Y reliabel.

8. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2011) model regresi berdistribusi normal jika data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal. Dapat disimpulkan dengan melihat gambar dibawah ini data yang digunakan berdistribusi normal.



Gambar 7 Uji Normalitas

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Cara medeteksi adanya multikolinearitas adalah dnegan mengamati nilai *Variance Inflation Factro* (VIF) dan *Tolerance*. Batas VIF adalah 10 dan nilai dari dari *Tolerance* adalah 0,1. Jika nila VIF lebih besar dari 10 dan nilai Tolarance kurang dari 0,1 maka terjadi multikolinearitas maka variabel tersebut harus dikeluarkan dari model penelitian (Ghozali, 2011). Berikut merupakan tabel hasil dari hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan program SPSS (*Statitital Pogram for Social Science*) versi 25 *Statistic* :

Tabel 21 Hasil Uji Multikolinearitas

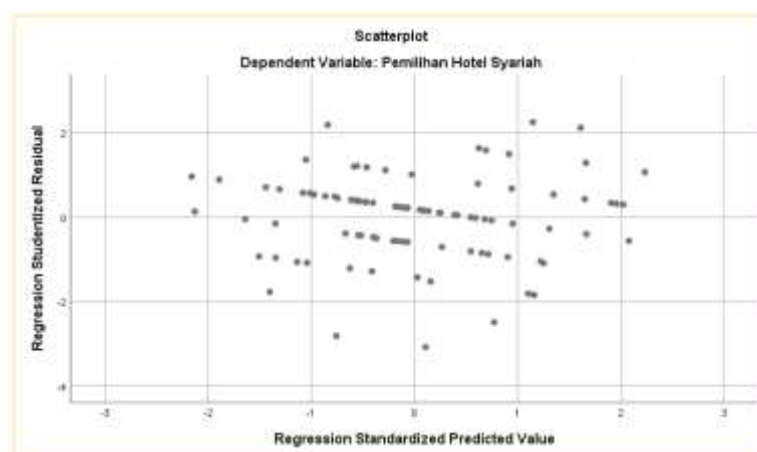
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.387	2.799		3.711	.000		
	Kualitas Pelayanan	.200	.077	.193	2.608	.011	.646	1.547
	Fasilitas	-.142	.074	-.170	-1.921	.058	.450	2.220
	Lokasi	.201	.081	.223	2.475	.015	.437	2.287
	Harga	-.355	.066	-.444	-5.405	.000	.525	1.906
	Penerapan Etika Islami	.743	.058	.867	12.878	.000	.781	1.280

a. Dependent Variable: Pemilihan Hotel Syariah

Melihat tabel 4.11 dapat diketahui bahwa variabel penelitian tersebut nilai VIF tidak lebih besar dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model tersebut tidak terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heterokondensitas (Data Primer)

Menurut Imam Ghozali (2011) tidak terjadi heterokondensitas, jika tidak ada pola yang jelas (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) pada gambar scatterplot, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokondensitas dengan melihat gambar dibawah ini.



Sumber : Data Spss diolah Penulis 2023

Gambar 8 Multivariate Standardized Scatterplot

Suatu model regresi dikatakan baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi sebuah heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Secara grafis dapat dilihat apakah terjadi problem heteroskedastisitas atau tidak yakni dengan melihat dari *Multivariate Standardized Scatterplot*.

Mendeteksi adanya heteroskedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik regresi. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y atau sumbu vertikal, maka model regresi bersifat homogen atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan pada gambar 4.4 di atas terlihat bahwa data yang menyebar secara acak dan dapat disimpulkan bahwa tidak adanya terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi (Data Skunder)

Tabel 22 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.828 ^a	.685	.667	.929	1.436

a. Predictors: (Constant), Penerapan Etika Islami, Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi

b. Dependent Variable: Pemilihan Hotel Syariah

Sumber :

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai untuk Durbin Watson adalah 1,436, sesuai dengan ketentuan bahwa,

1. Jika $d < dL$, maka ini terjadi autokorelasi positif.
2. Jika $dU < d < 4-dU$, maka ini tidak terjadi autokorelasi.

3. Jika $4-dL < d$, maka ini terjadi autokorelasi negative.

Seperti yang diketahui bahwa nilai dari Durbin Watson adalah 1,436 dan hasil dari Durbin Watson ditemukan $dU = 1,778$, dan $dL = 1.557$ dengan $n = 95$ dan jumlah variable bebas ($k=5$). Karena Durbin Watson terletak antara dU dan $(4-dU) = 1,436 < 1.557 < 2,564$, maka dapat disimpulkan bahwa kita tidak bisa menolak H_0 (gagal tolak H_0), yang artinya Tidak Ada Autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negative pada data yang diuji.

9. Pengujian Test Goodnest

a. Model Analisi Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier sederhana adalah suatu persamaan yang menggambarkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Atau digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau parsial antara independen (X) dan variabel dependen (Y). Dan berikut hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini yang menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 25 Statistic :

Tabel 23 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.387	2.799		3.711	.000		
	Kualitas Pelayanan	.200	.077	.193	2.608	.011	.646	1.547
	Fasilitas	-.142	.074	-.170	-1.921	.058	.450	2.220
	Lokasi	.201	.081	.223	2.475	.015	.437	2.287
	Harga	-.355	.066	-.444	-5.405	.000	.525	1.906
	Penerapan Etika Islami	.743	.058	.867	12.878	.000	.781	1.280

a. Dependent Variable: Pemilihan Hotel Syariah

Sumber : Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pada hasil penelitian bahwa yang ditetapkan dalam derajat kebebasan $df = (n-k-1)$, $df = (95-5-1) = 89$ dengan taraf tingkat signifikan 5%

(0.05), maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,986 berikut ini hasil uji t atau uji secara parsial :

1) Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan (X1) terhadap pemilihan hotel syariah (Y), karena nilai $t_{tabel} > t_{hitung}$ ($2,608 > 1,986$)

2) Fasilitas (X2)

Fasilitas (X2) terhadap pemilihan hotel syariah (Y), karena nilai nilai $t_{tabel} < t_{hitung}$ ($-1,921 < 1,986$)

3) Lokasi (X3)

Lokasi (X2) terhadap pemilihan hotel syariah (Y), karena nilai nilai $t_{tabel} > t_{hitung}$ ($2,475 > 1,986$)

4) Harga (X4)

Harga (X2) terhadap pemilihan hotel syariah (Y), karena nilai nilai $t_{tabel} < t_{hitung}$ ($-5,405 < 1,986$)

5) Penerapan Etika Islami (X5)

Penerapan etika Islami (X2) pemilihan hotel syariah (Y), karena nilai nilai $t_{tabel} > t_{hitung}$ ($12,878 > 1,986$)

Berdasarkan analisis regresi berganda (Uji t) didapat hasil faktor yang mempunyai pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah kualitas pelayanan (X1), lokasi (X3) dan penerapan etika islami (X5), sedangkan yang tidak mempengaruhi variabel Y adalah fasilitas (X2) dan variabel harga (X4).

b. Uji Parsial (F)

