

**SKRIPSI**

**PENGARUH PELAYANAN BERBASIS SYARIAH  
TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA HOTEL SYARIAH  
(STUDI KASUS PADA HOTEL GRAND ACEH SYARIAH)**



**Disusun Oleh:**

**Ersya Imanina  
NIM. 140602131**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2019 M/1440 H**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ersya Imanina

NIM : 140602131

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

BandaAceh, 1 Januari 2019

Yang Menyatakan,



*Ersya Imanina*  
Ersya Imanina

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

### SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah  
Dengan Judul:

### **Pengaruh Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Minat Konsumen Pada Hotel Grand Aceh Syariah**

Disusun Oleh:

Ersya Imanina  
NIM. 140602131

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya  
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam Penyelesaian Studi  
pada Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Muhammad Yasir Yusuf, M.A.  
NIP. 197504052001121003

Jalaluddin, S.T., M.A.  
NIDN. 2030126502

AR - RANIRY  
Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

## LEMBAR PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Ersya Imanina  
NIM. 140602131  
Dengan Judul:

### **Pengaruh Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Minat Konsumen Pada Hotel Grand Aceh Syariah**

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata satu Dalam Bidang Ekonomi  
Syariah

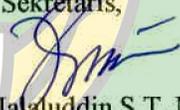
Pada Hari/Tanggal Kamis, 10 Januari 2019 M  
4 Jumadil Awal 1440 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

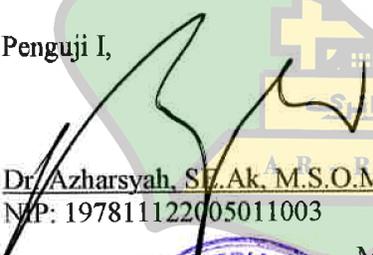
Sekretaris,

  
Dr. Muhammad Yasir Yusuf, M.A.  
NIP: 19750405 200112 1 003

  
Jalaluddin, S.T., M.A.  
NIDN: 2030126502

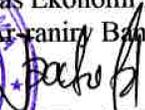
Penguji I,

Penguji II

  
Dr. Azharsyah, SE, Ak, M.S.O.M  
NIP: 197811122005011003

  
Riza Aulia, SEI, M.Sc  
NIP: 198801302018031001

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Uin Ar-raniry Banda Aceh,

  
Dr. Zaki Fuad, M.Ag  
NIP: 196403141992031003





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ersya Imanina  
NIM : 140602131  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
E-mail : imaninaersya@gmail.com

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....

yang berjudul (*tulis judul karya ilmiah yang lengkap*):

**Pengaruh Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Minat Konsumen Pada Hotel Grand Aceh Syariah**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 10 Januari 2019 M

Mengetahui,

Penulis,

Ersya Imanina  
NIM: 140602131

Pembimbing I,

Dr. Muhammad Yasir Yusuf, M.A  
NIP: 197504032001121003

Pembimbing II,

Jalaluddin, S.T., M.A  
NIDN. 2030126502

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberi nikmat, karunia, serta rahmat-Nya kepada seluruh makhluk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, yang berjudul **“PENGARUH PELAYANAN BERBASIS SYARIAH TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA HOTEL SYARIAH”** Shalawat beriring salam semoga senantiasa tecurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga serta para sahabat beliau sekalian.

Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan doa dari semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan, saran dan kritikan yang telah di berikan demi kesempurnaan skripsi ini, kepada:

1. Dr, Hafas Furqani, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh,
2. Dr, Nilam Sari, M.Ag selaku ketua program studi Ekonomi Syariah dan Cut Dian Safitri, SE.,Msi,Ak selaku sekretaris prodi.
3. Hafiz Maulana, SP.,S.HI.,ME selaku ketua lab Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

4. Pembimbing I Dr. Muhammad Yasir Yusuf,M.A dan pembimbing II Jalaluddin,ST.,M.A yang telah bersedia menjadi orang tua kedua, menyediakan waktu untuk berdiskusi dan memberi arahan serta idenya untuk kelancaran penulisan skripsi ini,dari awal penulisan hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Penguji I Dr. Azharsyah, SE.Ak,M.S.O.M dan penguji II Riza Aulia, SEI.,M.Sc yang telah meluangkan waktu untuk menguji sekaligus membimbing untuk kesempurnaan skripsi ini.
6. Khairul Amri,S.E.,M.Si selaku penasihat akademik dan Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Terimakasih yang tidak terhingga penulis utarakan kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta, Bapak Ir.Syamsyul Effendi (Alm) dan Ibu Ir.Erlinda,MT yang telah menjadi orang tua terhebat didunia, serta keluarga yang selalu memberi cinta, motivasi, nasehat, perhatian dan kasih sayang serta doa yang tentu tidak akan bisa terbalaskan dengan apa pun sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
8. Ucapan terima kasih juga kepada sahabat-sahabat terbaik, Win Akbar, Nurfithri Ramadhan, Ultah Siti Khairani, Novia Khairunnisa, Mahdarina, Ahdan Melala, Nurul Hasanah, Febri dan sahabat-sahabat seperjuangan saat di bangku perkuliahan dan semua pihak yang telah membantu dan memberi motivasi

baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

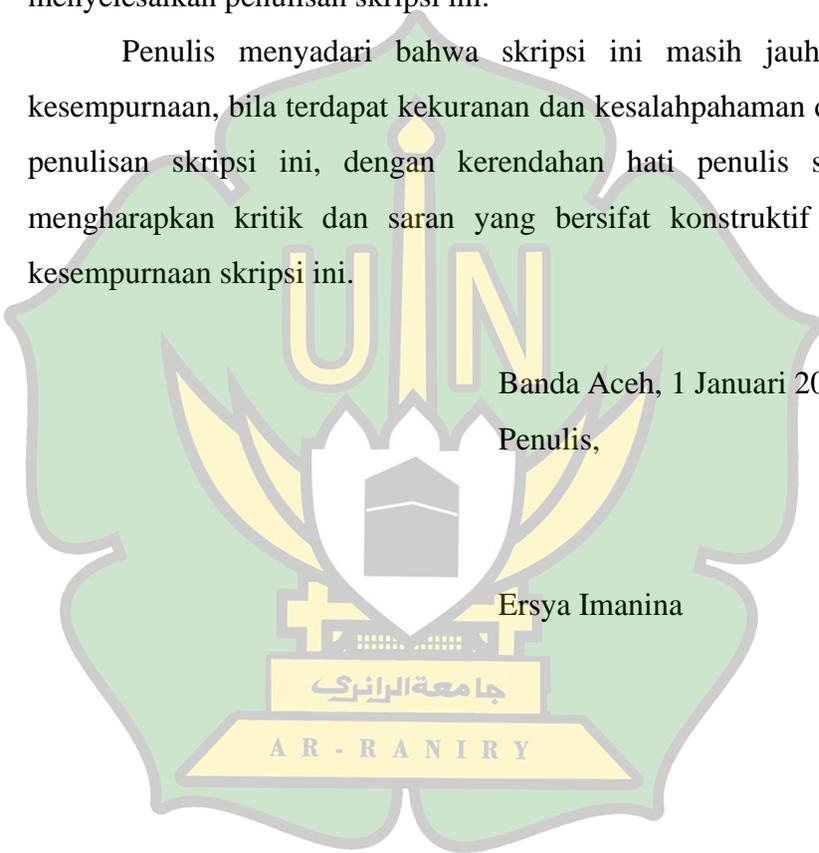
Hanya Allah SWT yang dapat membalas segala bentuk kebaikan dari semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, bila terdapat kekurangan dan kesalahpahaman dalam penulisan skripsi ini, dengan kerendahan hati penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Banda Aceh, 1 Januari 2019

Penulis,

Ersya Imanina



## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Materi P dan K  
Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor:0543b/u/1987

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Š	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ž	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Š	29	ي	Y
15	ض	D			

### 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

#### a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

<b>Tanda</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf Latin</b>
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

<b>Tanda dan Huruf</b>	<b>Nama</b>	<b>Gabungan Huruf</b>
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

*Kaifa* : كَيْفَ

*Haula* : هَوْلٌ

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

<b>Harkat dan Huruf</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf dan Tanda</b>
أَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ā
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Ī
يُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

*qala:* قَالَ  
*rama:* رَمَى  
*qila:* قِيلَ  
*yaqulu:* يَقُولُ

#### 4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

- a. Ta *Marbutah* (ة) hidup  
Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.
- b. Ta *marbutah* (ة) mati  
Ta *marbutah* (ة) yang mati atas mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

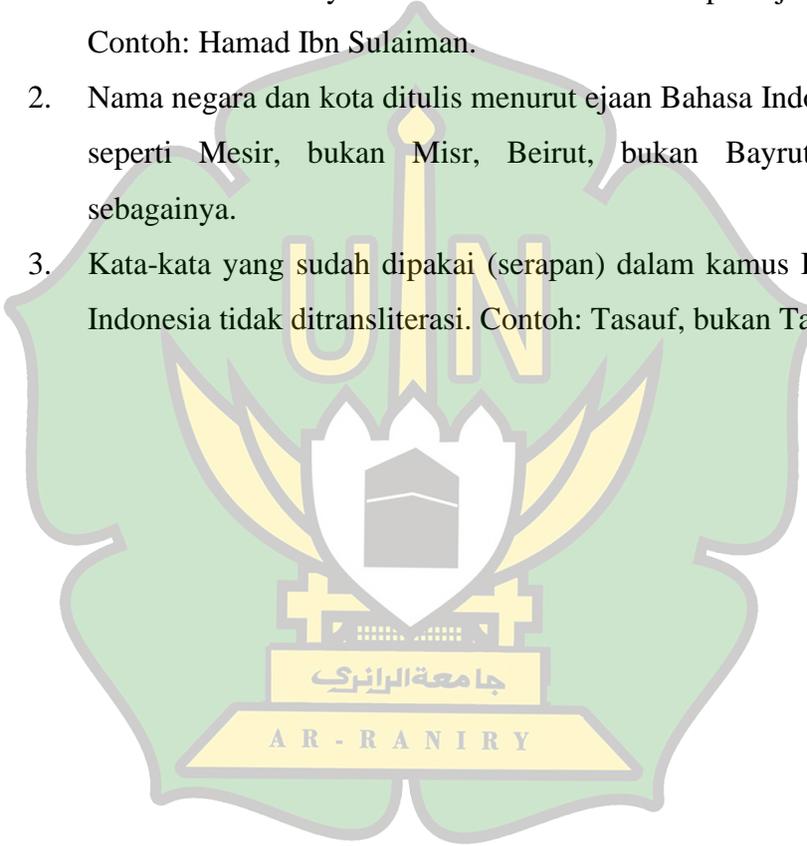
Contoh:

*raudah al-atfal/raudatul atfal* : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ  
*al-madinah al-munawwarah/* : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ  
*al-madinatul munawwarah*  
*talhah* : طَلْحَةَ

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi. Seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf



## ABSTRAK

Nama : Ersya Imanina  
NIM : 140602131  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Minat  
Konsumen Pada Hotel Syariah  
Pembimbing I : Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA.  
Pembimbing II : Jalaluddin, S.T., M.A.

Kota Banda Aceh terdapat Hotel Grand Aceh Syariah yang menerapkan sistem syariah dalam operasionalnya. Tujuan penelitian ini ingin mengetahui apakah secara parsial dan simultan pelayanan dan aturan syariah berpengaruh terhadap minat konsumen. Metodologi yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji t parsial dan uji F secara simultan. Variabel dalam penelitian ini adalah pelayanan ( $X_1$ ), aturan syariah ( $X_2$ ) dan minat ( $Y$ ). Hasil penelitian menunjukkan dimensi pelayanan ( $X_1$ ) nilai t-hitung sebesar 1,676 yang lebih besar dari t-tabel 1,660 dengan nilai probabilitas signifikansi  $0,097 > 0,05$ , sehingga menyatakan dimensi pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan jasa Hotel Grand Aceh Syariah. Dimensi aturan syariah ( $X_2$ ) nilai t-hitung sebesar 3,229 yang lebih besar dari t-tabel 1,660 dengan probabilitas signifikansi  $0,002 < 0,05$ , sehingga menyatakan dimensi aturan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan jasa Hotel Grand Aceh Syariah. Hasil uji F test di atas diperoleh nilai F-hitung sebesar 39,446 yang lebih besar dari F-tabel yaitu 3,09 dan probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga variabel dimensi pelayanan, dan dimensi aturan syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen.

**Kata kunci :** *Pelayanan, Aturan Syariah, Minat Konsumen, Hotel Syariah.*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH....</b>	<b>v</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penelitian .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
2.1 Bisnis Jasa Perhotelan .....	10
2.1.1 Definisi Jasa Perhotelan .....	10
2.1.2 Jasa Perhotelan Berbasis syariah .....	11
2.1.3 Fungsi dan Peran Hotel .....	11
2.2 Pengelolaan Bisnis Perhotelan Berbasis Syariah .....	12
2.3 Pelayanan Berbasis Syariah.....	20
2.3.1 Pelayanan .....	20
2.3.2 Kualitas Pelayanan.....	20
2.3.3 Pelayanan Berbasis Syariah .....	21
2.3.4 Indikator Pelayanan Berbasis Syariah .....	22
2.4 Penerapan Aturan Syariah Dalam Jasa Perhotelan.....	22
2.4.1 Konsep .....	22
2.4.2 Indikator Penerapan aturan Syariah Dalam Jasa Perhotelan .....	25
2.5 Minat Konsumen .....	25

2.5.1 Minat .....	25
2.5.2 Konsumen .....	26
2.6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen.....	27
2.7 Indikator Minat Konsumen.....	28
2.8 Penelitian Sebelumnya .....	29
2.9 Keterkaitan Antar Variabel.....	35
2.9.1 Keterkaitan Antara Pelayanan Berbasis Syariah dengan Minat Konsumen .....	35
2.9.2 Keterkaitan Antara Penerapan Aturan Syariah dengan Minat Konsumen .....	35
2.9.3 Keterkaitan Antara Pelayanan Berbasis Syariah dengan Minat Konsumen .....	36
2.9 Model Penelitian.....	36
2.10 Hipotesis Penelitian .....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
3.1 Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian .....	38
3.1.1 Jenis Penelitian.....	38
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	38
3.2 Sumber Data .....	39
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	39
3.3.1 Wawancara ( <i>Interview</i> ) .....	40
3.3.2 Kuisisioner.....	40
3.3.3 Dokumentasi .....	41
3.4 Populasi dan Sampel .....	41
3.4.1 Populasi dan Sampel Penelitian .....	41
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	42
3.4.3 Variabel Penelitian.....	42
3.4.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	43
3.4.5 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.4.6 Uji validitas dan Reliabilitas .....	46
3.5 Pengujian Hipotesis .....	48
3.5.1 Uji F atau Uji Simultan .....	48
3.5.2 Uji parsial ( <i>t test</i> ) .....	49
3.5.3 Uji Koefisien Determinasi .....	50

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Gambaran Umum .....	51
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Hotel Grand Aceh Syariah .....	51
4.1.2 Karakteristik Responden .....	51
4.2 Fasilitas Hotel Grand Aceh Syariah .....	55
4.3 Hasil Wawancara.....	56
4.3.1 Analisis Pelayanan dan Produk Pada Hotel Grand Aceh Syariah .....	58
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	62
4.4.1 Uji Validitas .....	62
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	64
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
4.4.5 Uji Hipotesis .....	72
4.5 Pembahasan .....	76
4.5.1 Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Konsumen ...	76
4.5.2 Pengaruh Aturan Syariah Terhadap Minat Konsumen .....	77
4.5.3 Pengaruh pelayanan berbasis syariah terhadap minat konsumen .....	78
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>87</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>126</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	33
Tabel 3.1 Skor dan Alternatif Jawaban Kuisisioner.....	41
Tabel 3.2 Variabel penelitian.....	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4.2 Usia Responden.....	52
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 4.4 Jumlah Pendapatan Responden.....	54
Tabel 4.5 Analisis Produk Pada Hotel Grand Aceh Syariah .	58
Tabel 4.6 Analisis Pelayanan Pada Hotel Grand Aceh Syariah.....	59
Tabel 4.7 Analisis operasional Pada Hotel Grand Aceh Syariah.....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Metode Glejser.....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi.....	69
Tabel 4.13 Hasil Regresi Berganda.....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	75