Hipotesis adalah ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X1), variabel fasilitas (X2), variabel lokasi (X3), variabel harga (X4) dan variabel penerapan etika islami (X5) terhadap pemilihan hotel syariah (Y). Secara bersama-sama mempunyai pengaruh variabel X (faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan hotel syariah) terhadap pemilihan hotel syariah (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ditetapkan $df_1 = 5$, $df_2 = 95$ dan tingkat taraf signifikan 5% (0,05), maka nilai F_{tabel} sebesar 3,191. Berikut ini merupakan hasil uji F (Simultan) :

Tabel 24 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166.843	5	33.369	38.680	.000 ^b
	Residual	76.778	89	.863		
	Total	243.621	94			

a. Dependent Variable: Pemilihan Hotel Syariah
 b. Predictors: (Constant), Penerapan Etika Islami, Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi

Sumber : Data diolah Penulis dengan SPSS 2023

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 38,680, sedangkan hasil F_{tabel} distribusi dengan tingkat signifikan 5% (0,05) adalah sebesar 2,200 Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($38,680 > 2,200$), maka ada alasan yang kuat bahwa pada H_4 diterima yang berarti terdapat pengaruh X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5 secara simultan terhadap Y .

c. Uji R^2 (Determinasi)

Uji R^2 digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga dihitung koefisien determinasi (kd) dengan asumsi-asumsi faktor lain diluar variabel dan dianggap konstan atau tetap. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil dapat diartikan bahwa kemampuan variabel bebas (faktor yang mempengaruhi keputusan) dalam menjelaskan variabel terikat (pemilihan hotel) tergolong terbatas. Begitupun sebaliknya nilai yang mendekati satu diartikan variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

Tabel 25 Hasil Uji R²

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.828 ^a	.685	.667	.929	1.436
a. Predictors: (Constant), Penerapan Etika Islami, Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi					
b. Dependent Variable: Pemilihan Hotel Syariah					

Sumber : Data diolah Penulis dengan SPSS 2023

Dilihat dari tabel 4.18 dapat diperoleh koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,667 atau 66,7% artinya variabel faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan hotel syariah (kualitas pelayanan, fasilitas, harga, lokasi dan penerapan etika islami) mempunyai mempengaruhi terhadap variabel pemilihan hotel syariah sebesar 66,7%, sedangkan sisanya sebesar 43,3% dapat dijelaskan dari variabel lain diluar variabel penelitian.

B. Pembahasan

Dari hasil yang dilakukan oleh peneliti yang diperoleh melalui uji secara statistic menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, lokasi dan penerapan etika islami mempunyai pengaruh terhadap pemilihan hotel syariah, sedangkan variabel yang tidak berpengaruh terhadap pemilihan hotel syariah adalah variabel fasilitas dan harga:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Pemilihan Hotel Syariah (Y)

Hasil penelitian t hitung 2,608 lebih besar dari t tabel 1,986 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,011 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan hotel syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H1) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan hotel syariah diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diterapkan oleh hotel, maka semakin menarik minat tamu untuk menginap di Syariah Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan. Pelanggan beranggapan bahwa kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan maka pelanggan merasa dihargai dan tamu adalah raja. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Efrianto (2016) dan Hartini (2017).

2. Pengaruh Fasilitas (X2) Terhadap Pemilihan Hotel Syariah (Y)

Hasil penelitian t hitung $-1,921$ lebih kecil dari t tabel $1,986$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,058$ lebih besar dari $0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap pemilihan hotel syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H2) yang menyatakan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan hotel syariah ditolak.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas hotel maka semakin banyak jumlah tamu yang memutuskan untuk menginap belum tentu akan bertambah. Namun dalam realitanya fasilitas menjadi salah satu alasan untuk memutuskan menginap di suatu hotel. Akan tetapi dengan banyaknya jumlah hotel yang ada di Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan dengan fasilitas yang bisa dikatakan setara, maka hal ini juga berpengaruh terhadap pemilihan untuk menginap di Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Baunsele dkk (2018) dan Adeputra (2019).

3. Pengaruh Lokasi (X3) Terhadap Pemilihan Hotel Syariah (Y)

Hasil penelitian t hitung $2,475$ lebih besar dari t tabel $1,986$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,015$ lebih besar dari $0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap pemilihan hotel syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H3) yang menyatakan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis menjamin pelanggan akan menginap di hotel tersebut. Lokasi yang strategis terhadap hotel dan mudah di jangkau oleh tamu hotel akan meningkatkan volume tamu untuk menginap di hotel tersebut. Pelanggan akan merasa nyaman jika hotel tersebut mudah diakses dan dekat dengan perkotaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ligia (2018) dan Putri dan Abrian (2018).

4. Pengaruh Harga (X4) Terhadap Pemilihan Hotel Syariah (Y)

Hasil penelitian t hitung -5,405 lebih kecil dari t tabel 1,986 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan hotel syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H4) yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap ditolak.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi harga yang diterapkan oleh hotel, maka semakin belum tentu menarik minat tamu untuk menginap di Syariah Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan. Pelanggan beranggapan bahwa strategi tidak menjamin hotel tersebut sesuai dengan kualitas yang didapat pelanggan atau tamu hotel. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Efrianto (2016) dan Hartini (2017).

5. Pengaruh Penerapan Etika Islami (X5) Terhadap Pemilihan Hotel Syariah (Y)

Hasil penelitian t hitung 12,878 lebih besar dari t tabel 1,986 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan penerapan etika islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H5) yang menyatakan penerapan etika islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa penerapan etika islami menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan menginap, khususnya bagi seorang muslim. Hal ini dikarenakan dalam Islam, etika maupun ahklak harus baik berdasarkan dengan

ajaran Al-Qur'an dan sunnah. Dengan menerapkan etika Islami dengan baik, maka pemilihan hotel syariah juga meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rismadayanti (2020) dan Hamdani dkk (2018).

6. Kualita Pelayanan, Fasilitas, Lokasi, Harga dan Penerapan Etika Islami Secara Bersama-Sama Berpengaruh Terhadap Pemilihan Hotel Syariah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa sebesar 38,680 dengan nilai sig. 0,000 < 0,05 maka kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, harga, penerapan etika Islami secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap pemilihan hotel syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H6) yang menyatakan kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, harga, penerapan etika Islami secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap pemilihan hotel syariah diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa adanya kualitas layanan yang baik, lokasi yang strategis, harga yang bersaing, dan penerapan etika islami secara bersamaan akan mempengaruhi adanya keputusan bagi konsumen dalam memilih menginap pada hotel syariah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam pemilihan hotel syariah di Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan:

1. Kualitas pelayanan, lokasi dan penerapan etika islami berpengaruh terhadap pemilihan hotel syariah di Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, lokasi yang mudah dijangkau serta strategis dengan fasilitas-fasilitas kota maka pelanggan akan meningkat pada hotel tersebut.
2. Fasilitas dan harga tidak berpengaruh terhadap pemilihan hotel syariah pada Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan. Sehingga strategi harga dalam persaingan tidak berpengaruh terhadap pemilihan hotel syariah dan fasilitas yang baik belum tentu menarik minat dalam pemilihan hotel syariah tersebut.
3. Faktor-faktor dalam pemilihan hotel syariah (kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, harga dan penerapan etika islami) berpengaruh secara bersama-sama terhadap pemilihan Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan.

B. Saran

Berdasarkan pada pembahasan dan kesimpulan yang dikemukakan, maka saran yang perlu disampaikan yakni:

1. Menyarankan agar Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan memperhatikan lebih terhadap faktor-faktor pelanggan maupun tamu dalam pemilihan hotel sehingga menjadi lebih baik kedepannya.
2. Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan membuat faktor-faktor lain yang belum diteliti dalam pemilihan hotel syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, (2013), Etika Bisnis Presfektif Islam, Bandung: Afabeta
- Agus Riyanto, (2011), Aplikasi Metodologi Penelitian Kesehatan, Yogyakarta: Medika
- Arikunto, (2016), Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: Rineka Cipta
- Badroen, Suhendra, Mufraeni, dan Bashori (2006), Etika Bisnis Dalam Islam Cetakan kesatu, Jakarta: Kencana
- Dimiyati, 2013, Belajar dan Pembelajaran, Jakarta: Rineka Cipta
- Fandi Tjiptono, (2019), Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan, Edisi 1, Jilid 12, Yogyakarta: Andi
- Fandi Tjiptono, (2014), Service, Quality & Satisfaction Edisi 3, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Fandi Tiptono, (2015), Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi Offset
- Hermawan Kartajaya, (2010), Brand Operation The Official MIM Academi Course Book, Jakarta: Esensi Elangga Group
- Husein Umar, (2014), Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kottler dan Keller, (2012), Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edidsi ke 12, Jakarta: Erlangga
- Kottler, K, (2009), Manajemen Pemasaran, Edisi ke 13, Jakarta: Erlangga
- Philip Kotler dan Gray Armstrong, (2013), Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke 12, Jakarta: Erlangga
- Philip Kotler dan Gray Armstrong, (2012), Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke 13, Jakarta: Erlangga
- Puguh Suharso, (2009), Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis, Jakarta: PT. Indeks
- Sugiono, (2016), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D, Bandung: PT. Alfabet
- Sugiono, (2012), Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: PT. Alfabeta

Suracman, (2008), Dasar-Dasar Manajemen Merek, Edisi Pertama, Malang: Ayunedia Publishing

Yuswohadi, (2014), Matketing Of The Middle Class Muslim, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Jurnal

Agung Rizky Nugroho, (2020), Pengaruh Fasilitas Program Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) dan Kompensasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di PT. Cipta Krida Bahari Cilegon

Citra Apriyanti dan Nur Rahmah, (2022), Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan pada PT. Altic Houseware, Jurnal: Ekonomi Islam, UMSU

Eka Puspita, (2014), Pengaruh Hotel Syariah Terhadap Image Buruk Dikalangan Masyarakat Mengenai Hotel Konvensional, Skripsi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Dahrani dan Aulia Syahfitri, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pwlanggan Online Shop Ditinjau dari Prespektif Islam pada Home Industri Queennacolection, Jurnal: Sosial Ekonomi, UMSU

Hafiza Khairani Indra, (2020), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel Dalam Menginap di Hotel Syariah Indriani Pekanbaru, Skripsi: Manajemen Ekonomi, Universitas Islam Riau Pekanbaru

Mentiana Indasari, (2019)

Mira Yuniar dan Dahrani, (2022), Analisis Pengaruha E-Ticketing Terhadap Pendapatan Hotel Grand Darussalam Syariah, Jurnal: Ekonomi Islam, UMSU

Muhammad Khairul Rizal, (2020), Analisis Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Masyarakat Muslim Kota Medan Terhadap Hotel Syariah, Tesis: Ekonomi Syariah, UINSU

Mutiah Khaira, Uswah Hasanah dan Haris Al Amin, (2018), Pengaruh Religi dan Harga Terhadap Permintaan Perumahan Syariah di Kota Meda, Juenal: Ekonomi dan Bisnis, UMSU

N Rahadi dan R. Wilasiah, (2018), Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah, Jurnal: Ekonomi Isla

Rositawati, (2016), Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna PT. Rosalia Indah Transport, Jurnal: Ekonomi dan Kewirausahaan

Siti Yuni dan Agung Guritno, (2022), Faktor Keputusan Pelanggan Dalam Pemilihan Hotel Syariah, Jurnal: Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga

Surahmi, (2016), Konsep Hotel Syariah Dalam Prespektif Islam, Skripsi: Ekonomi dan Bisnis, IAIN Bengkulu

Ulfa Rabbina, (2018), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Memilih Hotel Syariah, Skripsi: Ilmu Ekonomi, Universitas Brawijaya Malang

Widiyanti, (2013), Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta, Skripsi: Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian**Kuesioner Penelitian****FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN TAMU
DALAM PEMILIHAN HOTEL SYARIAH PADA HOTEL NATAMA
SYARIAH****IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :
Jenis Kelamin :
Umur :
Jenis Pekerjaan :
Status Pernikahan :
Pendidikan :

PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah jawaban dengan memberi tanda (√) pada salah satu jawaban paling sesuai menurut Bapak/Ibu. Penilaian dilakukan berdasarkan skala berikut:

Sangat Setuju (ST) : 5
Setuju : 4
Kurang Setuju : 3
Tidak Setuju : 2
Sangat Tidak Setuju : 1

Kualitas Pelayanan (X₁)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Pelayanan karyawan Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan ketika tamu cek-in sangat bagus					
2	Hotel Natama Syariah Padangsidempuan bersikap simpatik terhadap masalah pelanggan					
3	Hotel Natama Syariah Padangsidempuan cepat dalam memberikan pelayanan					
4	Merasa aman melakukan transaksi dengan karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan					
5	Karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan memberikan perhatian personal kepada tamu					

Fasilitas (X₂)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan memiliki fasilitas terdekat seperti ATM, minimarket dan laundry					
2	Hotel Natama Syariah Padang sidempuan memiliki fasilitas publik seperti area parkir, restaurant, Kafe dan WiFi					
3	Hotel Natama Syariah Padang sidempuan memiliki fasilitas umum seperti AC, aula, ruang keluarga, area bebas rokok dan area merokok					
4	Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan memiliki water dan heater fi					

	disetiap kamar mandi					
5	Hotel Natama Syariah Padang memiliki fasilitas bisnis seperti ruang rapat, fasilitas rapat dan proyektor					

Lokasi (X₃)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Lokasi Hotel Natama Syariah Padang sidempuan sangat mudah dilalui					
2	Hotel Natama Syariah Padang sidempuan berada di jalan raya utama yang mudah dikunjungi					
3	Hotel Natama Syariah Padang dekat dengan fasilitas-fasilitas umum					
4	Saya merasa daerah Hotel Natama Syariah Padang sidempuan sangat mendukung					
5	Lingkungan yang ada pada Hotel Natama Syariah Padang sidempuan sangat kondusif					

Harga (X₄)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa harga menginap pada Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan sangat terjangkau					
2	Harga menginap di Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan sesuai dengan fasilitas yang diberikan					
3	Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan memberikan diskon pada waktu tertentu					

4	Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan memberikan kemudahan dalam pembayaran					
5	Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan memberikan diskon dalam menyewa kamar yang banyak					