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

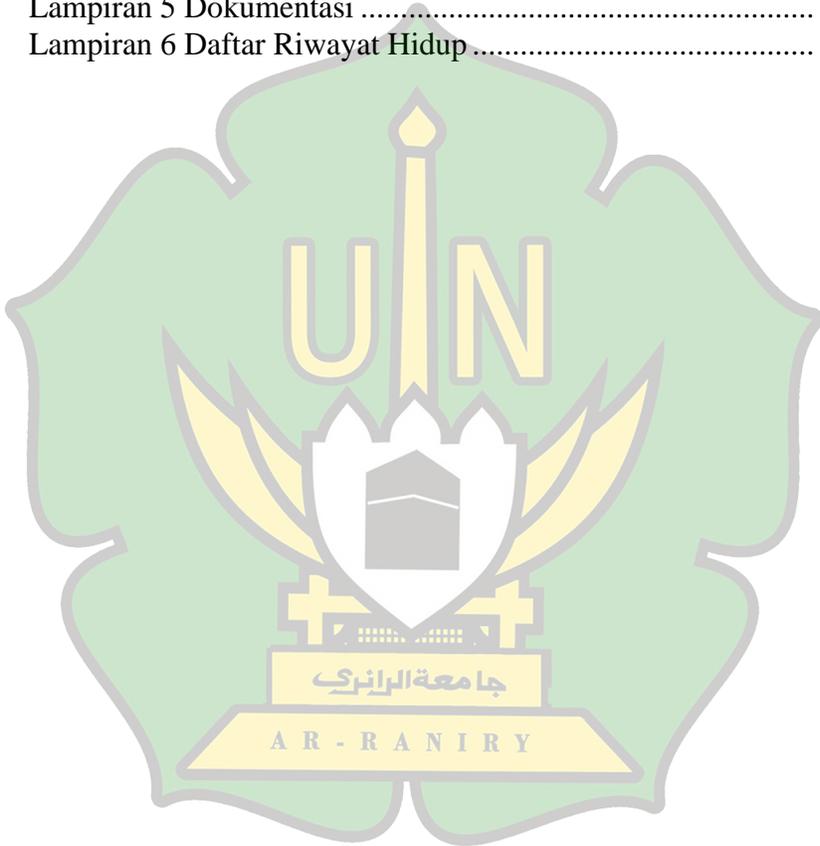
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot.....	66
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot.....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Telah melakukan penelitian .....	87
Lampiran 2 Angket Penelitian.....	88
Lampiran 3 Data Hasil Tabulasi.....	95
Lampiran 4 Hasil SPSS .....	115
Lampiran 5 Dokumentasi .....	124
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup .....	126



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Aceh suatu daerah yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Pada abad ke 15 M, Aceh pernah mendapat gelar yang sangat terhormat dari umat Islam di Nusantara. Negeri ini dijuluki “Serambi Makkah” sebuah gelar yang penuh bernuansa keagamaan, keimanan, dan ketaqwaan. Menurut analisis pakar sejarawan, ada beberapa sebab mengapa Aceh menyandang gelar mulia itu. *Pertama*, Aceh merupakan daerah pertama masuknya Islam di Nusantara, tepatnya di kawasan pantai Timur, Peureulak, dan Pasai. Berawal dari Aceh, Islam berkembang sangat cepat ke seluruh nusantara sampai ke Philipina, mubaligh-mubaligh Aceh meninggalkan kampung halaman untuk menyebarkan agama Allah kepada manusia. Empat orang diantara Wali Songo yang membawa Islam ke Jawa berasal dari Aceh, yakni Maulana Malik Ibrahim, Sunan Ngampel, Syarif Hidayatullah, dan Syeikh Siti Jenar. *Kedua*, daerah Aceh pernah menjadi kiblat ilmu pengetahuan di Nusantara dengan hadirnya Jami’ah Baiturrahman (Universitas Baiturrahman) lengkap dengan berbagai fakultas. Para mahasiswa yang menuntut ilmu di Aceh datang dari berbagai penjuru dunia, dari Turki, Palestina, India, Bangladesh, Pattani, Mindanau, Malaya, Brunei Darussalam, dan Makassar (Aligeno.2016: 126).

Penerapan syariah Islam makin diperkuat dengan dijulukinya Kota Banda Aceh sebagai Kota Madani yaitu

menerapkan hukum syariah Islam secara *kaffah* (menyeluruh). Seiring dengan semakin berkembangnya ekonomi syariah di Indonesia khususnya daerah Aceh, saat ini banyak lembaga yang menerapkan aturan syariah dalam menjalankan usahanya seperti perbankan syariah, asuransi syariah, reksadana syariah, pasar modal syariah hingga sektor bisnis di bidang perhotelan. Sehingga, tidak sedikit hotel yang mulai menerapkan aturan syariah dalam menjalankan kegiatan operasional bisnisnya.

Menurut Johan Arifin dalam bukunya Fiqih Perlindungan Konsumen, Hotel merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa khususnya akomodasi, segmen pasarnya adalah tamu yang datang untuk tujuan istirahat atau urusan bisnis. Oleh karena itu, tempat yang bersih, nyaman, dan aman adalah menjadi hal yang dibutuhkan oleh konsumen. Ini merupakan kewajiban pihak hotel untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap konsumennya. Setiap konsumen pastinya menginginkan yang terbaik dalam setiap jasa yang ia beli karena itu adalah menjadi haknya. Setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, informasi yang benar, jujur dan perlakuan atau pelayanan secara benar atas apa yang ia beli (Arifin .2007: 133).

Dalil yang menjelaskan tentang diperbolehkannya bisnis perhotelan adalah firman Allah SWT, yakni dalam surat An-Nur (24) ayat 29 (Ririn Tri Ratnasari.2015:2):

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ مَسْكُونَةٍ فِيهَا مَتَاعٌ لَكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا تَكْتُمُونَ  
( ٢٩ )

Artinya : *“Tidak ada dosa atasmu memasuki rumah yang tidak dihuni, yang di dalamnya ada kepentingan kamu, dan Allah mengetahui apa yang kamu nyatakan dan apa yang kamu sembunyikan”* (Q.S : An-Nur [24] : 29).

Dalam al-qur’an surah Al Jatsiyah: 18 juga menjelaskan:

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ (١٨)

Artinya : *“kemudian kami jadikan kamu berada diatas suatu syariat (peraturan) dari urusan agama itu maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui”* (Q.S Al-Jatsiyah [36] : 18).

Sesuai dengan Qanun No. 6 tahun 2014 tentang Hukum Jinayat, Qanun No. 13 tahun 2013 tentang *Maisir* dan Qanun No. 12 tahun 2003 tentang Minuman Khamar dan Sejenisnya. Qanun-qanun tersebut diterapkan di Kota Banda Aceh dalam berbagai aspek kehidupan diantaranya dalam hukum administrasi (tata negara), ekonomi, sosial budaya dan pariwisata sebagai salah satu landasan penegakan syariat Islam menuju Kota Madani, kota Madani adalah suatu julukan yang menggambarkan sebuah kota yang masyarakatnya memiliki adab dalam membangun dan memaknai kehidupan dengan mengedepankan nilai-nilai keislaman.

Walikota Banda Aceh Illiza Sa'aduddin Djamal (2012 - 2017) mengatakan bahwa penerapan hukum syariah dari sektor pariwisata adalah bagaimana antara laki-laki dan perempuan yang bukan muhrim tidak boleh berada di dalam satu kamar hotel atau penginapan. Selain itu, Illiza menekankan bahwa setiap hotel

dilarang menyediakan minuman keras ataupun tempat-tempat berbau maksiat sehingga terdapat kewajiban yang harus dipenuhi oleh pemilik hotel di Aceh, Seperti menyediakan tempat beribadah, diwajibkan mendirikan mushalla di setiap hotel. Sebelum membangun hotel harus membuat izin dan mempelajari hukum syariah yang berlaku di Aceh. Proses perizinan untuk membangun hotel di kota banda aceh sudah cukup baik dan cepat (Helmi.2014: 1).

Namun seiring berlakunya qanun-qanun tersebut di Aceh khususnya di kota Banda Aceh, masih terdapat isu-isu yang beredar mengenai beberapa hotel di Kota Banda Aceh seperti di selenggarakannya kontes waria, terdapat pasangan non muhrim serta pelanggaran syari'at lainnya. Sehingga dengan munculnya Hotel yang berbasis Syariah dapat mengurangi terjadinya pelanggaran yang bertentangan dengan syariah Islam di Aceh khususnya Kota Banda Aceh.

Di Banda Aceh terdapat Hotel Grand Aceh Syariah yang terletak di Jl. Mohd Taher, No.22, Lamdom, Kota Banda Aceh, Aceh. Hotel Grand Aceh Syariah ini memiliki keunikan yang membedakan Hotel Grand Aceh Syariah dengan hotel lain adalah pelayanan dan fasilitas yang diberikan mencerminkan nilai islami dan bernuansa religi, sebagai contoh sederhana setiap konsumen yang datang berpasangan akan dilakukan seleksi yang selektif. Selain itu semua karyawan hotel mengenakan busana yang menutup aurat, hotel juga hanya menyediakan makanan dan

minuman yang halal serta ketersediaan sarana ibadah yang memadai.

Dengan nuansa religi dan nilai islami tersebut, Hotel Grand Aceh Syariah diharapkan tetap dapat memberikan kenyamanan dan pelayanan yang maksimal bagi para konsumennya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh seorang pakar pemasaran Fandy Tjiptono dalam bukunya “Total Quality Service”, bahwa setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada untuk memenangkan persaingan (Tjiptono .1997: 121).

Dari uraian beberapa kutipan di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa hotel syariah merupakan suatu bisnis Islam yang menyediakan jasa kepada konsumen dengan berdasarkan aturan syariah. Sehingga dengan menggunakan kata syariah pada penamaan hotel dapat mencegah terjadinya hal-hal yang dilarang dalam agama Islam seperti perzinaan, prostitusi, perjudian, penjualan minuman keras, tidak hanya dari segi itu saja namun juga harus memperhatikan dari segi manajemen keuangan, SDM mulai dari perekrutan, tata cara berbusana, dan juga cara melayani tamu dengan tutur kata yang baik dan ramah sehingga para tamu merasa

nyaman dan kata-kata syariah dalam penamaan hotel tidak hanya sekedar kata namun di praktekkan dalam bisnis perhotelan syariah itu sendiri sehingga dapat menimbulkan minat yang tinggi terhadap konsumen untuk menggunakan jasa hotel syariah. Minat merupakan keinginan seseorang untuk menggunakan suatu barang dan jasa.

Mengingat keunikan Hotel Grand Aceh Syariah yang berani memosisikan diri sebagai penyedia jasa akomodasi yang berdasar pada aturan syariah dan juga begitu pentingnya variabel-variabel yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk memakai jasa akomodasi (penginapan) khususnya hotel syariah, dengan menilai segala sesuatunya dari sudut pandang atau penilaian konsumen, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang variabel-variabel yang dapat mempengaruhi minat konsumen dengan mengambil judul “*Pengaruh Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Minat Konsumen pada Hotel Syariah (Studi Kasus pada Hotel Grand Aceh Syariah kota Banda Aceh)*”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan oleh penulis, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah pelayanan mempengaruhi minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah
2. Apakah aturan syariah mempengaruhi minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah

3. Apakah pelayanan berbasis syariah mempengaruhi minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk melihat pengaruh pelayanan terhadap minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah.
2. Untuk melihat pengaruh aturan syariah terhadap minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah.
3. Untuk melihat pengaruh pelayanan berbasis syariah terhadap minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Praktisi
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap konsumen, guna mewujudkan perusahaan bidang perhotelan agar lebih syariah.
2. Bagi akademis
  - a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Minat Konsumen pada Hotel Syariah

- b. Menambah wawasan dan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan topik ini.

## **1.5 Sistematika Penelitian**

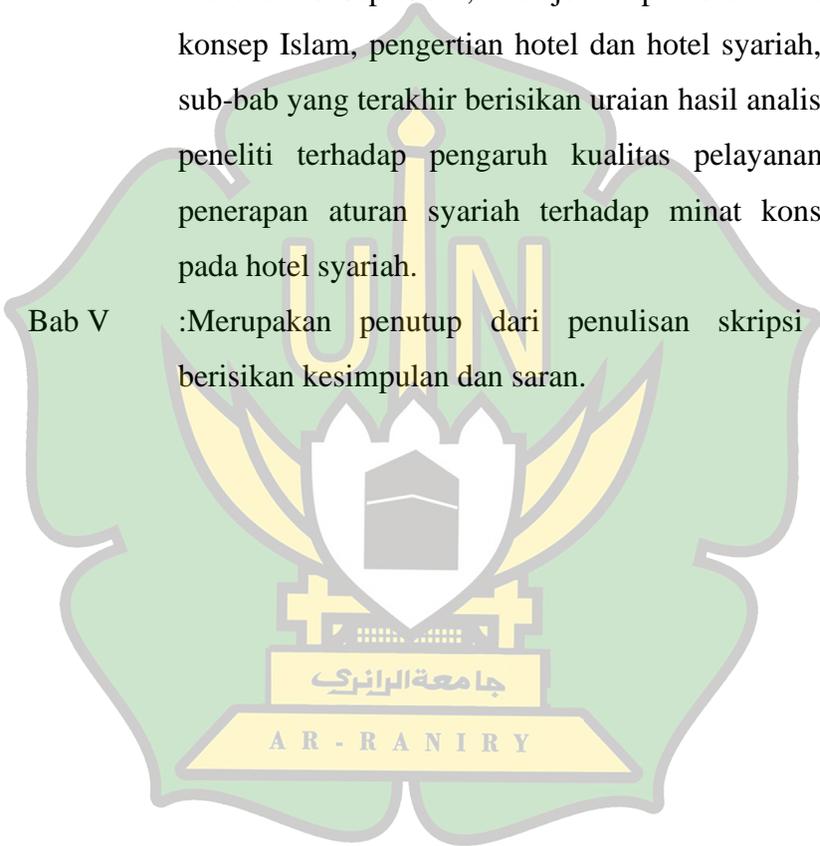
Penulisan skripsi ini disusun dengan sistematika pembahasan yang dibuat untuk memberikan gambaran mengenai pembahasan dalam skripsi yang akan dijelaskan dalam lima bab, yang setiap bab nya terdiri dari sub-bab sebagai pelengkap dari setiap pembahasan dalam setiap bab tersebut. Secara garis besar sistematika pembahasan skripsi untuk setiap bab dapat digambarkan sebagai berikut:

- Bab I :Merupakan bab pendahuluan, dalam bab ini akan diuraikan penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terkait serta sistematika pembahasan
- Bab II :Merupakan bab landasan teoritis. Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini teori yang akan di bahas mengenai definisi landasan hukum perhotelan, hukum syariah di Aceh dan juga manajemen perhotelan yang berlandaskan syariah.
- Bab III :Merupakan bab metode penelitian pada bab ini merupakan bagian yang berisi tentang metode penelitian yang digunakan, populasi dan sampel penelitian, serta data dan sumber data, teknik perolehan

serta pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian

Bab IV :Merupakan hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini akan di bahas tentang pelayanan terhadap konsumen menurut konsep Islam, manajemen perhotelan menurut konsep Islam, pengertian hotel dan hotel syariah, serta sub-bab yang terakhir berisikan uraian hasil analisa dari peneliti terhadap pengaruh kualitas pelayanan dan penerapan aturan syariah terhadap minat konsumen pada hotel syariah.