Penerapan Etika Islami (X₅)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Pelayanan karyawan Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan ketika tamu cek-in sangat bagus					
2	Hotel Natama Syariah Padangsidempuan bersikap simpatik terhadap masalah pelanggan					
3	Hotel Natama Syariah Padangsidempuan cepat dalam memberikan pelayanan					
4	Merasa aman melakukan transaksi dengan karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan					
5	Karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan memberikan perhatian personal kepada tamu					

Pemilihan Hotel Syariah (Y)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya yakin untuk menginap Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan					
2	Saya percayakan Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan dalam menginap					
3	Saya nyaman menginap di Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan					
4	Saya merencanakan untuk menginap di Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan kembali					
5	Hotel Natama Syariah Padang Sidempuan adalah pilihan pertama saya					

Lampiran 2. Data Uji Penelitian

1. Pelayanan (X_1)

Resp		Butir Peryataan				Total
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	3	19
6	4	4	3	3	4	18
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	5	3	20
11	4	4	5	4	3	20
12	4	4	4	4	3	19
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	5	4	21
15	4	3	4	5	4	20
16	4	3	5	4	4	20
17	4	3	4	4	4	19
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	5	21
20	4	4	4	5	5	22
21	4	4	4	5	4	21
22	4	4	4	5	4	21
23	4	4	5	4	4	21
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	5	21
26	4	4	4	3	5	20
27	4	4	4	4	5	21
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	5	4	4	5	4	22
31	5	4	4	5	4	22
32	5	4	3	5	4	21
33	5	4	4	4	3	20
34	5	4	4	4	3	20
35	5	4	4	4	4	21
36	5	4	4	4	4	21
37	5	4	4	3	4	20
38	5	4	4	3	4	20
39	5	4	5	3	4	21
40	3	4	4	4	5	20
41	4	4	4	4	4	20

42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	3	4	4	19
44	4	4	4	5	5	22
45	3	4	4	3	4	18
46	4	4	4	4	4	20
47	4	3	4	4	4	19
48	4	3	5	4	5	21
49	4	3	5	4	5	21
50	4	4	5	5	4	22
51	3	4	4	4	4	19
52	5	4	4	4	4	21
53	5	4	4	4	4	21
54	5	4	5	4	3	21
55	5	4	5	4	3	21
56	5	4	5	3	3	20
57	5	4	4	3	4	20
58	5	4	4	3	4	20
59	5	4	4	4	4	21
60	5	4	4	4	5	22
61	5	4	4	4	2	19
62	4	4	3	4	4	19
63	4	4	4	5	4	21
64	4	5	4	4	4	21
65	4	5	4	4	4	21
66	4	5	4	4	5	22
67	4	5	3	4	4	20
68	4	5	4	4	4	21
69	4	5	4	4	5	22
70	4	5	4	3	4	20
71	4	5	4	4	4	21
72	4	5	3	4	4	20
73	4	5	4	4	3	20
74	4	4	4	4	3	19
75	4	4	4	4	3	19
76	4	4	4	5	4	21
77	5	4	4	4	4	21
78	5	4	4	4	4	21
79	5	4	3	4	4	20
80	5	4	4	4	5	22
81	5	4	3	5	4	21
82	5	4	4	4	4	21
83	5	3	3	4	4	19
84	5	3	4	4	3	19
85	5	3	5	4	4	21
86	5	4	4	4	4	21
87	4	4	4	3	4	19

88	4	4	4	4	5	21
89	4	4	4	4	5	21
90	4	4	4	4	4	20
91	4	4	4	4	4	20
92	4	4	3	5	4	20
93	4	4	3	5	3	19
94	4	4	4	5	3	20
95	4	4	4	4	3	19

2. Fasilitas (X₂)

Resp	Butir Peryataan Fasilitas					Total
1	4	4	4	4	4	20
2	5	4	4	4	4	21
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	5	21
8	5	5	4	5	5	24
9	5	5	4	5	5	24
10	5	5	4	5	4	23
11	4	4	3	4	4	19
12	4	4	3	4	4	19
13	4	4	3	4	4	19
14	4	4	4	4	5	21
15	4	4	4	3	5	20
16	4	4	4	3	5	20
17	5	5	4	3	4	21
18	5	5	4	3	4	21
19	5	5	5	4	4	23
20	5	5	5	4	4	23
21	4	4	5	4	5	22
22	4	4	5	4	5	22
23	4	4	5	4	5	22
24	5	4	4	4	4	21
25	5	4	4	4	4	21
26	5	4	4	4	4	21
27	4	3	4	4	4	19
28	4	4	4	5	4	21
29	4	4	5	5	3	21
30	4	4	5	5	3	21
31	4	4	5	4	4	21
32	4	4	5	4	4	21
33	5	5	4	4	3	21

34	5	5	4	4	3	21
35	3	5	4	5	4	21
36	4	5	4	5	4	22
37	4	5	4	5	4	22
38	4	4	5	4	4	21
39	4	4	5	4	4	21
40	4	4	5	4	5	22
41	5	4	5	4	3	21
42	5	3	4	4	4	20
43	4	3	4	4	4	19
44	4	5	4	4	4	21
45	4	4	4	3	4	19
46	4	4	4	3	3	18
47	4	4	4	3	3	18
48	5	4	5	4	4	22
49	5	4	5	4	4	22
50	3	4	4	4	3	18
51	4	4	4	4	3	19
52	4	4	4	3	3	18
53	4	4	4	4	3	19
54	4	4	4	4	3	19
55	4	5	4	4	3	20
56	4	5	5	4	4	22
57	5	5	4	4	3	21
58	4	4	4	3	3	18
59	4	4	4	3	3	18
60	4	4	5	4	4	21
61	3	4	4	4	4	19
62	4	4	4	4	4	20
63	4	3	3	4	3	17
64	4	3	3	4	3	17
65	4	4	3	4	3	18
66	4	4	4	3	3	18
67	5	4	4	3	2	18
68	4	4	5	4	3	20
69	4	5	5	4	3	21
70	4	5	4	4	3	20
71	4	5	4	5	2	20
72	5	5	4	5	2	21
73	4	5	3	5	3	20
74	4	5	4	4	3	20
75	4	5	4	4	4	21
76	3	5	4	4	4	20
77	3	5	4	4	4	20
78	4	4	5	5	4	22
79	4	4	5	5	4	22

80	4	4	5	5	4	22
81	5	5	5	5	4	24
82	5	5	4	5	5	24
83	5	5	4	4	5	23
84	4	4	4	4	5	21
85	4	4	4	4	4	20
86	3	4	3	4	4	18
87	4	4	3	4	4	19
88	4	5	3	4	4	20
89	4	5	4	3	4	20
90	5	5	4	4	4	22
91	5	5	4	4	5	23
92	4	4	5	4	3	20
93	4	4	5	3	4	20
94	4	4	4	3	4	19
95	3	3	4	4	4	18