Bab V :Merupakan penutup dari penulisan skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Bisnis Jasa Perhotelan**

##### **2.1.1 Definisi Jasa Perhotelan**

Definisi Hotel Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2015) adalah “bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap. Hotel merupakan tempat makan, minum, beristirahat bagi orang-orang yang sedang atau selesai dalam perjalanan”. Hotel juga merupakan bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan dan minum (Sulastiyono, 2011:5).

Hotel merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa khususnya akomodasi, segmen pasarnya adalah tamu yang datang untuk tujuan istirahat atau urusan bisnis. Oleh karena itu, tempat yang bersih, nyaman, dan aman adalah menjadi hal yang dibutuhkan oleh konsumen, menjadi hal wajib bagi pihak hotel untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap konsumennya. Karena setiap konsumen pastinya menginginkan yang terbaik dalam setiap jasa yang ia beli. Dalam dunia bisnis, suatu manajemen perusahaan adalah menjadi salah satu yang diutamakan, karena hal itulah yang akan menentukan berhasil atau gagal nya suatu usaha perhotelan (Andrias,2012: 2).

## **2.1.2 Jasa Perhotelan Berbasis syariah**

Hotel syariah adalah salah satu model hotel yang menawarkan fasilitas yang sesuai dengan nilai Islam, sehingga mampu meminimalisir adanya praktek perzinahan, minuman keras, pshycotropika, dan perjudian. Apabila hotel tegas dalam memberlakukan syarat-syarat tamu pengunjung, maka masyarakat juga akan berpikir ulang untuk melakukan yang melanggar pidana (Sabri,2010: 118).

## **2.1.3 Fungsi dan Peran Hotel**

Fungsi dan Peran Hotel Menurut (Shite,2000:62), orang-orang yang melakukan perjalanan tidak hanya sekedar untuk menginap atau beristirahat, namun untuk tujuan konferensi, seminar, rapat pertemuan, pesta perkawinan, pesta ulang tahun, pameran, dan berbagai kegiatan lainnya yang membutuhkan penyediaan fasilitas yang lengkap serta pelayanan yang dapat memuaskan tamu-tamunya. Dengan demikian, hotel sebagai suatu akomodasi komersial berfungsi tidak hanya sebagai tempat istirahat namun juga sebagai bentuk fasilitas pelayanan publik. Menurut Arief (Arief,2005:76-78), dalam menunjang pembangunan suatu negara, usaha perhotelan dapat berperan aktif dalam berbagai hal, antara lain:

- 1) Meningkatkan peranan industri rakyat.
- 2) Menciptakan lapangan kerja baru.
- 3) Membantu pemerintah dan pihak swasta dalam usaha pendidikan dan pelatihan.

- 4) Meningkatkan pendapatan daerah/negara melalui sektor pajak.
- 5) Meningkatkan devisa/pendapatan negara
- 6) Meningkatkan hubungan antar bangsa di dunia

## **2.2 Pengelolaan Bisnis Perhotelan Berbasis Syariah**

Dalam manajemen beberapa prinsip yang harus diperhatikan oleh pengelola lembaga keuangan syariah adalah (Ismanto,2009: 24-25):

- a. Setiap perdagangan harus didasari sikap saling ridha diantara dua pihak, sehingga para pihak tidak merasa dirugikan atau dizalimi. Dengan ini, maka pihak pengelola memberikan kebebasan pada konsumen untuk memilih apa yang diinginkan.
- b. Penegakan prinsip keadilan. Adil diartikan bahwa apa yang diberikan oleh pihak pengelola harus sesuai dengan apa yang dibayarkan. Artinya, semua hak konsumen terpenuhi.
- c. Prinsip larangan riba.
- d. Kasih sayang, tolong menolong dan persaudaraan universal. Ini diartikan dengan kesediaan membantu dan melayani pada semua konsumen, artinya tidak ada diskriminasi, antara kulit hitam dan putih, antara yang beragama Islam dan non Islam atau lainnya.
- e. Tidak melakukan usaha yang merusak mental misalnya narkoba dan pornografi. Pihak pengelola tidak menyediakan

produk/jasa dan fasilitas yang mendatangkan madharat tetapi harus yang bermanfaat bagi konsumen.

- f. Perdagangan tidak boleh melalaikan diri dari ibadah (shalat dan zakat) dan mengingat Allah. Kewajiban shalat dan zakat tidak boleh dilupakan, baik pengelola maupun konsumen.
- g. Hendaklah dilakukan pencatatan yang baik. Semua transaksi hendaknya dicatat dengan baik, agar bisa dipertanggung jawabkan nantinya.

Berdasarkan nilai-nilai keislaman, lalu dilakukan pendalaman terhadap operasional hotel dan dibuatlah standar atau kriteria Hotel Syariah sebagai berikut ( Rezeki,2011: 72):

1. Fasilitas: Semua fasilitas merupakan fasilitas yang dapat memberi manfaat bagi tamu. Fasilitas-fasilitas yang mengakibatkan kerusakan, kemungkar, perpecahan, membangkitkan hawa nafsu, eksploitasi wanita, dan lain yang sejenis ditiadakan. Penggunaan fasilitas yang disediakan juga disesuaikan dengan tujuan diadakannya sehingga tidak terjadi penyalahgunaan fasilitas.
2. Tamu yang *check in*: Tamu yang *check in* khususnya bagi pasangan lawan jenis dilakukan *reception policy* (seleksi tamu). Seleksi dilakukan untuk mengetahui apakah pasangan merupakan suami istri atau keluarga. Seleksi tersebut didasarkan pada dua hal yakni: Gelagat (pasangan tersebut lebih canggung atau terlihat mesra, mengucapkan kata-kata sayang pada pasangannya, berjauhan pada saat

mendatangi counter front office) dan Penampilan (pasangan wanita berpenampilan seksi, pasangan wanita mengenakan seragam sekolah dan masih belia, tidak membawa perlengkapan menginap (koper) serta perbedaan usia cukup mencolok.

3. Pemasaran: Terbuka bagi siapa saja baik pribadi maupun kelompok, formal maupun informal, dengan berbagai macam suku, agama, ras dan golongan. Asalkan aktifitas tamu tersebut tidak dilarang oleh negara dan tidak merupakan penganjur kerusakan, kemungkar, permusuhan dan lain sejenisnya.
4. Makanan dan Minuman: Makanan dan minuman yang disediakan adalah makanan dan minuman yang dijamin kehalalannya baik bahan-bahan maupun proses pembuatannya, serta baik bagi kesehatan tubuh yang memakannya.
5. Dekorasi dan ornamen: Dekorasi dan ornamen disesuaikan dengan nilai-nilai keindahan dalam Islam serta tidak bertentangan dengan syariah. Ornamen patung ditiadakan dan lukisan mahluk hidup dihindari. Dekorasi tidak harus dalam bentuk kaligrafi.
6. Operasional :
  - a. Kebijakan: meliputi kebijakan manajemen, peraturan-peraturan yang dibuat, kerjasama dengan pihak luar,

investasi dan pengembangan usaha dilakukan sesuai dengan prinsip syariah Islam.

b. Pengelolaan SDM: meliputi penerimaan dan perekrutan SDM, tidak membedakan suku, agama, ras dan golongan selama memenuhi standar kualifikasi yang telah ditentukan. Perusahaan harus jujur kepada karyawan dan memberikan pelatihan-pelatihan yang dibutuhkan karyawan. Pengelolaan SDM mengacu pada peningkatan kualitas yang mengacu pada peningkatan kualitas yang mencakup tiga hal, etika, pengetahuan dan keahlian.

c. Keuangan: Yaitu pengelolaan keuangan menggunakan akuntansi syariah dan menggunakan bank dan asuransi syariah sebagai mitra. Jika perusahaan mempunyai keuntungan yang mencukupi nilai wajib zakat maka perusahaan berkewajiban mengeluarkan zakat.

7. Struktur : Adanya sebuah lembaga yakni Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas mengawasi jalannya operasional hotel secara syariah dan yang akan memberikan arahan dan menjawab masalah yang muncul di lapangan. Lembaga ini diambil dan disetujui oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) yang menunjuk anggotanya untuk menjadi Dewan Pengawas Syariah.
8. Pelayanan : Pelayanan yang diberikan adalah pelayanan yang sesuai kaidah Islam yang memenuhi aspek keramahan-tamahan, bersahabat, jujur, amanah, suka membantu dan

mengucapkan kata maaf dan terimakasih. Pelayanan yang dilakukan juga harus pada batas-batas yang dibolehkan oleh syariah Islam, misalnya tidak menjurus kepada khalwat.

Hotel syariah tidak hanya membuat nyaman para pengunjung namun juga membuat para tamu juga menikmati aura hotel yang bebas dari aura perzinahan, mabuk-mabukan serta bebas dari najis. Larangan perbuatan zina terdapat pada Q.S.Al-Isra' ayat 32 dan Q.S.Al-Mu'minin ayat 7 (widyarini,2013:4).

Al-Isra' ayat 32

وَلَا تَقْرَبُوا الزَّيْنَىٰ إِنَّهُ كَانَ فَحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا (٣٢)

*Artinya: Dan janganlah kamu mendekati zina; Sesungguhnya zina itu adalah suatu perbuatan yang keji, dan suatu jalan yang buruk. (QS.Al-Israa' [17] :32).*

Al-Mu'minin ayat 7

فَمَنْ أَبْتَغَىٰ وَرَاءَ ذَلِكَ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْعَادُونَ (٧)

*Artinya: Barangsiapa mencari yang di balik itu (Maksudnya: zina, homoseksual, dan sebagainya). Maka mereka Itulah orang-orang yang melampaui batas. (QS. Al Mu'Minun [23] :7)*

Dalil di atas menjelaskan bahwa, ditunjukkan bahwa zina adalah perbuatan yang keji, sehingga hukumnya haram untuk dilakukan. Manajemen hotel, sebagai penyedia jasa penginapan berkewajiban untuk melarang terjadinya zina untuk para tamunya. Untuk menghindari terjadinya zina, maka manajemen harus melakukan antisipasi di penginapannya. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah memberikan persyaratan bagi tamu dengan cara halus (sopan), yaitu meminta para tamu laki-laki yang akan menginap bersama perempuan, sebelum menginap menunjukkan

bukti KTP atau foto copy surat nikah untuk mengetahui hubungan keduanya (muhrim atau bukan). Jika informasi tersebut tidak diperoleh, maka pihak hotel harus bersikap tegas, tidak memperbolehkan tamu tersebut menginap di hotelnya. Hal ini perlu dilakukan guna pembentukan image penerapan syariah secara tegas dan menghilangkan kesan "syariah bukan hanya sekedar nama (stempel)" namun benar-benar diaplikasikan (widyarini,2013: 3-4).

Menurut peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif Republik Indonesia nomor 2 tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah, maka ditetapkan kriteria hotel syariah sebagai berikut :

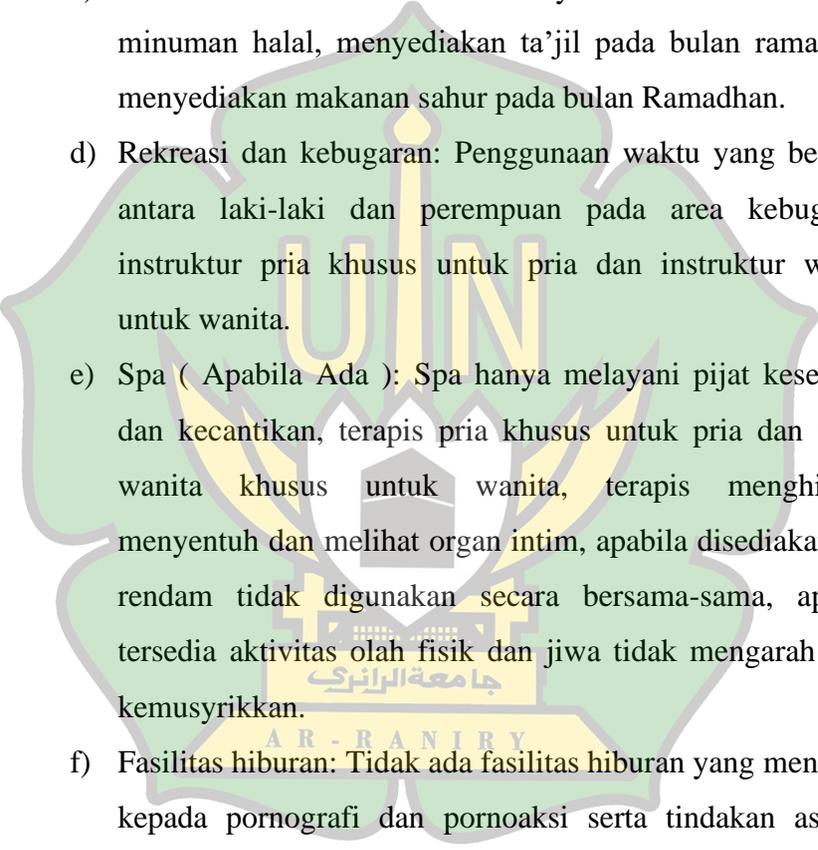
1. Aspek produk
  - a) Toilet umum: Tersedia penyekat antara urinoir satu dengan urinoir lainnya untuk menjaga pandangan, tersedianya peralatan yang praktis untuk bersuci dengan air di urinoir dan kloset.
  - b) Kamar tidur tamu: Tersedianya sajadah, Al-qur'an, tidak tersedia mini bar dan minuman alkohol, dan tidak tersedianya akses pornografi.
  - c) Kamar mandi tamu: Tersedianya peralatan yang praktis untuk bersuci dengan air di urinoir dan kloset, tersedianya peralatan berwudhu yang baik, dan tersedianya kamar mandi yang tertutup.
  - d) Dapur: Tersedianya dapur khusus yang mengolah makanan dan minuman yang halal yang terpisah dari dapur biasa, dan

juga hanya mengolah dan menyediakan makanan dan minuman yang halal.

- e) Ruang karyawan: Tersedianya peralatan bersuci yang baik di kamar mandi karyawan, dan tersedia penyekat antara urinoir satu dengan urinoir lainnya untuk menjaga pandangan.
- f) Ruang ibadah: Ruang ibadah dalam kondisi bersih dan terawat, area laki-laki dan perempuan ada pembatasnya, tersedianya perlengkapan shalat yang baik dan bersih, tersedianya sirkulasi udara yang baik, pencahayaan yang bagus, tersedianya tempat wudhu yang terpisah antara laki-laki dan perempuan yang terawat dan bersih, tersedianya air yang bersih dan saluran pembuangan air wudhu dengan kondisi baik.
- g) Kolam renang: Terdapat kolam renang di dalam ruangan yang tertutup dan terhindar dari pandangan umum.
- h) Spa: Tersedianya ruang terapi yang terpisah antara laki-laki dan perempuan dan tersedia bahan terapi yang berlogo halal.

## 2. Pelayanan

- a) Kantor depan (*front office*): Melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan, memberikan informasi mesjid terdekat dengan hotel, memberitahukan jadwal shalat, memberikan informasi kegiatan islami bila ada, dan memberikan informasi mengenai restoran halal.

- 
- b) Tata graha: Penyediaan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, penyediaan Al-qur'an, menyiapkan area atau ruangan untuk shalat jum'at apabila tidak terdapat mesjid di sekitar hotel.
- c) Makanan dan minuman: Menyediakan makanan dan minuman halal, menyediakan ta'jil pada bulan ramadhan, menyediakan makanan sahur pada bulan Ramadhan.
- d) Rekreasi dan kebugaran: Penggunaan waktu yang berbeda antara laki-laki dan perempuan pada area kebugaran, instruktur pria khusus untuk pria dan instruktur wanita untuk wanita.
- e) Spa ( Apabila Ada ): Spa hanya melayani pijat kesehatan dan kecantikan, terapis pria khusus untuk pria dan terapis wanita khusus untuk wanita, terapis menghindari menyentuh dan melihat organ intim, apabila disediakan bak rendam tidak digunakan secara bersama-sama, apabila tersedia aktivitas olah fisik dan jiwa tidak mengarah pada kemusyrikan.
- f) Fasilitas hiburan: Tidak ada fasilitas hiburan yang mengarah kepada pornografi dan pornoaksi serta tindakan asusila, apabila menggunakan musik hidup atau musik rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika seni dalam islam.

### 3. Pegelolaan

- a) Manajemen usaha: Memiliki dan menerapkan sistem jaminan halal.
- b) Sumber daya manusia: Seluruh karyawan dan karyawan perempuan memakai seragam yang sopan.

## **2.3 Pelayanan Berbasis Syariah**

### **2.3.1 Pelayanan**

Pelayanan adalah sesuatu yang sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen dan dapat menimbulkan minat dalam menggunakan suatu jasa. Pelayanan merupakan aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut (Kotler, 2009: 69).

### **2.3.2 Kualitas Pelayanan**

Menurut Fitzsimmons (1994), Parasuraman, Zeithmal dan Berry (1988) sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Warits menyatakan bahwa, kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk membandingkan persepsi layanan yang diterima pelanggan dengan layanan yang sesungguhnya. Apabila layanan yang diharapkan pelanggan lebih besar dari layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu, sedangkan jika layanan yang diharapkan pelanggan lebih rendah dari layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa layanan bermutu, dan apabila layanan yang

diterima sama dengan layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan (Abdul Warits,2009:25).

Standard umum kepuasan konsumen hotel adalah ketika apa yang mereka dapatkan sesuai dengan yang mereka bayarkan. Yang ramah ketika pertama kali datang, saat pemesanan dan penyelesaian pemakaian kamar, disamping itu, keramahan karyawan bagian restorasi dan house keeping juga menjadi hal yang penting sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen disamping kenyamanan lingkungan hotel. Oleh karenanya, pelayanan yang berkualitas dan memuaskan pelanggan perlu diupayakan secara terus-menerus (Wikianingtyas,2007:50).

### **2.3.3 Pelayanan Berbasis Syariah**

Syariah berasal dari kata *syara'a al syai'a* yang berarti "menerangkan atau menjelaskan sesuatu". Aturan syariah yang dimaksud adalah aturan-aturan yang berdasarkan hukum Islam. Aturan syariah dapat diartikan sebagai perundang-undangan yang diturunkan Allah Swt melalui Rasulullah yang harus dijadikan pedoman umat manusia untuk memberikan kepuasan kepada pengunjungnya. Maksud penulis di sini adalah bentuk perbuatan atau tindakan yang diberikan oleh karyawan Hotel Grand Aceh Syariah (Faroza,2016:8).

Penulis dapat menarik kesimpulan bahwa pelayanan berbasis syariah merupakan usaha untuk melayani setiap konsumen sesuai dengan aturan-aturan dan nilai-nilai keislaman mulai dari cara melayani dengan menggunakan tutur kata yang baik, bersikap

ramah-tamah serta kecepatan pelayanan yang diberikan pihak hotel kepada para konsumen sehingga konsumen merasa istimewa dan nyaman akan akan pelayanan yang di berikan dan akan menimbulkan minat yang tinggi untuk menggunakan fasilitas hotel yang ada pada Hotel Grand Aceh

### **2.3.4 Indikator Pelayanan Berbasis Syariah**

Kejujuran, keramahan, profesionalitas kerja karyawan dalam bidang:

1. Resepsionis
2. Restorasi
3. House Keeping

## **2.4 Penerapan Aturan Syariah Dalam Jasa Perhotelan**

### **2.4.1 Konsep**

Sesuai dengan Qanun No. 6 tahun 2014 tentang Hukum Jinayat, Qanun No. 13 tahun 2013 tentang Maisir dan Qanun No. 12 tahun 2003 tentang Minuman Khamar dan Sejenisnya. Qanun-qanun tersebut diterapkan di Kota Banda Aceh dalam berbagai aspek kehidupan diantaranya dalam hukum administrasi (tata negara), ekonomi, sosial budaya dan pariwisata sebagai salah satu landasan penegakan syariat Islam menuju Kota Madani, kota madani adalah suatu julukan yang menggambarkan sebuah kota yang masyarakatnya memiliki adab dalam membangun dan memaknai kehidupan dengan mengedepankan nilai-nilai keislaman.

Harta yang halal dan barakah niscaya akan menjadi harapan bagi pelaku bisnis muslim. Karena dengan kehalalan dan keberkahan itulah yang akan mengantar manusia ke gerbang kebahagiaan dan kesejahteraan di dunia dan di akhirat. Akan tetapi untuk mendapatkan keberkahan dalam berbisnis tersebut seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam, antara lain: (Ulfa,2012:8-9)

1. Prinsip kesatuan landasan utama yang ada dalam syariah. Dimana setiap aktifitas manusia harus didasarkan pada nilai-nilai tauhid. Artinya dalam setiap aktifitas bisnisnya harus dilandasi dengan nilai-nilai ibadah.
2. Prinsip kebolehan konsep halal dan haram tidak saja pada barang yang dihasilkan dari sebuah hasil usaha, tetapi juga proses mendapatkannya, artinya barang yang diperoleh harus dilakukan dengan cara -cara yang dibenarkan oleh syariah Islam.
3. Prinsip keadilan merupakan nilai dasar, etika aksiomatik dan prinsip bisnis yang bermuara pada satu tujuan, yaitu menghindari kedzaliman dengan tidak memakan harta sesama dengan cara batil. Sebab pada dasarnya hukum asal dalam melakukan perjanjian adalah keadilan jangan sampai transaksi syariah memuat sesuatu yang diharamkan hukum, seperti riba, gharar, judi, dll.
4. Prinsip kehendak bebas kebebasan dalam islam adalah kebebasan yang terbatas, terkendali dan terikat dengan

keadilan yang diwajibkan Allah. Hal ini disebabkan manusia dalam bermuamalah selalu memiliki tabiat yang buruk dan kontradiktif dengan ketentuan yang dibuat oleh Allah SWT.

5. Prinsip pertanggung jawaban Islam mengajarkan bahwa semua perbuatan manusia akan dimintai pertanggung jawabannya diakhirat untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya, termasuk dalam hal ini adalah kegiatan bisnis.
6. Prinsip Kebenaran, Kebajikan Dan Kejujuran Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan aturan Islam. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar, yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari/memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih/menetapkan margin keuntungan (laba).
7. Prinsip kemanfaatan, penerapan prinsip kemanfaatan dalam kegiatan bisnis sangat berkaitan dengan objek transaksi bisnis. Objek tersebut tidak hanya berlabel halal tapi juga memberikan manfaat bagi konsumen. Hal ini berkaitan dengan penggunaan objek setelah adanya transaksi. Objek yang memenuhi kriteria halal apabila digunakan untuk hal-hal yang dapat menimbulkan kerusakan, maka hal inipun dilarang.

#### 2.4.2 Indikator Penerapan aturan Syariah Dalam Jasa Perhotelan

- 1) Menyediakan fasilitas ibadah
- 2) Peniadaan fasilitas-fasilitas (diskotik, porstitusi, penjualan minuman beralkohol dan perjudian)
- 3) Larangan satu kamar bagi non muhrim
- 4) Kewajiban bagi karyawan memakai busana muslim

### 2.5 Minat Konsumen

#### 2.5.1 Minat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu (KBBI,2002). Maksud penulis di sini adalah hal-hal yang membuat tertarik atau ketertarikan pengunjung Hotel Grand Aceh Syariah untuk datang atau mengunjungi ke hotel syariah ini. Sedangkan menurut kamus filsafat minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) (sudarsono,1993:156):

1. Keinginan dan perhatian yang mengandung unsur-unsur suatu dorongan untuk berbuat sesuatu (belajar).
2. Suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka dan rasa takut, kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Menurut JP. Chaplin, sebagaimana yang dikutip oleh Dyah Widyarini Interest atau minat adalah: (Widyarini,2009: 3).

- 1) Suatu sikap yang berlangsung terus menerus yang menimbulkan perhatian seorang sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek minatnya.
- 2) Perasaan yang menyatakan bahwa suatu aktivitas, pekerjaan atau objek itu berharga atau berarti bagi individu.
- 3) Suatu keadaan motivasi atau suatu set motivasi yang menuntun tingkah laku menuju suatu arah (sasaran) tertentu.

Ada beberapa sikap dalam memutuskan melakukan konsumsi Menurut Crow dan Crow yang di kutip oleh Widyarini menyatakan bahwa sikap seseorang dalam memutuskan melakukan konsumsi dipengaruhi oleh tiga komponen, yaitu (Widyarini,2009: 12):

1. **Cognitif Component:** Kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang objek.
2. **Affective Component:** Emosional yang merefleksikan perasaan seseorang terhadap suatu objek, apakah objek itu diinginkan atau disukai.
3. **Behavioral Component:** Merefleksikan kecenderungan dan perilaku aktual terhadap suatu objek, yang mana komponen ini menunjukkan kecenderungan melakukan suatu tindakan.

### **2.5.2 Konsumen**

Pengunjung (konsumen) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang datang ke Hotel Grand Aceh Syariah di

Banda Aceh baik yang menginap maupun yang tidak. Jadi penulis dapat menyimpulkan bahwa minat konsumen merupakan keinginan pengguna jasa perhotelan untuk menggunakan jasa pelayanan hotel pada Hotel Grand Aceh Syariah di Banda Aceh.

## 2.6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Minat pada hakikatnya merupakan sebab akibat dari pengalaman. “Minat berkembang sebagai hasil dari pada suatu kegiatan dan akan menjadi sebab akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama”. Menurut Crow ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut (Crow,1973:22):

- 1) *The Factor Inner Urge* : Rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat. Misalnya kecenderungan terhadap belajar, dalam hal ini seseorang mempunyai hasrat ingin tahu terhadap ilmu pengetahuan.
- 2) *The Factor Of Social Motive* : Minat seseorang terhadap obyek atau sesuatu hal. Disamping itu juga dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia dan oleh motif sosial, misal seseorang berminat pada prestasi tinggi agar dapat status sosial yang tinggi pula.
- 3) *Emosional Factor* : Faktor perasaan dan emosi ini mempunyai pengaruh terhadap obyek misalnya perjalanan

sukses yang dipakai individu dalam suatu kegiatan tertentu dapat pula membangkitkan perasaan senang dan dapat menambah semangat atau kuatnya minat dalam kegiatan tersebut. Sebaliknya kegagalan yang dialami akan menyebabkan minat seseorang berkembang.

## **2.7 Indikator Minat Konsumen**

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut.
- 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat membeli, karena minat membeli merupakan salah satu tahap yang pada subyek sebelum mengambil keputusan untuk membeli.

## 2.8 Penelitian Sebelumnya

Penelitian tentang perhotelan dalam beberapa tahun terakhir telah menjadi pembicaraan yang cukup hangat dan masih tergolong baru terutama di daerah Aceh. Walaupun penelitian mengenai perhotelan masih tergolong baru, namun telah banyak peneliti-peneliti terdahulu yang telah meneliti, membahas, dan menganalisis mengenai kualitas pelayanan dan penerapan aturan syariah terhadap minat konsumen hotel syariah. Penelitian-penelitian tersebut antara lain, sebagai berikut:

Penelitian Pertama berjudul, *“Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya”*, karya Fitria Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari (2015). Penelitian ini berisi tentang Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa:

4. Kualitas jasa perspektif Islam berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5. Kualitas jasa perspektif Islam tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan
6. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
7. Kualitas jasa perspektif Islam tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian kedua berjudul, *“Sistem Pelayanan Hotel yang Berbasis Syariah Ditinjau Menurut Ekonomi Islam (studi kasus*

*Hotel Aziza Pekanbaru)*”, karya M.maulana (2013). Penelitian ini berisi tentang sistem pelayanan hotel yang berbasis syariah ditinjau menurut ekonomi islam. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa:

1. Pelayanan yang dilakukan oleh pihak Hotel Aziza Pekanbaru yang berbasis syariah, dalam hal ini Hotel Aziza Pekanbaru sudah memberikan dan meningkatkan mutu pelayanan yang terbaik kepada setiap pengunjung atau tamu hotel agar tercipta kepuasan pelanggan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yang bagus dan berkualitas.
2. Pihak Hotel Aziza Pekanbaru melakukan penyeleksian calon tamu hotel yang akan menginap dan memakai fasilitas hotel dengan ketat, terutama kepada tamu yang berpasangan, pihak Hotel Aziza Pekanbaru sangat menjaga agar tidak terjadi perzinaan di dalam hotel atau selama memakai fasilitas hotel.
3. Pihak Hotel Aziza Pekanbaru menyediakan makanan yang halal dan tidak mengandung bahan atau zat yang diharamkan, minuman yang halal dan tidak mengandung alkohol dan tidak memabukkan.
4. Dari segi pelayanan yang dilakukan oleh pihak Hotel Aziza Pekanbaru yang berbasis syariah sudah sesuai dengan syariah Islam karena dalam pelayanan yang diberikan Hotel Aziza Pekanbaru memakai prinsip musawah yaitu dengan tidak membeda-bedakan tamu hotel untuk memberikan

pelayanan, ukhuwah yaitu pihak hotel menganggap dan melayani semua tamu yang berkunjung seperti saudara sendiri, muhabbah yaitu pihak hotel dalam memberikan pelayanan kepada tamu penuh dengan rasa kasih sayang, dan ta'awun yaitu dengan memberikan pelayanan semaksimal mungkin sebagai bentuk bantuan kepada tamu hotel yang sedang membutuhkan.

5. Dari segi fasilitas yang disediakan Pihak hotel Aziza Pekanbaru masih ada yang belum memenuhi standar prinsip Hotel Syariah, seperti kumandang azan di setiap waktu sholat, dan mengadakan kajian rutin untuk karyawan belum diterapkan sepenuhnya oleh pihak Hotel Aziza Pekanbaru.

Penelitian ketiga berjudul, “pengaruh kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip Syariah terhadap minat konsumen hotel syariah (Studi Kasus pada Hotel Graha Agung Semarang) oleh Abdul Warits (2009). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk memakai hotel syariah (Graha Agung Hotel Semarang). Semakin baik pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah yang diberikan maka semakin tinggi pula minat konsumen untuk memakai hotel syariah sebagai jasa akomodasi.
2. Penerapan prinsip-prinsip syariah secara signifikan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk memakai

hotel syariah (Hotel Graha Agung Semarang). Semakin baik penerapan prinsip-prinsip syariah maka semakin tinggi pula minat konsumen untuk memakai hotel syariah sebagai jasa akomodasi

3. Secara simultan variabel kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen untuk memakai jasa hotel syariah (Hotel Graha Agung Semarang). Jika variabel kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah ditingkatkan sebesar satu point maka akan diikuti dengan meningkatnya minat konsumen untuk memakai hotel syariah (Hotel Graha Agung Semarang).