3. Lokasi (X₃)

Resp	Butir Peryataan					Total
	Lokasi					
1	4	4	4	3	4	19
2	4	4	4	3	4	19
3	4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	3	5	20
5	5	4	3	4	4	20
6	4	5	4	4	4	21
7	4	4	4	4	4	20
8	5	4	4	4	5	22
9	4	4	5	4	4	21
10	4	5	5	5	4	23
11	4	5	5	4	4	22
12	4	5	4	4	5	22
13	4	5	4	4	5	22
14	5	4	4	5	4	22
15	4	5	3	4	4	20
16	4	5	4	4	4	21
17	4	5	4	4	5	22
18	5	5	4	4	3	21
19	4	4	5	3	3	19
20	4	4	5	4	4	21
21	4	4	3	4	5	20
22	4	4	5	4	3	20
23	5	5	5	5	4	24
24	5	5	3	4	5	22
25	5	5	3	4	4	21

26	4	5	3	4	2	18
27	4	4	4	5	3	20
28	4	4	4	5	3	20
29	5	4	5	5	4	23
30	5	4	5	4	5	23
31	5	5	4	4	4	22
32	4	5	4	4	4	21
33	4	5	4	4	5	22
34	4	5	5	5	3	22
35	5	4	4	5	3	21
36	3	4	4	5	3	19
37	4	4	4	4	3	19
38	5	4	5	4	5	23
39	4	5	5	3	5	22
40	5	5	4	3	4	21
41	4	5	4	2	4	19
42	4	5	4	3	5	21
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	2	4	4	18
45	4	4	4	3	3	18
46	5	4	4	2	3	18
47	4	5	5	2	5	21
48	4	4	4	2	5	19
49	4	4	4	3	4	19
50	4	4	4	4	4	20
51	5	5	4	4	3	21
52	4	5	4	4	3	20
53	4	4	3	4	3	18
54	4	4	3	5	4	20
55	4	5	4	4	4	21
56	5	5	4	4	5	23
57	4	5	4	3	5	21
58	4	5	5	3	4	21
59	4	4	4	3	5	20
60	5	4	4	2	5	20
61	4	4	4	2	3	17
62	4	5	5	4	3	21
63	4	5	4	4	4	21
64	5	5	4	5	5	24
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	5	21
67	4	4	3	5	4	20
68	5	4	4	4	5	22
69	4	4	4	4	4	20
70	4	5	4	4	4	21
71	4	5	4	4	4	21

72	3	5	5	5	4	22
73	3	5	4	4	4	20
74	4	5	4	4	4	21
75	5	5	5	4	3	22
76	5	4	4	5	3	21
77	4	4	5	4	3	20
78	4	4	5	4	4	21
79	4	4	5	5	4	22
80	4	4	4	4	3	19
81	5	4	4	4	3	20
82	4	4	4	4	5	21
83	4	5	5	5	3	22
84	4	4	5	3	3	19
85	5	4	5	3	3	20
86	5	4	5	4	5	23
87	5	4	4	4	5	22
88	5	5	4	4	3	21
89	4	4	4	5	3	20
90	4	4	4	5	5	22
91	4	4	3	4	4	19
92	4	5	4	4	3	20
93	5	4	4	4	3	20
94	4	4	4	4	3	19
95	4	4	3	4	4	19

4. Harga (X₄)

Resp		Butir Harga Pernyataan				Total
1	4	4	4	4	2	18
2	4	4	4	4	3	19
3	4	4	4	5	3	20
4	3	4	4	4	5	20
5	4	3	3	4	4	18
6	4	4	4	4	5	21
7	4	4	4	3	4	19
8	4	4	3	4	4	19
9	3	3	4	3	5	18
10	4	4	3	4	4	19
11	4	4	3	4	4	19
12	4	4	2	4	4	18
13	3	5	3	4	5	20
14	3	4	4	3	5	19
15	3	4	3	4	5	19
16	4	4	3	4	4	19
17	4	3	4	4	4	19

18	5	4	4	3	4	20
19	4	4	4	2	3	17
20	4	4	4	3	3	18
21	4	5	3	3	3	18
22	4	4	3	3	2	16
23	5	4	3	4	3	19
24	4	4	3	3	3	17
25	4	3	2	3	3	15
26	4	3	3	2	4	16
27	4	3	3	3	4	17
28	3	3	3	3	4	16
29	4	3	4	3	5	19
30	4	5	3	4	5	21
31	4	3	3	3	5	18
32	4	4	3	3	4	18
33	4	3	4	3	4	18
34	3	3	4	4	4	18
35	3	3	4	4	3	17
36	3	3	3	4	3	16
37	3	4	3	4	3	17
38	3	4	3	2	2	14
39	3	4	4	2	2	15
40	3	4	4	2	3	16
41	3	3	5	3	3	17
42	3	3	4	3	4	17
43	4	3	4	4	4	19
44	4	3	3	3	5	18
45	4	3	4	3	4	18
46	5	3	3	3	4	18
47	4	5	3	4	3	19
48	4	5	4	2	3	18
49	4	5	4	4	3	20
50	4	2	4	4	4	18
51	2	3	3	3	4	15
52	2	3	4	4	5	18
53	3	3	4	3	5	18
54	3	3	4	3	4	17
55	3	4	5	3	4	19
56	3	4	4	4	4	19
57	4	5	4	4	3	20
58	4	4	4	4	3	19
59	4	4	3	3	3	17
60	5	4	4	1	2	16
61	4	4	4	3	2	17
62	4	3	2	4	3	16
63	4	3	1	4	3	15

64	2	3	2	4	4	15
65	2	4	3	3	4	16
66	2	3	3	3	4	15
67	3	4	3	3	4	17
68	4	4	2	2	4	16
69	4	4	2	2	5	17
70	4	4	3	2	5	18
71	3	3	3	3	4	16
72	3	4	3	3	4	17
73	4	4	4	3	4	19
74	4	4	4	4	3	19
75	4	5	4	4	3	20
76	4	4	3	4	3	18
77	3	4	3	3	3	16
78	3	4	3	3	4	17
79	3	5	4	3	4	19
80	4	4	4	2	4	18
81	4	4	4	2	5	19
82	2	3	3	2	5	15
83	3	3	3	3	3	15
84	3	4	3	3	3	16
85	3	4	4	3	3	17
86	3	4	4	4	4	19
87	2	5	3	4	4	18
88	5	4	2	4	4	19
89	5	4	3	4	3	19
90	5	4	3	3	3	18
91	4	4	3	3	3	17
92	4	4	4	3	2	17
93	4	4	3	3	2	16
94	3	4	3	2	2	14
95	3	4	4	2	3	16

5. Penerapan Etika Islami (X₅)

Resp	Butir Pernyataan Penerapan Etika Islami					Total
1	4	4	4	4	3	19
2	5	4	4	4	4	21
3	5	4	4	4	4	21
4	5	4	4	4	4	21
5	5	4	4	4	4	21
6	5	4	4	4	3	20
7	5	4	4	4	3	20
8	4	4	4	5	3	20