Berdasarkan beberapa penelitian dan kajian terdahulu diatas, maka dari penelitian mengenai “pengaruh kualitas pelayanan berbasis syariah terhadap minat konsumen pada hotel syariah” yang telah peneliti amati belum ada yang meneliti dan membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan berbasis syariah terhadap minat konsumen pada hotel syariah yang terdapat di Kota Banda Aceh.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Sebelumnya**

No	Judul Penelitian/peneliti/tahun	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya, Fitria Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari (2015).	Kualitas Jasa Perspektif Islam (X), Kepuasan Pelanggan (Z), Loyalitas Pelanggan (Y).	analisis jalur (path analysis).	1. Kualitas jasa perspektif Islam berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 2. Kualitas jasa perspektif Islam tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan Kualitas jasa perspektif Islam tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan.
2	Sistem Pelayanan Hotel yang Berbasis Syariah Ditinjau Menurut Ekonomi Islam (studi	Pelayanan berbasis syariah (x), dan menurut Ekonomi Islam (y)	analisis induktif, hal yang bersifat	1. Pihak Hotel melakukan penyelesaian

**Tabel 2.1-Lanjutan**

No	Judul Penelitian/peneliti/tahun	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	kasus Hotel Aziza Pekanbaru)”, M.maulana (2013)		umum	calon tamu hotel yang akan menginap 2. Pihak Hotel menyediakan makanan yang halal dan tidak mengandung bahan atau zat yang diharamkan 3. Dari segi fasilitas hotel Aziza Pekanbaru masih ada yang belum memenuhi standar prinsip Hotel Syariah.
3	Pengaruh kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip Syariah terhadap minat konsumen hotel syariah (Studi Kasus pada Hotel Graha Agung Semarang), Abdul Warits, 2009	Kualitas pelayanan sebagai (X1), prinsip syariah sebagai (X2), dan minat konsumen sebagai (Y)	Menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan kusioner	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah, secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen hotel syariah

## **2.9 Keterkaitan Antar Variabel**

### **2.9.1 Keterkaitan Antara Pelayanan Berbasis Syariah dengan Minat Konsumen**

Aturan syariah dapat diartikan sebagai perundang-undangan yang diturunkan Allah Swt melalui Rasulullah yang harus dijadikan pedoman umat manusia untuk memberikan kepuasan kepada pengunjungnya. Maksud penulis di sini adalah bentuk perbuatan atau tindakan yang diberikan oleh karyawan Hotel Grand Aceh Syariah (Faroza,2016:8).

Pelayanan berbasis syariah memiliki keunggulan tersendiri dan memberikan kenyamanan serta pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman sehingga dengan adanya penerapan aturan syariah dalam menjalankan operasional bisnis perhotelan dapat menimbulkan minat yang tinggi terhadap para konsumen.

Maka dari itu hubungan antara pelayanan berbasis syariah dengan minat konsumen sangat berkaitan karena pelayanan yang di berikan sesuai dengan aturan syariah sehingga dapat menimbulkan minat yang tinggi bagi konsumen.

### **2.9.2 Keterkaitan Antara Penerapan Aturan Syariah dengan Minat Konsumen**

Harta yang halal dan barakah niscaya akan menjadi harapan bagi pelaku bisnis muslim. Karena dengan kehalalan dan keberkahan itulah yang akan mengantar manusia ke gerbang kebahagiaan dan kesejahteraan di dunia dan di akhirat.

Maka dari itu penerapan aturan syariah dalam pengelolaan bisnis perhotelan dapat menimbulkan minat yang tinggi bagi konsumen karena konsumen merasa nyaman dan terjamin segala kehalalan dalam memakai jasa perhotelan.

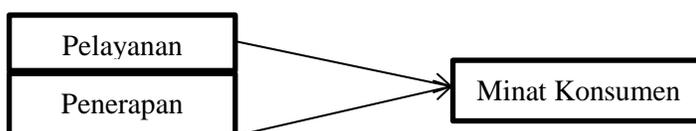
### **2.9.3 Keterkaitan Antara Pelayanan Berbasis Syariah dengan Minat Konsumen**

Pelayanan berbasis syariah adalah sebuah pelayanan yang di berikan oleh pihak hotel kepada konsumennya sesuai dengan nilai-nilai keislaman, karena ketika pelayanan berjalan beriringan dengan aturan syariah maka akan meminimalisirkan terjadi hal-hal yang bertentangan dengan aturan syariah, serta mendapatkan keberkahan dunia dan akhirat dalam menjalankan bisnis perhotelan, sehingga akan menimbulkan minat konsumen dalam menggunakan jasa pada Hotel Grand Aceh Syariah.

## **2.9 Model Penelitian**

Sejalan dengan tujuan penelitian yang telah dibahas selanjutnya akan diuraikan kerangka berfikir mengenai pengaruh pelayanan berbasis syariah terhadap minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah. Kerangka pemikiran teoritik penelitian dijelaskan pada model dibawah ini:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## 2.10 Hipotesis Penelitian

Hipotesa adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dengan melihat penelitian terdahulu oleh Abdul Warits dalam penelitiannya yang berjudul “kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap minat konsumen hotel syariah” (Warits,2009:24). Maka dari model diatas peneliti menarik sebuah hipotesis sebagai berikut:

1. H1 :Pelayanan berpengaruh terhadap minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah.
2. H2 :Aturan syariah berpengaruh terhadap minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah.
3. H3 :Pelayanan berbasis syariah secara simultan berpengaruh terhadap minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian**

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya, maka jenis penelitian ini merupakan penelitian *field research* (penelitian lapangan) dengan menggunakan metode kuantitatif (*Quantitative methode*). Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menitikberatkan pada pengukuran dan analisis hubungan sebab akibat antara bermacam-macam variabel bukan prosesnya. Dalam penelitian ini penelitian kuantitatif digunakan untuk menjabarkan ataupun menjelaskan secara rinci pengaruh pelayanan berbasis syariah terhadap minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah. Penelitian kuantitatif diperoleh dengan melakukan survey dengan cara menyebarkan kuisioner.

##### **3.1.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Hotel Grand Aceh Syariah yang berlatam di Jl. Mohd Taher, No.22, Lamdom, Kota Banda Aceh. Peneliti mengambil lokasi penelitian pada Hotel Grand Aceh Syariah di karenakan hotel ini memiliki keunikan yang membedakannya dengan hotel-hotel lain. Hotel Grand Aceh Syariah adalah penginapan yang bernuansa Islami, hal yang membedakan Hotel Grand Aceh Syariah dengan hotel lain adalah

penggunaan kata syariah dalam penamaan hotel, pelayanan dan fasilitas yang diberikan mencerminkan nilai Islami dan bernuansa religi.

### **3.2 Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (konsumen Hotel Grand Aceh Syariah sebagai objek penelitian). Untuk memperoleh data ini peneliti menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam hal-hal yang ia ketahui (Arikunto,2006:151).

Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan lima alternatif jawaban dalam suatu daftar pertanyaan, responden diminta untuk memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal atau data-data yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

### **3.3.1 Wawancara (*Interview*)**

Wawancara merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara bertanya langsung kepada sumber penelitian (Teguh, 2005). Pada penelitian ini, teknik wawancara yang digunakan adalah dengan cara bertanya langsung kepada konsumen, menejer, dan beberapa karyawan pada Hotel Grand Aceh Syariah.

### **3.3.2 Kuisisioner**

Metode ini digunakan untuk pengambilan data mengenai tentang pengaruh kualitas pelayanan berbasis syariah terhadap minat konsumen dalam memilih hotel syariah sebagai jasa akomodasi. Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Sebelum membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu dibuat kisi-kisi instrumen dengan menjabarkan variabel menjadi sub variabel yang akan diukur, hal ini digunakan sebagai patokan untuk menyusun instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif dengan 5 (lima) alternatif jawaban, dengan jawaban masing-masing berikut:

**Tabel 3.1**  
**Skor dan Alternatif Jawaban Kuisioner**

No.	Makna jawaban	Skala jawaban
1	Sangat Setuju ( SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.3.3 Dokumentasi

Dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen (Usman,Akbar.2009). Dokumen-dokumen tersebut diambil dari konsumen, menejer dan beberapa karyawan pada Hotel Grand Aceh Syariah yang sekiranya dibutuhkan sebagai pelengkap dalam penelitian.

## 3.4 Populasi dan Sampel

### 3.4.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2010:90-91). Dalam penelitian ini sampel yang digunakan yaitu konsumen Hotel Grand Aceh Syariah sebanyak 100 orang yang merupakan konsumen yang menginap ataupun

yang datang untuk kepentingan lainnya pada Hotel Grand Aceh Syariah.

### **3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel**

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sampel acak ( *non probabilitas sampling*) yaitu metode pemilihan sampel di mana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Cara pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. Yang dimaksud dengan *convenience* yakni pemilihan sampel berdasarkan kemudahan data yang dimiliki oleh populasi, peneliti bebas memilih siapa saja anggota populasi yang mempunyai data yang berlimpah dan mudah diperoleh oleh peneliti (Kriyantono, 2006:160).

### **3.4.3 Variabel Penelitian**

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau aspek dari orang maupun obyek yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya, pada penelitian ini variabel pelayanan dan aturan syariah menjadi variabel bebas (independen) sedangkan variabel minat menjadi variabel terikat (dependen) Dalam penelitian ini, operasional variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.2**  
**Variabel penelitian**

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Pelayanan (Variabel Bebas, X1)	Suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima. (Fitzsimmons:1994).	Keramahan, kejujuran dan profesionalitas kerja karyawan bidang: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Resepsionis</li> <li>• Restorasi</li> <li>• House keeping</li> </ul>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert
Penerapan Aturan-aturan Syariah (Variabel Bebas, X2)	Pelaksanaan aturan-aturan syariah dalam operasional sehari-hari pada bisnis perhotelan. (Ruswandi:2008)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasilitas ibadah dan Peniadaan fasilitas-fasilitas (tempat perjudian, diskotik, khamar &amp; porstitusi)</li> <li>• Larangan satu kamar bagi pria dan wanita yang bukan suami istri.</li> <li>• Kewajiban bagi karyawan hotel berbusana yang menutup aurat.</li> </ul>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert
Minat Konsumen (Variabel Terikat, Y)	Perasaan emosional, pengetahuan serta Pengetahuan tentang objek perilaku yang aktual pada objek yang disukai. (Dyah: 2009).	Minat transaksional Minat refrensial, Minat preferensial Minat eksploratif	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert

### 3.4.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis yang dilakukan dalam penelitian data kuantitatif dilakukan dengan Analisis Regresi Berganda. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pola perubahan nilai suatu variabel (variabel dependen) yang disebabkan variabel lain (variabel independen). Analisis regresi berganda menggunakan suatu model

matematis berupa persamaan garis lurus yang mampu mendefinisikan hubungan antar variabel sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan minat konsumen sebagai variabel dependen (terikat) dan aturan syariah sebagai variabel independen (bebas) maka persamaan regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut (Abdul Warits.2009 : 35):

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y	= minat konsumen
a	= konstanta
$\beta_1, \beta_2$	= koefisien variabel X1, X2
X 1	= kualitas pelayanan berbasis syariah
X 2	= penerapan aturan syariah
e	= kesalahan random

### 3.4.5 Uji Asumsi Klasik

Hasil dari regresi berganda akan dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik dan tidak bias bila memenuhi beberapa asumsi yang disebut sebagai asumsi klasik. Agar mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi yang diisyaratkan untuk memenuhi uji asumsi normalitas dan bebas dari multikoleniaritas, heteroskedostisitas, serta autokorelasi (Abdul Warits.2009:33).

#### 1) Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi memenuhi asumsi normalitas. Untuk mengujinya digunakan

normal probability plot yaitu apabila grafik menunjukkan penyebaran data yang berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

## 2) Uji multikolinieritas

Model regresi yang baik adalah model regresi yang variabel-variabel bebasnya tidak memiliki kolerasi yang tinggi atau bebas dari multikolinieritas. Deteksi adanya gejala multikolinieritas dengan menggunakan nilai Variance Infaction Factor (VIF) dan toleransi melalui SPSS. Model regresi yang bebas multikolinieritas nilai VIF dibawah 10 dan nilai toleransi diatas 0,1.

## 3) Uji autokorelasi

Menurut Makridakis (1983) sebagaimana yang dikutip oleh Wahid Sulaiman menyatakan bahwa untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi maka dilakukan pengujian Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a)  $1,65 < DW < 2,35$  Æ tidak ada autokorelasi
- b)  $1,21 < DW < 1,65$  atau  $2,35 < DW < 2,79$  Æ tidak dapat

Disimpulkan:

- c)  $DW < 1,21$  atau  $DW > 2,79$  Æ terjadi autokorelasi

## 4) Uji heteroskedasitas

Uji heteroskedasidas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Kemungkinan adanya gejala heteroskedasitas dapat dilakukan dengan menggunakan diagram

scatterplot, dimana sumbu X adalah residual dan sumbu Y adalah niali Y yang diprediksi. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi hereroskedasitas dalam suatu model regresi.

### 3.4.6 Uji validitas dan Reliabilitas

#### 3.4.6.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid jika dapat mengukur apa yang diinginkan dan mengungkap data variabel yang diteliti secara tepat. Dalam penelitian ini validitas yang digunakan adalah validitas internal, validitas yang dicapai apabila terdapat kesesuaian antara bagian-bagian instrumen secara keseluruhan. Dengan kata lain sebuah instrumen dikatakan memiliki misi instrumen secara keseluruhan yaitu mengungkap data dari variabel yang dimaksud. Dalam pengujian validitas instrumen pada penelitian ini digunakan analisa butir. Cara pengukuran analisa butir tersebut adalah mengkorelasikan skor butir dengan skor total dengan rumus produk moment, yaitu :

$$R_{yx} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X^2)\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y^2)\}}}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi

N = Jumlah subyek atau responden

X = Skor butir

Y = Skor total

Validitas data diukur dengan menggunakan r hitung dengan r table (r product moment). Apabila r hitung > r table, dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid dan apabila sebaliknya maka tidak valid (Ghozali.2006:45).

### 3.4.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen sudah baik. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberi hasil. Pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang terhadap gejala yang sama dengan alat pengukuran yang sama. Uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang dinyatakan valid. Untuk menguji reliabilitas digunakan teknik croanbach alpa > 0,60. Rumus croanbach alpa adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

k = Jumlah kuesioner

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir

$\sigma_1^2$  = Varian total

Untuk mencari varian butir dengan rumus:

$$\sigma^2 = \frac{\sum(x)^2 - \frac{\sum(x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

$\sigma$  = Varian tiap butir

x = Jumlah skor butir

N = Jumlah responden

Untuk menilai reliable tidaknya suatu instrument dilakukan dengan mengkonsultasikan r hitung dengan r tabel. Apabila r hitung > r tabel maka instrumen dinyatakan reliable dan apabila r hitung < r tabel maka instrumen dinyatakan tidak reliable (Misbahuddin,Iqbal Hasan.2013:298-307).

### **3.5 Pengujian Hipotesis**

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji parsial (*t test*)

#### **3.5.1 Uji F atau Uji Simultan**

Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali,2011:85). Penjabaran hipotesis dari uji simultan dapat dijelaskan dibawah ini:

- a.  $H_0 = 0$  , artinya pelayan dan aturan syariah secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap minat konsumen.
- b.  $H_a \neq 0$  , artinya pelayan dan aturan syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat konsumen.

Uji simultan ini dilakukan dengan bantuan program SPSS.20 dan kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat atau tidak adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai F-hitung  $>$  F-tabel dan nilai probabilitas Sig. $<$   $\alpha$  (0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Variabel pelayan dan aturan syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat konsumen.
- b. Jika nilai F-hitung  $<$  F-tabel dan nilai probabilitas Sig. $>$   $\alpha$  (0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Variabel pelayan dan aturan syariah secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap minat konsumen.

### 3.5.2 Uji parsial (*t test*)

Uji parsial digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut (Ghozali,2012:98):

- a. Jika nilai probabilitas signifikan  $>$  0,05, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Jika nilai probabilitas signifikan  $< 0,05$ , maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### 3.5.3 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Koefisien determinasi dapat diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi atau *R Squared* ( $R^2$ ). Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek dominan terhadap variabel terikat (Ghozali,2011:97).

Melalui angka koefisien determinasi, kita dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas di dalam model persamaan regresi dapat menjelaskan variabel terikat dibandingkan dengan variabel lain diluar model. Angka koefisien determinasi adalah diantara 0 (nol) hingga 1 (satu). Semakin mendekati angka 1, maka dapat dikatakan bahwa sebuah variabel bebas semakin besar kemampuannya dalam menjelaskan varians dari variabel terikat. Sebaliknya semakin mendekati angka 0, maka dapat dikatakan bahwa sebuah variabel semakin kecil kemampuannya dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya (Ghozali,2011:97).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Hotel Grand Aceh Syariah**

Hotel Grand Aceh Syariah di dirikan oleh Ir.H. Yusri,S.E. di Kota Banda Aceh yang beralamat di Jl. Mohd Taher No.22, Lamdom, Kota Banda Aceh, Aceh, didirikan pada tahun 2014 pada awalnya bangunan tersebut akan digunakan sebagai rumah sakit namun karena beberapa hal maka pemilik menjadikannya sebuah hotel, hotel tersebut berlandasan syariah karena aceh memiliki peraturan yang menegaskan syariah sehingga hotel Grand Aceh syariah memiliki fasilitas, sistem operasional, produk serta pelayanan yang didasari dengan aturan dan nilai-nilai keislaman.

##### **4.1.2 Karakteristik Responden**

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan data responden yang merupakan sampel dari 100 konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah. Adapun karakteristik yang dijelaskan oleh penulis diantaranya yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan gaji perbulan.

## 1. Jenis Kelamin Responden

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lk	50	50,0	50,0	50,0
	Pr	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan keterangan tabel 4.1 sesuai dengan sampel yang diperoleh, diketahui jenis kelamin responden konsumen Hotel Grand Aceh Syariah seimbang, yaitu, laki-laki sebanyak 50 orang dengan persentase 50%, dan perempuan sebanyak 50 orang dengan persentase 50%.

## 2. Usia Responden

**Tabel 4.2**  
**Usia Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
zValid	>50	10	10,0	10,0	10,0
	20-29	24	24,0	24,0	34,0
	<20	1	1,0	1,0	35,0
	30-39	34	34,0	34,0	69,0
	40-49	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 diketahui usia responden yaitu konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah dapat

dikelompokkan ke dalam lima kategori, yaitu responden yang berusia <20 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 1%, responden yang berusia 20-29 tahun sebanyak 24 orang dengan persentase 24%, responden yang berusia 30-39 tahun sebanyak 34 orang dengan persentase 34%, responden yang berusia 40-49 tahun sebanyak 31 orang dengan persentase 31% dan sisanya responden yang berusia >50 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase 10%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah berusia 30-39 tahun.

### 3. Pekerjaan Responden

**Tabel 4.3**  
**Pekerjaan Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	lain-lain	10	10,0	10,0	10,0
	pegawai swasta	24	24,0	24,0	34,0
	Pns	33	33,0	33,0	67,0
	wiraswasta	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan keterangan tabel 4.3 diketahui konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah yaitu responden yang berprofesi sebagai PNS sebanyak 33 Orang dengan presentase 33%, yang berprofesi sebagai pegawai swasta sebanyak 24 orang dengan presentase 24%, yang berprofesi sebagai wiraswasta/pedagang sebanyak 33 orang

dengan presentase 33% dan yang berprofesi di luar profesi di atas sebanyak 10 orang dengan presentase 10%.

4. Jumlah Pendapatan Responden

**Tabel 4.4**  
**Jumlah Pendapatan Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<5000000	2	2,0	2,0	2,0
	>4000000	8	8,0	8,0	10,0
	1000000-3000000	49	49,0	49,0	59,0
	1000000-4000000	1	1,0	1,0	60,0
	3000000-4000000	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan keterangan tabel 4.4 diketahui konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah yaitu responden yang memiliki pendapatan sebesar <Rp.500,000,00.- sebanyak 2 orang dengan presentase 2%, yang memiliki pendapatan sebesar Rp.1,000,000,00. s/d Rp.3,000,000,00.- sebanyak 49 orang dengan presentase 49%, yang memiliki pendapatan sebesar Rp.3,000,000,00.- s/d Rp.4,000,000,00.- sebanyak 40 orang dengan presentase 40%, yang memiliki pendapatan sebesar >Rp.4,000,000,00.- sebanyak 8 orang dengan presentase 8%.

## 4.2 Fasilitas Hotel Grand Aceh Syariah

Fasilitas-fasilitas yang dimiliki Hotel Grand Aceh Syariah adalah :

1. 125 kamar yang terdiri dari:

- b) Junior suite :1
- c) Superior :19
- d) Delux :8
- e) Triple :91
- f) Grand delux :6

2. Grand Aceh Syariah Resto

Merupakan restaurant 24 jam dengan berbagai macam menu khas Indonesia khususnya Aceh.

3. Aula Grand Aceh Syariah

Merupakan ruangan yang berkapasitas besar bisa dijadikan untuk ruang meeting berkapasitas hingga 100 pax. Aula Grand Aceh Syariah juga dapat digunakan untuk mengadakan acara keluarga, reuni, sampai pernikahan.

4. Laundry

5. Peralatan ibadah di setiap kamar, seperti mukena, sajadah dan Al-Qur'an.

6. Kelengkapan lain seperti AC, TV berwarna, kulkas, parkir yang luas dan keamanan 24 jam.

### 4.3 Hasil Wawancara

Pada Hotel Grand Aceh Syariah terdapat 125 kamar yang terdiri dari Junior suite 1 kamar, Superior 19 kamar, Delux 8 kamar, Triple 91 kamar, dan Grand delux 6 kamar, proses penyewaan kamar dapat dilakukan secara langsung dan juga online. Dalam perhotelan ada bidang-bidang yang pertama ada *front office* mereka melayani dengan ramah santun, mereka merupakan orang yang pertama bertatap muka dengan customer, mereka lah yang menyeleksi para tamu yang akan *check in*. Kedua ada namanya *house keeping* yang berhubungan dengan kebersihan kamar dan *area public*. Kemudian ada F&B yaitu produk dalam hotel seperti menyediakan menu makanan yang dapat dipesan oleh para tamu hotel. Kemudian ada *kitchen* yaitu mereka yang menyiapkan makanan dan mempersiapkan makanan sesuai yang telah direncanakan oleh pihak marketing. Kemudian *house keeping* akan mengeluarkan sebuah *form* yang berisikan siapa yang membuat acara dan paket apa yang diambil oleh penyelenggara acara, nah kalau yang lainnya sesuai standar SOP, kemudian ada yang namanya teknisi untuk mengatur pada bagian mesin, dan ada juga *accounting* yang mengatur keuangan hotel, dan insyaallah masing-masing bidang telah melaksanakannya sesuai dengan aturan syariah.

Dalam menjalankan usaha perhotelan ibu Stella mengelola dan menjalankan sistem operasional langsung dibantu oleh *owner* dan beberapa karyawan. Menurut manajer hotel dalam setahun

konsumen yang datang mencapai ribuan. Dari segi busana yang digunakan karyawan hotel Insha Allah sudah memenuhi syariah Islam, dalam sistem operasional pihak hotel tidak menerima karyawan yang merokok dan apabila setelah di terima mereka merokok maka pihak hotel tidak memperbolehkan merokok di sekitar hotel, dalam menunaikan ibadah shalat pihak hotel sangat mengedepankan ibadah sehingga pihak hotel menegaskan untuk mendahulukan shalat, pihak hotel Grand Aceh syariah mengubah kepribadian karyawannya menjadi lebih baik dengan cara kekeluargaan.

Hotel Grand Aceh Syariah sudah memiliki dewan pengawas syariah yang ditunjuk langsung dari dinas pariwisata dan di bantu oleh kepolisian setempat. Mengenai penyeleksian konsumen yang datang berpasangan, hal ini merupakan sesuatu hal yang sangat di perhatikan oleh pihak hotel, setiap tamu yang check in harus memperlihatkan buku nikah dan juga KTP walaupun buku nikah sudah ada, pihak hotel tetap melihat KTP apabila KTP juga berbeda maka pihak hotel melihat jenjang waktu pernikahan, karena takut adanya penipuan maka pihak hotel tidak menerima yang namanya surat keterangan sudah menikah walaupun secara agama sah namun tidak secara negara sehingga pihak hotel tidak ingin menanggung risiko terburuk. Namun pihak hotel juga mempunyai kelemahan dimana ketika seseorang ingin melakukan perzinahan maka mereka akan melakukan segala cara untuk mendapatkannya, disini lah kelemahan hotel yang tidak bisa

menjaga hingga sedetail itu, dalam penyediaan makanan dan minuman, Hotel Grand Aceh Syariah alhamdulillah sudah halal namun sertifikasi halal sedang on process.

### 4.3.1 Analisis Pelayanan dan Produk Pada Hotel Grand Aceh Syariah

#### 4.3.1.1 Analisis Produk Pada Hotel Grand Aceh Syariah

**Tabel 4.5**  
**Analisis Produk Pada Hotel Grand Aceh Syariah**

Unsur	Sub Unsur	Ket
Toilet Umum	Tersedianya pemisahan antara toilet wanita dan toilet laki-laki.	Ada
	Tersedianya peralatan yang praktis untuk bersuci dengan air keran.	Ada
Kamar Tidur Tamu	Tersedia sajadah dan perlengkapan shalat	Ada
	Tersedia arah kiblat	Ada
	Tidak tersedia akses pornografi dan tindakan asusila dalam hal apa pun	Ada
	Tidak tersedia minuman beralkohol	Ada
Kamar Mandi Tamu	Tersedia peralatan yang praktis di kamar mandi tamu untuk bersuci dengan air di urinoir dan kloset	Ada
	Tersedia peralatan untuk berwudhu yang baik di kamar mandi tamu	Ada
	Tersedia kamar mandi tamu yang tertutup	Ada
Dapur	Tersedia dapur yang bersih untuk mengelola makanan dan minuman	Ada

**Tabel 4.5-Lanjutan**

Unsur	Sub Unsur	Ket
	yang halal	
Ruang Ibadah	Ruang ibadah dalam keadaan bersih dan terawat	Ada
	Area shalat ibadah antara laki-laki dan perempuan ada pembatasnya.	Ada
	Tersedia perlengkapan yang baik dan terawat	Ada
	Tersedia sirkulasi udara yang baik berupa kipas angin.	Ada
	Tersedia pencahayaan yang cukup terang	Ada
	Tersedia tempat wudhu yang baik dan bersih	Ada

#### 4.3.1.2 Analisis Pelayanan Pada Hotel Grand Aceh Syariah

**Tabel 4.6**  
**Analisis Pelayanan Pada Hotel Grand Aceh Syariah**

Unsur	Sub Unsur	Ket
SPA	Tersedia ruang terapi yang terpisah antara pria dan wanita.	Tidak Ada SPA
	Tersedia bahan terapi yang berlogo halal resmi.	Tidak Ada alat terapi
Kantor Depan ( <i>front office</i> )	Melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan.	Ada
	Memberi informasi mengenai mesjid terdekat dengan hotel atau menunjukkan arah mushalla yang disediakan pihak hotel.	Ada
	Memberikan informasi jadwal	Ada

**Tabel 4.6-Lanjutan**

<b>Unsur</b>	<b>Sub Unsur</b>	<b>Ket</b>
	waktu shalat	
	Memberikan informasi kegiatan bernuansa islami (bila ada)	Ada
Tata Graha	Memberi informasi restaurant/rumah makan halal	Ada
	Penyediaan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat	Ada
	Penyediaan Al-Qur'an	Ada
	Menyiapkan area/ruang untuk shalat Jum'at (bila tidak ada mesjid yang dekat dengan hotel)	Tidak Ada
Makanan dan Minuman	Tesedia pilihan makanan dan minuman halal	Ada
	Menyediakan Ta'jil pada bulan Ramadhan	Ada
	Menyediakan makan sahur pada bulan Ramadhan	Ada
Olah raga, rekreasi dan kebugaran	Pengaturan waktu penggunaan sarana kebugaran dibedakan untuk pria dan wanita	Tidak Ada Sarana Kebugaran
	Instruktur kebugaran pria khusus untuk pria dan wanita khusus untuk wanita.	Tidak Ada Kebugaran
SPA (apabila ada)	Spa hanya melayani pijat kesehatan dan perawatan kecantikan	Tidak Ada SPA
	Terapis pria khusus untuk pria dan terapis wanita untuk wanita	Tidak Ada SPA
	Terapis menghindari menyentuh	Tidak Ada SPA

**Tabel 4.6-Lanjutan**

Unsur	Sub Unsur	Ket
	dan melihat area sekitar organ intim	
	Apabila tersedia bak rendaman tidak digunakan secara bersama-sama.	Tidak Ada Bak Rendam
	Apabila tersedia aktivitas olah fisik dan jiwa tidak mengarah pada kemusyrikan.	Tidak Ada Aktifitas
Fasilitas dan Hiburan	Tidak ada fasilitas hiburan yang mengarah kepada pornografi dan pornoaksi serta tindakan asusila	Tidak Ada Fasilitas Hiburan

#### 4.3.1.3 Analisis Operasional Pada Hotel Grand Aceh Syariah

**Tabel 4.7**  
**Analisis operasional Pada Hotel Grand Aceh Syariah**

Unsur	Sub Unsur	Ket
Manajemen Usaha	Memiliki dan menerapkan sistem jaminan halal	Ada
Sumber Daya Manusia	Seluruh karyawan dan karyawan perempuan memakai seragam yang sopan	Ada

Dari tabel di atas peneliti menyimpulkan bahwa Hotel Grand Aceh Syariah tidak memiliki SPA. Pada kantor depan (*front office*), *front office* melakukan pelayanan dengan baik ramah dan santun dalam melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan, memberi informasi mengenai mesjid terdekat dengan

hotel atau menunjukkan arah mushalla yang disediakan pihak hotel, memberikan informasi jadwal waktu shalat dan memberikan informasi kegiatan bernuansa islami (bila ada). Kemudian ada Tata Graha Memberi informasi restaurant/rumah makan halal, penyediaan Al-Qur'an pada setiap kamar tamu di Hotel Grand Aceh Syariah, penyediaan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat serta menyiapkan area/ruang untuk shalat Jum'at (bila tidak ada mesjid yang dekat dengan hotel).

Pada Hotel Grand Aceh Syariah menyediakan makan dan minuman halal, hanya saja sertifikat halal sedang dalam proses pembuatan. Pada Hotel Grand Aceh Syariah tidak terdapat SPA dan juga Area untuk berolah raga. Dan juga pada Hotel Grand Aceh Syariah tidak ada fasilitas hiburan yang mengarah kepada pornografi dan pornoaksi serta tindakan asusila. Apabila menggunakan musik hidup atau musik rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika seni dalam Islam. Dalam manajemen usaha pihak hotel menerapkan sistem jaminan halal dan bagi seluruh karyawan dan karyawan menggunakan seragam yang sopan sesuai dengan syariah.

#### **4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas**

##### **4.4.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu

yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu instrumen yang baik mempunyai validitas tinggi, sebaliknya jika instrumen yang kurang baik memiliki validitas rendah (Sarjono, Julianita, 2011).