9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	5	21
11	4	4	4	4	4	20
12	5	4	4	4	4	21
13	5	5	5	5	4	24
14	5	4	4	4	3	20
15	5	5	5	4	3	22
16	4	5	5	4	3	21
17	4	5	5	4	3	21
18	4	5	5	3	4	21
19	4	5	5	3	4	21
20	5	5	5	3	4	22
21	5	4	4	3	4	20
22	5	4	4	4	4	21
23	4	4	4	3	4	19
24	4	4	4	4	3	19
25	4	5	5	4	3	21
26	4	5	4	4	3	20
27	4	5	5	5	5	24
28	5	5	5	5	4	24
29	5	5	5	4	4	23
30	5	5	5	4	3	22
31	5	4	5	4	3	21
32	5	4	5	4	3	21
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	5	4	21
35	4	4	4	4	4	20
36	4	5	4	4	3	20
37	4	4	5	4	4	21
38	4	5	5	4	4	22
39	4	5	5	4	4	22
40	4	4	5	3	4	20
41	4	4	5	4	4	21
42	4	4	5	3	4	20
43	4	4	4	4	3	19
44	4	4	4	4	3	19
45	5	4	4	4	3	20
46	5	5	4	3	3	20
47	5	5	5	3	4	22
48	5	5	5	4	4	23
49	4	5	5	3	4	21
50	4	4	5	3	4	20
51	4	4	5	3	3	19
52	4	4	4	4	3	19
53	4	4	4	4	3	19
54	4	4	4	4	3	19

55	5	4	4	5	4	22
56	5	4	4	5	4	22
57	5	4	5	5	4	23
58	5	4	4	5	4	22
59	4	4	5	5	4	22
60	4	4	5	4	4	21
61	4	4	4	4	5	21
62	4	4	4	4	4	20
63	4	5	4	4	4	21
64	5	4	4	4	4	21
65	5	5	4	4	4	22
66	5	5	4	4	5	23
67	5	5	5	4	5	24
68	4	5	5	4	5	23
69	4	5	5	4	5	23
70	4	5	5	5	5	24
71	4	4	4	5	5	22
72	4	4	4	5	4	21
73	4	4	4	4	5	21
74	4	4	4	4	4	20
75	4	5	4	4	4	21
76	4	5	5	4	4	22
77	4	5	5	4	4	22
78	4	5	4	4	4	21
79	4	5	4	4	4	21
80	4	5	4	4	4	21
81	4	4	4	4	5	21
82	3	4	4	4	4	19
83	3	4	4	5	4	20
84	3	4	4	4	4	19
85	4	4	5	4	4	21
86	4	5	5	4	4	22
87	4	4	4	4	4	20
88	4	5	4	5	5	23
89	4	5	4	3	5	21
90	5	4	4	4	4	21
91	4	4	4	4	4	20
92	5	4	4	4	4	21
93	3	4	4	4	4	19
94	3	4	5	4	4	20
95	4	4	5	4	5	22

6. Pemilihan Hotel Syariah (Y)

Resp		Pernyataan				Total
		Butir Pemilihan Syariah	Hotel			
1	3	4	4	4	4	19
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	3	4	4	3	18
6	4	3	4	4	4	19
7	5	3	4	5	4	21
8	5	3	4	4	4	20
9	4	4	5	4	4	21
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	5	4	3	20
12	4	4	4	5	3	20
13	4	4	4	4	3	19
14	4	5	4	4	3	20
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	3	19
17	4	4	5	4	3	20
18	4	4	4	4	3	19
19	4	4	4	4	4	20
20	5	5	4	4	3	21
21	4	4	4	3	3	18
22	4	3	4	5	3	19
23	4	4	5	4	3	20
24	4	4	4	4	4	20
25	5	5	4	4	4	22
26	3	5	4	4	4	20
27	4	5	4	4	4	21
28	4	5	4	3	4	20
29	4	5	5	4	5	23
30	4	4	4	4	4	20
31	5	4	4	5	4	22
32	4	4	4	4	4	20
33	4	5	4	4	4	21
34	4	3	4	4	3	18
35	4	4	5	4	3	20
36	4	4	5	4	3	20
37	4	4	5	4	4	21
38	4	4	5	5	4	22
39	4	4	5	4	4	21
40	4	4	5	4	2	19
41	4	4	5	4	3	20
42	4	4	5	4	3	20

43	4	4	5	4	3	20
44	4	4	4	5	3	20
45	4	5	4	4	3	20
46	4	4	4	4	4	20
47	5	4	4	4	4	21
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	3	4	4	19
50	4	4	4	5	3	20
51	4	4	4	3	3	18
52	4	4	4	4	3	19
53	4	3	4	4	3	18
54	4	3	4	4	3	18
55	4	3	5	4	4	20
56	5	4	4	4	4	21
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	3	4	4	19
60	4	4	3	4	4	19
61	4	4	5	5	4	22
62	3	4	4	4	4	19
63	5	3	4	4	4	20
64	5	3	4	4	4	20
65	5	3	4	5	4	21
66	5	3	5	5	4	22
67	5	4	4	5	5	23
68	4	4	4	5	4	21
69	4	4	4	5	4	21
70	4	4	3	5	4	20
71	4	4	3	5	3	19
72	4	4	4	5	3	20
73	4	3	4	5	3	19
74	4	3	4	4	3	18
75	4	3	4	3	2	16
76	4	3	4	4	2	17
77	4	4	4	4	2	18
78	5	4	4	4	2	19
79	4	4	4	5	2	19
80	4	4	5	5	2	20
81	4	4	4	5	3	20
82	4	4	4	5	3	20
83	4	4	4	5	3	20
84	4	4	4	5	3	20
85	4	3	4	5	3	19
86	4	5	5	4	4	22
87	5	4	4	4	3	20
88	3	4	4	4	3	18

89	4	4	5	4	3	20
90	4	4	4	3	1	16
91	4	4	4	5	4	21
92	4	4	4	4	3	19
93	3	4	4	4	2	17
94	4	4	4	4	3	19
95	3	4	4	4	3	18

Lampiran 2.

Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

1. Validitas

a. Validitas Pelayanan

		Correlations					
		P1	P2	P3	P4	P5	Total
P1	Pearson Correlation	1	-.150	.042	-.102	-.207*	.314**
	Sig. (2-tailed)		.147	.684	.324	.044	.002
	N	95	95	95	95	95	95
P2	Pearson Correlation	-.150	1	-.245*	-.090	.001	.221*
	Sig. (2-tailed)	.147		.017	.385	.991	.031
	N	95	95	95	95	95	95
P3	Pearson Correlation	.042	-.245*	1	-.162	-.036	.308**
	Sig. (2-tailed)	.684	.017		.116	.728	.002
	N	95	95	95	95	95	95
P4	Pearson Correlation	-.102	-.090	-.162	1	-.026	.382**
	Sig. (2-tailed)	.324	.385	.116		.802	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P5	Pearson Correlation	-.207*	.001	-.036	-.026	1	.508**
	Sig. (2-tailed)	.044	.991	.728	.802		.000
	N	95	95	95	95	95	95
Total	Pearson Correlation	.314**	.221*	.308**	.382**	.508**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.031	.002	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

b. Validitas Fasilitas

		Correlations					
		P1	P2	P3	P4	P5	Total
P1	Pearson Correlation	1	.272**	.136	.054	.038	.528**
	Sig. (2-tailed)		.008	.188	.606	.716	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P2	Pearson Correlation	.272**	1	.028	.237*	-.002	.547**
	Sig. (2-tailed)	.008		.786	.021	.985	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P3	Pearson Correlation	.136	.028	1	.114	.122	.521**
	Sig. (2-tailed)	.188	.786		.271	.240	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P4	Pearson Correlation	.054	.237*	.114	1	.060	.536**
	Sig. (2-tailed)	.606	.021	.271		.561	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P5	Pearson Correlation	.038	-.002	.122	.060	1	.528**
	Sig. (2-tailed)	.716	.985	.240	.561		.000
	N	95	95	95	95	95	95
Total	Pearson Correlation	.528**	.547**	.521**	.536**	.528**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Validitas Lokasi