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Bila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen dikatakan valid dan sebaliknya. Dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah responden. Besarnya  $df$  =  $100-2$  atau  $df= 98$  dengan alpha 5% sehingga di dapat  $r$  tabel = 0,1966. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas**

No	Variable	Pernyataan	R tabel	R hitung	Kesimpulan
1	Dimensi Pelayanan X1	P1	0,1966	.439**	Valid
		P2	0,1966	.544**	Valid
		P3	0,1966	.704**	Valid
		P4	0,1966	.421**	Valid
		P5	0,1966	.513**	Valid
		P6	0,1966	.340**	Valid
		P7	0,1966	.375**	Valid
		P8	0,1966	.388**	Valid
		P9	0,1966	.378**	Valid
		P10	0,1966	.548**	Valid
		P11	0,1966	.412**	Valid
		P12	0,1966	.448**	Valid
		P13	0,1966	.432**	Valid
		P14	0,1966	.378**	Valid
2	Dimensi Aturan Syari'ah X2	P1	0,1966	.393**	Valid
		P2	0,1966	.477**	Valid
		P3	0,1966	.474**	Valid
		P4	0,1966	.537**	Valid
		P5	0,1966	.320**	Valid
		P6	0,1966	.456**	Valid

**Tabel 4.8-Lanjutan**

		P7	0,1966	.603**	Valid
		P8	0,1966	.370**	Valid
		P9	0,1966	.386**	Valid
		P10	0,1966	.303**	Valid
		P11	0,1966	.418**	Valid
		P12	0,1966	.370**	Valid
		P13	0,1966	.403**	Valid
		P14	0,1966	.601**	Valid
		P15	0,1966	.292**	Valid
3	Dimensi Minat Konsumen Y	P1	0,1966	.497**	Valid
		P2	0,1966	.391**	Valid
		P3	0,1966	.577**	Valid
		P4	0,1966	.471**	Valid
		P5	0,1966	.534**	Valid
		P6	0,1966	.452**	Valid
		P7	0,1966	.508**	Valid
		P8	0,1966	.511**	Valid
		P9	0,1966	.645**	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah, 2018*

Dari tabel 4.8 terlihat bahwa masing-masing item pernyataan memiliki nilai  $r$  hitung positif dan lebih besar dibandingkan  $r$  tabel sebesar 0,1966 maka, dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari keempat variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Y$  adalah valid.

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas جامعة الراندي

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ukuran reliabilitas dapat dilihat melalui *reliability statistics* pada nilai *Cronbach alpha* dalam perhitungan menggunakan SPSS 20 diukur berdasarkan skala 0 sampai 1. Semakin mendekati angka 1, maka instrumen dinyatakan semakin reliabel (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini, ketentuan untuk

menetapkan tingkat reliabilitas didasarkan pada kondisi sebagai berikut:

- a. Reliabel jika nilai Cronbach alpha  $> 0,60$
- b. Tidak reliabel jika nilai Cronbach alpha  $< 0,60$

Hasil uji reliabilitas instrumen dengan menggunakan SPSS 20 dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach alpha</i>	Kesimpulan
1.	Dimensi Pelayanan ( $X_1$ )	0.701	Reliabel
2.	Dimensi aturan syariah ( $X_2$ )	0.676	Reliabel
3.	Dimensi Minat (Y)	0.645	Reliabel

*Sumber: Data primer yang diolah, 2018*

Dari keterangan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki cronbach alpha  $> 0,60$ . Dengan demikian variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan Y dapat dikatakan reliabel atau handal.

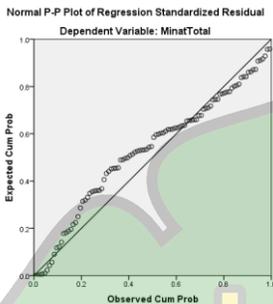
#### **4.4.3 Uji Asumsi Klasik**

##### **1. Uji Normalitas**

Sebaran atau distribusi data yang dikumpulkan dalam suatu pengamatan atau pengukuran hendaknya memenuhi asumsi kenormalan. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan 2 metode, yaitu: grafik Scatterplot dan grafik *Normal P-P Plot* (Ghozali, 2011).

Hasil uji normalitas dengan menggunakan SPSS 20 dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Gambar 4.1**  
**Grafik Scatterplot**



**Gambar 4. 2**  
**grafik Normal P-P Plot**



Dari gambar 4.1 dan 4.2 hasil uji normalitas menggunakan grafik scatterplot dan grafik Normal P-P Plot di atas, terlihat bahwa grafik scatterplot memberikan pola distribusi yang tersebar dengan normal. Sedangkan pada grafik Normal P-P Plot, terlihat titik menyebar disekitar garis diagonal. Kedua metode uji normalitas ini menunjukkan bahwa model regresi tidak menyalahi asumsi normalitas. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki distribusi data normal atau dengan kata lain data terdistribusi normal.

## 2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan ke pengamatan lain. Untuk melihat ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas dalam model regresi maka dilakukan

menggunakan analisis statistik metode *Glesjer*. Dibawah ini merupakan tabel hasil uji statistik pada output SPSS 20.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Metode *Glejser***

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	2,694	1,851		
1 Pelayan	,026	,037	,092	,686	,495
aturan syariah	-,029	,037	-,104	-,778	,438

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari keterangan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu variabel dimensi Pelayanan ( $X_1$ ) mempunyai nilai signifikansi sebesar  $0,149 > 0,05$  dan variabel dimensi aturan syariah ( $X_2$ ) mempunyai nilai signifikansi sebesar  $0,495 > 0,05$  serta variabel dimensi Minat (Y) mempunyai nilai signifikansi  $0,438 < 0,05$ . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

### 3. Uji Multikolinearitas

Ada tidaknya masalah multikolinearitas didalam model regresi dapat dideteksi melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Suatu model regresi dikatakan terdapat gejala multikolinearitas apabila nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  atau sama

dengan nilai  $VIF \geq 10$  (Ghozali, 2011). Berikut ini merupakan hasil uji statistik dengan SPSS 20.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pelayanan	0,573	1,746
Aturan syariah	0,573	1,746

*Sumber: Data primer yang diolah, 2018*

Sesuai dengan ketentuan uji multikolinieritas, jika nilai  $VIF \leq 10$  maka tidak terjadi korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan tabel uji statistik dapat dilihat bahwa nilai  $VIF$  dan nilai *tolerance* masing-masing variabel yaitu untuk dimensi pelayanan ( $X_1$ ) nilai  $VIF$  sebesar  $1,746 < 10$  dan nilai *tolerance*  $0,573 > 0,1$ , untuk dimensi aturan syariah ( $X_2$ ) nilai  $VIF$  sebesar  $1,746 < 10$  dan nilai *tolerance*  $0,573 > 0,1$  Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam penelitian ini. Artinya bahwa antara variabel dimensi pelayanan ( $X_1$ ), dan dimensi aturan syariah ( $X_2$ ) tidak saling mengganggu atau mempengaruhi.

#### **4. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah

ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2011). Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi. Salah satu untuk melihat adanya gejala autokorelasi melalui nilai Durbin Watson (DW test). Dalam penelitian ini untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi menggunakan uji *Durbin-Watson (DW test)*. Adapun ketentuannya sebagai berikut:

1. Jika  $d$  lebih besar dari  $d_l$  atau lebih besar dari  $(4 - d_l)$  maka hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika  $d$  terletak diantara  $d_u$  dan  $(4 - d_u)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika  $d$  terletak diantara  $d_l$  dan  $d_u$  atau diantara  $(4 - d_u)$  dan  $(4 - d_l)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Berikut ini merupakan hasil uji statistik dengan SPSS 20.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.670 <sup>a</sup>	.449	.437	3.80435	2.068

Dari hasil uji statistik di peroleh nilai Durbin Watson (DW) sebesar 2,068, selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% atau 0,05 dengan jumlah sampel  $N=100$  dan

jumlah variabel independen adalah 3, sehingga didapat nilai ( $k=3$ ) sebesar 1,633 dan diperoleh nilai  $dU$  (batas atas Durbin Watson) sebesar 1,715 dan nilai  $dL$  (batas bawah Durbin Watson) sebesar 1,633. Jika  $(4 - DW) > dU$  maka tidak terdapat autokorelasi negatif. Berdasarkan hasil output di atas  $1,932 > 1,715$  sehingga pada penelitian ini tidak terdapat autokorelasi negatif.

#### 4.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan dan dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh dimensi pelayanan, dan dimensi aturan syariah terhadap minat konsumen pada hotel syariah. Adapun model regresi yang dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : variabel minat konsumen

a : bilangan konstanta

$b_1$  : koefisien regresi variabel dimensi pelayanan

$X_1$  : variabel dimensi pelayanan

$b_2$  : koefisien regresi variabel dimensi aturan syariah

$X_2$  : variabel dimensi aturan syariah

e : error

Berikut ini merupakan hasil dari pengolahan data dengan menggunakan SPSS 20.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14,934	2,989		4,996	,000
1 Pelayanan	,101	,060	,192	1,676	,097
aturan syariah	,193	,060	,371	3,229	,002

a. Dependent Variable: minat

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel 4.13 diperoleh koefisien untuk dimensi pelayanan ( $X_1$ ) adalah 0,101, dimensi aturan syariah ( $X_2$ ) adalah 0,193, dan konstanta sebesar 14,934 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 14,934 + 0,101X_1 + 0,193X_2 + e$$

Model persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 14,934 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel dimensi pelayanan ( $X_1$ ), dimensi aturan syariah ( $X_2$ ), maka nilai variabel minat konsumen ( $Y$ ) adalah 14,934.
- b. Koefisien  $b_1$  sebesar 0,101, artinya variabel dimensi pelayanan ( $X_1$ ) mempunyai koefisien regresi yang positif terhadap minat ( $Y$ ). Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap kenaikan satu nilai akan menaikkan skor minat konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,101.

- c. Koefisien  $b_2$  sebesar 0,193, artinya variabel dimensi praktik aturan syariah ( $X_2$ ) mempunyai koefisien regresi yang positif terhadap minat konsumen ( $Y$ ). Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap kenaikan satu nilai akan menaikkan skor minat konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,193.

#### **4.4.5 Uji Hipotesis**

##### **1. Uji Simultan (Uji F)**

Untuk mengetahui pengaruh simultan semua variabel independen terhadap variabel dependen digunakan uji F. Pada penelitian ini uji F dilakukan dengan bantuan SPSS 20 dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Jika F hitung lebih besar dari F tabel dan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dikatakan signifikan. Sedangkan Jika F hitung lebih kecil dari F tabel dan nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05 maka, model regresi dikatakan tidak signifikan (Ghozali, 2011). Dengan taraf signifikan sebesar 0,05,  $df_1 (N_1) = k-1 = 3-1 = 2$  dan  $df_2 (N_2) = n - k = 100 - 3 = 97$ , dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel, maka dapat ditentukan F tabel pada penelitian ini sebesar 3,09. Berikut ini adalah hasil uji simultan:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1141.822	2	570.911	39,446	.000 <sup>b</sup>
Residual	1403.888	97	14.473		
Total	2545.710	99			

*Sumber: Data primer yang diolah, 2018*

Dari hasil uji F test di atas diperoleh nilai F-hitung sebesar 39,446 yang lebih besar dari F-tabel yaitu 3,09 dan probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga variabel dimensi pelayanan, dan dimensi aturan syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen. Artinya dimensi pelayanan, dan dimensi aturan syariah berjalan beriringan maka akan mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan jasa Hotel Grand Aceh Syariah.

## 2. Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara mandiri digunakan uji parsial atau uji t. Pada penelitian ini uji t dilakukan dengan bantuan SPSS dengan taraf signifikan 0,05. Jika t-hitung lebih besar dari t-tabel dengan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dikatakan signifikan (Ghozali, 2011). Dengan taraf signifikan 0,05,  $df = n - k = 100 - 3 = 97$ , dimana k jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel, serta dengan

menggunakan uji dua arah maka dapat ditentukan t tabel pada penelitian ini sebesar 1,660. Berikut ini adalah hasil uji parsial:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14,934	2,989		4,996	,000
1 Pelayanan	,101	,060	,192	1,676	,097
aturan syariah	,193	,060	,371	3,229	,002

Berdasarkan tabel 4.15, diperoleh nilai t-hitung dimensi pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 1,676 yang lebih besar dari t-tabel 1,660 dengan nilai probabilitas signifikansi  $0,097 > 0,05$ , sehingga  $H_1$  yang menyatakan dimensi pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan jasa Hotel Grand Aceh Syariah dapat diterima. Dengan kata lain, tolak  $H_0$  terima  $H_a$ .

Nilai t-hitung dimensi aturan syariah ( $X_2$ ) sebesar 3,229 yang lebih besar dari t-tabel 1,660 dengan probabilitas signifikansi  $0,002 < 0,05$ , sehingga tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ . Dimana  $H_2$  yang menyatakan dimensi aturan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan jasa Hotel Grand Aceh Syariah. Dimensi aturan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen karena semakin diperkuat nya

aturan syariah yang di terapkan oleh pihak hotel maka konsumen merasa nyaman, aman dan tidak takut akan adanya hal-hal yang melanggar norma dan nilai-nilai islam sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan jasa Hotel Grand Aceh Syariah.

### 3. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, lakukan uji *R Square* ( $R^2$ ) dengan bantuan SPSS 20. Berikut ini merupakan hasil uji *R Square* ( $R^2$ ).

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>	<b>Durbin-Watson</b>
,670 <sup>a</sup>	,449	,437	3,80435	2,068

*Sumber: Data primer yang diolah, 2018*

Dari tabel 4.16 dapat dilihat nilai  $R^2$  sebesar 0,449 interpretasinya adalah bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel dimensi pelayanan dan aturan syariah terhadap minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah adalah sebesar 44,9% sedangkan sisanya 55,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model.

## 4.5 Pembahasan

### 4.5.1 Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Konsumen

Pelayanan adalah sesuatu yang sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen dan dapat menimbulkan minat seseorang dalam menggunakan suatu jasa. Pelayanan merupakan aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut (Kotler, 2009: 69).

Menurut Fitzsimmons (1994), Parasuraman, Zeithmal dan Berry (1988) sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Warits menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk membandingkan persepsi layanan yang diterima pelanggan dengan layanan yang sesungguhnya. Apabila layanan yang diharapkan pelanggan lebih besar dari layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu, sedangkan jika layanan yang diharapkan pelanggan lebih rendah dari layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa layanan bermutu, dan apabila layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan (Abdul Warits.,2009:25).

Berdasarkan tabel 4.15 diperoleh nilai  $t$ -hitung dimensi pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 1,676 yang lebih besar dari  $t$ -tabel 1,660 dengan nilai probabilitas signifikansi  $0,097 > 0,05$ , sehingga  $H_1$  yang menyatakan dimensi pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan

jasa Hotel Grand Aceh Syariah dapat diterima. Dengan kata lain, tolak  $H_0$  terima  $H_a$ .

Dengan demikian penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap minat konsumen dalam menggunakan jasa Hotel Grand Aceh Syariah namun tidak signifikan, sehingga semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan menimbulkan minat yang tinggi dalam menggunakan Jasa Hotel Grand Aceh syariah.

#### **4.5.2 Pengaruh Aturan Syariah Terhadap Minat Konsumen**

Syariah berasal dari kata *syara'a al syai'a* yang berarti "menerangkan atau menjelaskan sesuatu". Aturan syariah yang dimaksud adalah aturan-aturan yang berdasarkan hukum Islam. Aturan syariah dapat diartikan sebagai perundang-undangan yang diturunkan Allah Swt melalui Rasulullah yang harus dijadikan pedoman umat manusia untuk memberikan kepuasan kepada pengunjungnya. Maksud penulis di sini adalah bentuk perbuatan atau tindakan yang diberikan oleh karyawan Hotel Grand Aceh Syariah (Faroza.2016:8).

Berdasarkan tabel 4.15 Nilai t-hitung dimensi aturan syariah ( $X_2$ ) sebesar 3,229 yang lebih besar dari t-tabel 1,660 dengan probabilitas signifikansi  $0,002 < 0,05$ , sehingga tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ . Dimana  $H_2$  yang menyatakan dimensi aturan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan jasa Hotel Grand Aceh Syariah.