		Correlations					
		P1	P2	P3	P4	P5	Total
P1	Pearson Correlation	1	-.047	.007	.007	.068	.385**
	Sig. (2-tailed)		.651	.944	.943	.514	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P2	Pearson Correlation	-.047	1	.080	.022	.069	.420**
	Sig. (2-tailed)	.651		.440	.833	.505	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P3	Pearson Correlation	.007	.080	1	-.021	-.049	.440**
	Sig. (2-tailed)	.944	.440		.841	.634	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P4	Pearson Correlation	.007	.022	-.021	1	-.168	.454**
	Sig. (2-tailed)	.943	.833	.841		.103	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P5	Pearson Correlation	.068	.069	-.049	-.168	1	.488**
	Sig. (2-tailed)	.514	.505	.634	.103		.000
	N	95	95	95	95	95	95
Total	Pearson Correlation	.385**	.420**	.440**	.454**	.488**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95

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

d. Validitas Harga

		Correlations					
		P1	P2	P3	P4	P5	Total
P1	Pearson Correlation	1	.069	.008	.015	-.136	.400**
	Sig. (2-tailed)		.506	.941	.885	.187	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P2	Pearson Correlation	.069	1	.425**	-.110	.120	.577**
	Sig. (2-tailed)	.506		.000	.287	.247	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P3	Pearson Correlation	.008	.425**	1	-.151	.056	.505**
	Sig. (2-tailed)	.941	.000		.145	.592	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P4	Pearson Correlation	.015	-.110	-.151	1	.132	.390**
	Sig. (2-tailed)	.885	.287	.145		.203	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P5	Pearson Correlation	-.136	.120	.056	.132	1	.540**
	Sig. (2-tailed)	.187	.247	.592	.203		.000
	N	95	95	95	95	95	95
Total	Pearson Correlation	.400**	.577**	.505**	.390**	.540**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95

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

e. Validitas Penerapan Etika Islami

		Correlations					
		P1	P2	P3	P4	P5	Total
P1	Pearson Correlation	1	.162	-.066	.042	-.209*	.407**
	Sig. (2-tailed)		.117	.527	.685	.043	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P2	Pearson Correlation	.162	1	.060	.029	-.225*	.400**
	Sig. (2-tailed)	.117		.561	.780	.029	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P3	Pearson Correlation	-.066	.060	1	-.059	-.030	.395**
	Sig. (2-tailed)	.527	.561		.568	.770	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P4	Pearson Correlation	.042	.029	-.059	1	.084	.530**
	Sig. (2-tailed)	.685	.780	.568		.416	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P5	Pearson Correlation	-.209*	-.225*	-.030	.084	1	.392**
	Sig. (2-tailed)	.043	.029	.770	.416		.000
	N	95	95	95	95	95	95
Total	Pearson Correlation	.407**	.400**	.395**	.530**	.392**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

f. Validitas Pemilihan Hotel Syariah

		Correlations					
		P1	P2	P3	P4	P5	Total
P1	Pearson Correlation	1	-.188	-.013	.149	.189	.430**
	Sig. (2-tailed)		.068	.904	.151	.067	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P2	Pearson Correlation	-.188	1	.051	-.163	.142	.382**
	Sig. (2-tailed)	.068		.625	.115	.169	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P3	Pearson Correlation	-.013	.051	1	-.048	-.060	.341**
	Sig. (2-tailed)	.904	.625		.645	.562	.001
	N	95	95	95	95	95	95
P4	Pearson Correlation	.149	-.163	-.048	1	.113	.432**
	Sig. (2-tailed)	.151	.115	.645		.277	.000
	N	95	95	95	95	95	95
P5	Pearson Correlation	.189	.142	-.060	.113	1	.702**
	Sig. (2-tailed)	.067	.169	.562	.277		.000
	N	95	95	95	95	95	95
Total	Pearson Correlation	.430**	.382**	.341**	.432**	.702**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95

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

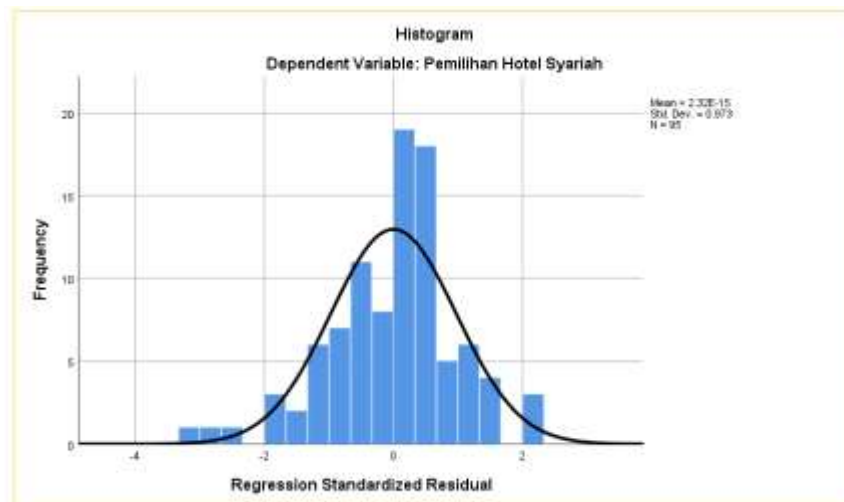
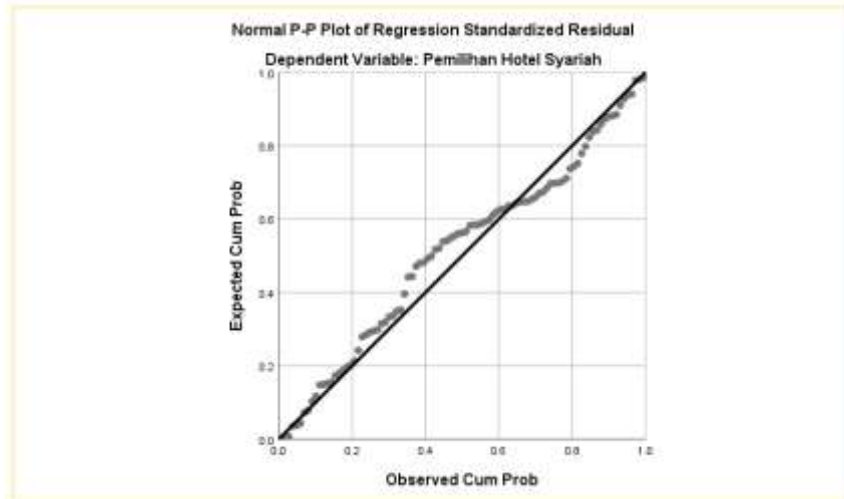
2. Reabilitas

Variabel	Cronbach'S Alpha	N of Item	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.741	5	0,60	Reliabel
Fasilitas	0.635	5	0,60	Reliabel
Lokasi	0.860	5	0,60	Reliabel
Harga	0.786	5	0,60	Reliabel
Penerapan Etika Islami	0.698	5	0,60	Reliabel
Pemilihan Hotel Syariah	0.678	5	0,60	Reliabel

Lampiran 3

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

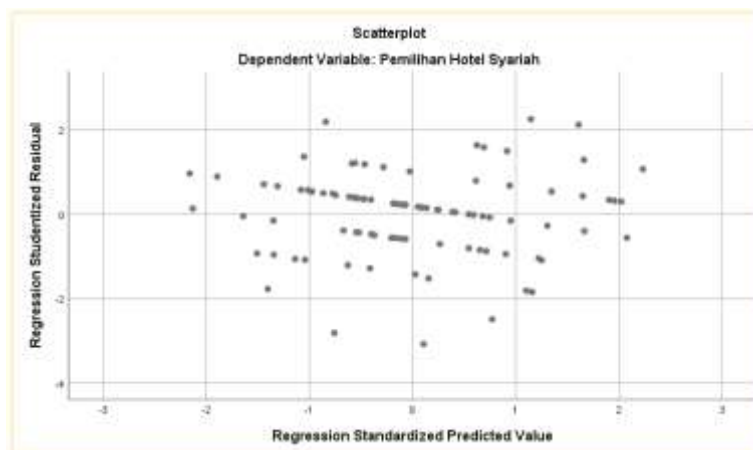


2. Uji Multikolenaritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.387	2.799		3.711	.000		
	Kualitas Pelayanan	.200	.077	.193	2.608	.011	.646	1.547
	Fasilitas	-.142	.074	-.170	-1.921	.058	.450	2.220
	Lokasi	.201	.081	.223	2.475	.015	.437	2.287
	Harga	-.355	.066	-.444	-5.405	.000	.525	1.906
	Penerapan Etika Islami	.743	.058	.867	12.878	.000	.781	1.280

a. Dependent Variable: Pemilihan Hotel Syariah

3. Uji Heteroskedastisitas



4. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.828 ^a	.685	.667	.929	1.436

a. Predictors: (Constant), Penerapan Etika Islami, Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi

b. Dependent Variable: Pemilihan Hotel Syariah

5. Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.387	2.799		3.711	.000		
	Kualitas Pelayanan	.200	.077	.193	2.608	.011	.646	1.547
	Fasilitas	-.142	.074	-.170	-1.921	.058	.450	2.220
	Lokasi	.201	.081	.223	2.475	.015	.437	2.287
	Harga	-.355	.066	-.444	-5.405	.000	.525	1.906
	Penerapan Etika Islami	.743	.058	.867	12.878	.000	.781	1.280

a. Dependent Variable: Pemilihan Hotel Syariah

6. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.387	2.799		3.711	.000		
	Kualitas Pelayanan	.200	.077	.193	2.608	.011	.646	1.547
	Fasilitas	-.142	.074	-.170	-1.921	.058	.450	2.220
	Lokasi	.201	.081	.223	2.475	.015	.437	2.287
	Harga	-.355	.066	-.444	-5.405	.000	.525	1.906
	Penerapan Etika Islami	.743	.058	.867	12.878	.000	.781	1.280

a. Dependent Variable: Pemilihan Hotel Syariah

Lampiran 4

Dokumentasi









UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomer dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada Yth : Dekan FAI UMSU

27 Muharram 1444 H
25 Agustus 2022 M

Di -
Tempat



Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reza Syahputra Ginting
NPM : 1801280120
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Kredit Kumulatif : 3,34

Mengajukan judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel Dalam Pemilihan Hotel Syariah Pada Hotel Natama Syariah	<i>[Signature]</i> 25-8-2022	Alfi Arnalia	<i>[Signature]</i> 27/27
2	Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Natama Syariah	-	-	-
3	Analisis Faktor Atribut Hotel Syariah Dalam Keputusan Menginap Di Hotel Natama Syariah	-	-	-



NB: Mahasiswa yang bersangkutan sudah mendownload dan mencetak buku panduan skripsi FAI UMSU. Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya

[Signature]

Reza Syahputra Ginting

- Keterangan :
- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk arsip mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk ketua/sekretaris jurusan yang dipakai pas photo dan map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN TAMU DALAM PEMILIHAN HOTEL
SYARIAH PADA HOTEL NATAMA SYARIAH**

Oleh :

REZA SYAHPUTRA GINTING

NPM : 1801280120

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi

Medan, 13 April 2023

Pembimbing



Alfi Amalia, M.E.i

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

SURAT PERNYATAAN DOSEN PEMBIMBING

Medan, 13 April 2023

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi a.n. Reza Syahputra Ginting
Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Reza Syahputra Ginting** yang berjudul "**Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Dalam Pemilihan Hotel Syariah Pada Hotel Natama Syariah**". Maka saya berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Ilmu Pendidikan pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah saya sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Alfi Amalia, M.E.i



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila menjawab surat ini agar menyebutkan
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Alfi Amalia, M.E.I

Nama Mahasiswa : Reza Syahputra Ginting
Npm : 1801280120
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Dalam Pemilihan Hotel Syariah Pada Hotel Natama Syariah

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
07-02-2023	Pernyataan tidak sesuai dengan indikator variabel	Al	
10-02-2023	validitas judul fokus pembangunan hotel bukan kerosokan kenyamanan tamu, seperti wifi, air keran dll.	Al	
17-02-2023	hasil penelitian di bab 4 berbeda dengan kuisioner yang di kirimkan	Al	
14,03,2023	Alternatif jawaban dalam kuisioner itu tidak bisa memaknai netral.	Al	
10 April 2023	ACC sidang Ulangan	Al	

Medan, 13 April 2023

Diketahui/Disetujui Dekan



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Proposal

Alfi Amalia, M.E.I

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : Reza Syahputra Ginting
NPM : 1801280120
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah
JUDUL SKRIPSI : Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Dalam Pemilihan Hotel Syariah Pada Hotel Natama Syariah

Medan, 13 April 2023

Pembimbing



Alfi Amalia, M.E.i

Disetujui Oleh:
Ketua Program Studi



Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



HOTEL NATAMA

SYARIAH DSN-MUI 2008

Jl. Sisingamangaraja No.100, Wek V, Kec. Padangsidempuan Sel., Kota
Padang Sidempuan, Sumatera Utara 22723

Padang Sidempuan, 23 Mei 2022

Kepada Yth:

Prodi Manajemen Bisnis Syariah

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Di-

Tempat

Dengan Hormat

Sehubungan dengan perihal permohonan permintaan informasi dalam menyusun skripsi. Dengan ini kami memberitahukan bersedia memberikan izin kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara atas nama:

Nama : Reza Syahputra Ginting

NIM : 1801280120

Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan agar sekiranya bermanfaat dan dapat digunakan sebagaimana semetinya.

Hormat Kami,

Manajer Hotel Natama