Dimensi aturan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen karena semakin diperkuat nya aturan syariah yang di terapkan oleh pihak hotel maka konsumen merasa nyaman, aman dan tidak takut akan adanya hal-hal yang melanggar norma dan nilai-nilai islam sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan jasa Hotel Grand Aceh Syariah hal ini juga mencerminkan daerah Aceh yang sangat menjunjung tinggi aturan-aturan syariah karena aceh merupakan daerah yang mayoritas masyarakatnya adalah Islam, sehingga sangat memperhatikan aturan-aturan serta nilai-nilai keislaman. Sesuai dengan Qanun No. 6 tahun 2014 tentang Hukum Jinayat, Qanun No. 13 tahun 2013 tentang Maisir dan Qanun No. 12 tahun 2003 tentang Minuman Khamar dan Sejenisnya. Qanun-qanun tersebut diterapkan di Kota Banda Aceh dalam berbagai aspek kehidupan diantaranya dalam hukum administrasi (tata negara), ekonomi, sosial budaya dan pariwisata sebagai salah satu landasan penegakan syariah Islam menuju Kota Madani, kota madani adalah suatu julukan yang menggambarkan sebuah kota yang masyarakatnya memiliki adab dalam membangun dan memaknai kehidupan dengan mengedepankan nilai-nilai keislaman.

#### **4.5.3 Pengaruh pelayanan berbasis syariah terhadap minat konsumen**

Pelayanan berbasis syariah merupakan usaha untuk melayani setiap konsumen sesuai dengan aturan-aturan dan nilai-nilai keislaman mulai dari cara melayani dengan menggunakan

tutur kata yang baik, bersikap ramah-tamah serta kecepatan pelayanan yang diberikan pihak hotel kepada para konsumen sehingga konsumen merasa istimewa dan nyaman akan akan pelayanan yang di berikan dan akan menimbulkan minat yang tinggi untuk menggunakan fasilitas hotel yang ada pada Hotel Grand Aceh

Penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan tabel 4.14 hasil uji F test di atas diperoleh nilai F-hitung sebesar 39,446 yang lebih besar dari F-tabel yaitu 3,09 dan probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga variabel dimensi pelayanan, dan dimensi aturan syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen.

Sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa ketika dimensi pelayanan, dan dimensi aturan syariah berjalan beriringan maka akan mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan jasa Hotel Grand Aceh Syariah, karena Harta yang halal dan barakah niscaya akan menjadi harapan bagi pelaku bisnis muslim.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh pelayanan berbasis syariah terhadap minat konsumen yang terdiri dari dimensi pelayanan, dimensi aturan syariah terhadap minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dimensi pelayanan ( $X_1$ ) adalah aspek yang meninjau pengaruh pelayanan yang di berikan pihak hotel kepada para konsumen. Semakin baik pelayanan yang di berikan pihak hotel kepada konsumen maka semakin tinggi minat konsumen untuk menggunakan jasa hotel tersebut. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai t-hitung  $>$  t-tabel yaitu 1,676 yang lebih besar dari t-tabel 1,660 dengan nilai probabilitas signifikansi  $0,097 > 0,05$ . Dimensi pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah.
2. Dimensi aturan Syariah ( $X_2$ ) adalah aspek yang mengukur sejauh mana aturan syariah yang diterapkan dan dijalankan pihak Hotel Grand Aceh Syariah. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa nilai t-hitung  $<$  t-tabel yaitu 3,229 yang lebih besar dari t-tabel 1,660 dengan probabilitas signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Dimensi aturan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen pada Hotel Grand Aceh

Syariah. berpengaruhnya dimensi aturan syariah dapat dilihat dari fasilitas yang mengandung nilai keislaman, kehalalan makanan minuman serta aturan-aturan yang tidak bertentangan dengan norma dan nilai keislaman.

3. Dimensi pelayanan, dan dimensi aturan syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen pada Hotel Grand Aceh Syariah Hal ini ditunjukkan dengan perolehan F-hitung sebesar 39,446 yang lebih besar dari F-tabel yaitu 3,09 dan probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$
4. Pengaruh yang diberikan oleh kedua variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 44,9% sedangkan sisanya 55,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model. Hal ini menunjukkan hubungan yang tidak terlalu kuat antar kedua variabel independen terhadap variabel dependen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya penulis menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak Hotel Grand Aceh Syariah agar dapat meningkatkan pelayanan berbasis syariah karena tidak cukup hanya dengan menyakini Allah SWT dalam meningkatkan

moral keislaman, tetapi harus menjalankan semua kewajiban yang di perintahkan oleh Allah SWT.

2. Bagi peneliti lainnya, atas berbagai keterbatasan dalam penelitian ini penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini, hendaknya cakupan penelitian diperluas dari segi aspek-aspek religiusitas yang lain.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. Departemen Agama Republik Indonesia.
- Arief, A. R. (2005). *Pengantar ilmu perhotelan dan restoran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anshori, yusak. (2010). *Manajemen Strategi Hotel*. Surabaya: Putra Media Nusantara.
- Abdul, Warits. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah*. Skripsi. Semarang: Institut agama islam negeri walisongo.
- Aligeno Berutu. (2016). Penerapan Syariat Islam Aceh Dalam Lintas Sejarah. *jurnal hukum*.vol.13,No.2:126.
- Ahmad Sapudin,Fajar,dkk. (2014). *Analisis Perbandingan Hotel Dan Pariwisata Syariah Dengan Konvensional*. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Boediono. (2003). *Pelayanan Prima Perpajakan*. Jakarta: Rineka cipta.
- Dyah Widyarini. (2009). *Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Dosen IAIN Walisongo Semarang pada Bank Syariah*. Skripsi. Semarang: IAIN Walisongo.
- Fandy Tjiptono. (1997). *Prinsip –Prinsip Total Quality Service*. Jogjakarta:Andi.
- Fitria Solahika Salma. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya. *Jurnal*. Surabaya: JESTT Vol. 2 No. 4.

- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Helmi. (2014) . *Aturan Hotel di Aceh*. Melalui <https://lifestyle.okezone.com/2014/10/27/406/1057454/inilah-aturan-hotel-di-aceh>. hal.1.
- Kemenpar. (2014). Melalui <http://www.kemenpar.go.id>.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar. 2009 . *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta:Bumi Aksara.
- Imam Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Cetakan IV, Semarang: Undip.
- Johan Arifin. (2007). *Fiqih Perlindungan Konsumen*. Semarang:Rasail
- Kuat Ismanto. (2009). *Manajemen Syariah: Implementasi Tqm Dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1)*. Ter. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- KBBI. (2002).
- M. nurrianto Al Arif. (2010) . *Dasar-Dasar Pemasaran Perbankan Syariah*.Bandung: CV. Afabeta. Cet Ke -1.h. 211.
- Melayu S. P. Hasibuan. (2005). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta:PT. Bumi Aksara.
- Maulana. (2013). *Sistem Pelayanan Hotel Yang Berbasis Syariah Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*.Skripsi. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim .

- Misbahuddin, Iqbal Hasan. (2013). *Analisis Penelitian dengan Statistik*. Yogyakarta: Bumi Aksara
- Rezeki, S. dan Reza Irwansyah, (2011). Strategi Komunikasi Change Management, Studi Kasus Perubahan Konsep Bisnis dari Hotel Konvensional ke Hotel Syariah, *Jurnal Semai Komunikasi*; Vol. II No. 1. hlm.72.
- Salamatun Asakdiyah. (2005). Analisis Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen Matahari Group di Daerah Istimewa Yogyakarta, *Jurnal Akuntansi-Manajemen STIE YKPN*: Yogyakarta; Volume XVI Nomor 2. hlm.130.
- Suci Utami Wikianingtyas. (2007). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Yogyakarta, *Jurnal Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*; Volume 15 No.1. hlm.50.
- Sutanto. (2005). *Hotel Proprietors Act dalam Manajemen Penyelenggara Hotel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sihite, R. (2000). *Hotel Management (pengelolaan hotel)*. Surabaya: SIC.
- Sabri, Fahrudin Ali. (2010). *Perkembangan Hotel Syariah di Indonesia: Mengonsep Pariwisata Islam*; Karsa XVIII (2).
- Tim Penyusun. (2008). *Pedoman Penulisan Skripsi*, Semarang: Fakultas Syariah IAIN Walisongo.
- Teguh, M. (2005). *Metodelogi Penelitian Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tommy Andrias. (2012). *Pengaruh Manajemen Syariah Terhadap Kinerja Karyawan Di Hotel Grasia Semarang*. Semarang. Skripsi.

Widyarini. (2013). *Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta*.  
Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. VIII, No. 1, hlm.3-4.

Crow and Crow. (1973). *An Outline of Psicology (Terjemahan Z.Kazijan )* Surabaya: PT Bina Ilmu.

Mari Ulfa. (2012). *Analisis Penerapan Prinsip Syariah Di Hotel Arini Syariah Surakarta*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Surat Keterangan Telah melakukan penelitian

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Stella

Jabatan : Operation Manager Hotel Grand Aceh Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini :

Nama : Ersya Imanina

NIM : 140602131

TTL : Banda Aceh, 8 September 1996

Alamat : Jl. Cermay No.8 Gp.Lambaro Skep Banda Aceh

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melaksanakan penelitian sejak tanggal 30 Oktober s/d 10 November 2018 untuk penulisan skripsi yang berjudul PENGARUH PELAYANAN BERBASIS SYARIAH TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA HOTEL SYARIAH (Studi Kasus pada Hotel Grand Aceh Syariah) sebagai syarat mendapatkan gelar Strata 1 Prodi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN AR-RANIRY Banda Aceh

Demikian surat keterangan ini kami buat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Banda Aceh, 16 November 2018  
Menejer Operasional

Stella

## Lampiran 2 Angket Penelitian

ANGKET PENELITIAN  
PENGARUH PELAYANAN BERBASIS  
SYARIAH TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA HOTEL  
SYARIAH  
(Studi Kasus pada Hotel Grand Aceh Syariah)

### I. IDENTITAS RESPONDEN

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk menjawab pertanyaan dibawah ini dengan memberilah tanda (v):

1. Nama : .....(boleh dikosongi)

2. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

3. Berapa Usia Anda?

1  Dibawah 20 th

2  20 – 29 th

3  30 – 39 th

4  40 – 49 th

5  50 th ke atas

4. Pekerjaan/ Profesi :

1  PNS

2  Pegawai Swasta

3  Wiraswasta/Pedagang

4  Lain-lain, Sebutkan: .....

5. Penghasilan /bulan جامعة الراندى

1  < Rp. 500.000,00

2  Rp. 1.000.000,00 s/d Rp. 3.000.000,00

3  Rp. 3.000.000,00 s/d Rp. 4.000.000,00

4  > Rp. 4.000.000,00

Tanda tangan  
responden

---

## II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Berilah tanda silang (V) pada kolom jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr/i anggap sesuai, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

SS = Sangat setuju

TS = Tidak setuju

S = Setuju

STS = Sangat tidak setuju

N = Netral

2. Lembar angket ini semata-mata bertujuan untuk memperoleh data sebagai bahan skripsi tentang Pengaruh Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah (Studi Kasus pada Hotel Grand Aceh Syariah)
3. Mengenai jawaban yang diberikan, akan dijamin kerahasiaannya.

## III. PERTANYAAN

1. Variabel kualitas pelayanan  
A. Resepsionis

No.	Pertanyaan/ pernyataan	STS	TS	S	N	SS
1	Dalam menyambut konsumen yang datang, karyawan bagian resepsionis selalu bersikap ramah					
2	Dalam menjawab pertanyaan konsumen, karyawan bagian resepsionis menggunakan bahasa yang ramah dan santun.					
3	Dalam memberi informasi dan penjelasan kepada konsumen, karyawan bagian resepsionis bersikap ramah, lemah lembut dan sopan.					

No.	Pertanyaan/ pernyataan	STS	TS	S	N	SS
4	Pelayanan pada bagian resepsionis sudah sesuai dengan yang anda harapkan (memuaskan).					

### B. B. Restorasi

No.	Pertanyaan / pernyataan	STS	TS	S	N	SS
5	Karyawan bagian restorasi bersikap ramah dan sopan setiap bertanya tentang menu yang dipesan konsumen.					
6	Karyawan bagian restorasi bersikap ramah dan sopan setiap menghadirkan menu yang dipesan konsumen.					
7	Karyawan bagian restorasi bekerja dengan cepat dan gesit dalam setiap menghadirkan menu yang dipesan konsumen.					
8	Menu yang disediakan halal dan baik untuk kesehatan.					
9	Pelayanan pada bagian restorasi sudah sesuai dengan yang anda harapkan (memuaskan).					

### C. House Keeping

No.	Pertanyaan / pernyataan	STS	TS	S	N	SS
10	Karyawan bagian House Keeping melakukan tugasnya dengan cepat dan tepat dalam menata kamar					
11	Karyawan bagian House Keeping tanggap dengan apa yang diinginkan oleh konsumen.					
12	Karyawan bagian House Keeping selalu bersikap ramah terhadap konsumen.					
13	Karyawan bagian House					

	Keeping paham dengan tugas yang seharusnya dia lakukan.					
14	Pelayanan pada bagian house keeping sudah sesuai dengan yang anda harapkan (memuaskan)					

## 2. Variabel Penerapan Prinsip-prinsip Syariah

### A. Ketersediaan fasilitas ibadah dan peniadaan fasilitas yang bertentangan dengan syari'at Islam

No.	Pertanyaan / pernyataan	STS	TS	S	N	SS
1	Pada Hotel Grand Aceh Syariah terdapat penunjuk arah kiblat di setiap kamar					
2	Pada Hotel Grand Aceh Syariah terdapat tempat ibadah (mushola/masjid) yang memadai					
3	Pada Hotel Grand Aceh Syariah selain terdapat tempat ibadah (mushola/masjid), juga dilengkapi dengan tempat wudlu yang baik.					
4	Pada Hotel Grand Aceh Syariah tidak ada fasilitas night club/diskotik					
5	Pada Hotel Grand Aceh Syariah tidak menyediakan/menjual minuman beralkohol.					
6	Asesoris/ hiasan yang ada mencerminkan nilai-nilai islami.					

B. Larangan menginap satu kamar bagi pasangan yang bukan suami istri

No.	Pertanyaan / pernyataan	STS	TS	S	N	SS
7	Pada Hotel Grand Aceh Syariah , diberlakukan aturan yang selektif bagi setiap konsumen yang akan menginap.					
8	Pada Hotel Grand Aceh Syariah , konsumen yang bukan pasangan suami istri tidak boleh menginap dalam satu kamar.					
9	Dengan aturan itu, saya tidak merasa terganggu.					

C. Kewajiban menutup aurat bagi karyawan hotel

No.	Pertanyaan / pernyataan	STS	TS	S	N	SS
10	Semua karyawan Hotel Grand Aceh Syariah mengenakan busana yang sesuai syariah.					
11	Karyawan Hotel Grand Aceh Syariah memakai pakaian yang tertutup/ menutup aurat.					
12	Tidak ada karyawan yang berbusana.					

### 3. Variabel Minat Konsumen.

No.	Pertanyaan / pernyataan	STS	TS	N	TS	SS
1	Saya merasa nyaman menggunakan jasa Hotel Grand Aceh Syariah .					
2	Saya senang karena Hotel Grand Aceh Syariah sesuai dengan syariat Islam.					
3	Saya senang karena Hotel Grand Aceh Syariah memiliki banyak kelebihan dibanding hotel lain.					
4	Saya senang karena Hotel Grand Aceh Syariah memiliki karyawan (bagian resepsionis, restoran dan house keeping) yang selalu ramah dan sopan kepada semua konsumen.					
5	Saya senang karena Hotel Grand Aceh Syariah memiliki karyawan (bagian resepsionis, restoran dan house keeping) yang cepat dalam melayani semua konsumen.					
6	Saya tertarik dengan Hotel Grand Aceh Syariah karena menerapkan aturan syariah dalam operasionalnya.					
7	Dengan prinsip-prinsip syariah, pelayanan Hotel Grand Aceh Syariah menjadi semakin berkualitas					
8	Dengan prinsip-prinsip syariah, suasana Hotel Grand Aceh Syariah menjadi semakin nyaman					
9	Saya akan selalu memakai jasa					

No.	Pertanyaan / pernyataan	STS	TS	N	TS	SS
	hotel syariah di lain waktu.					

Saran :

.....  
 .....Terima kasih atas partisipasi anda, semoga bermanfaat



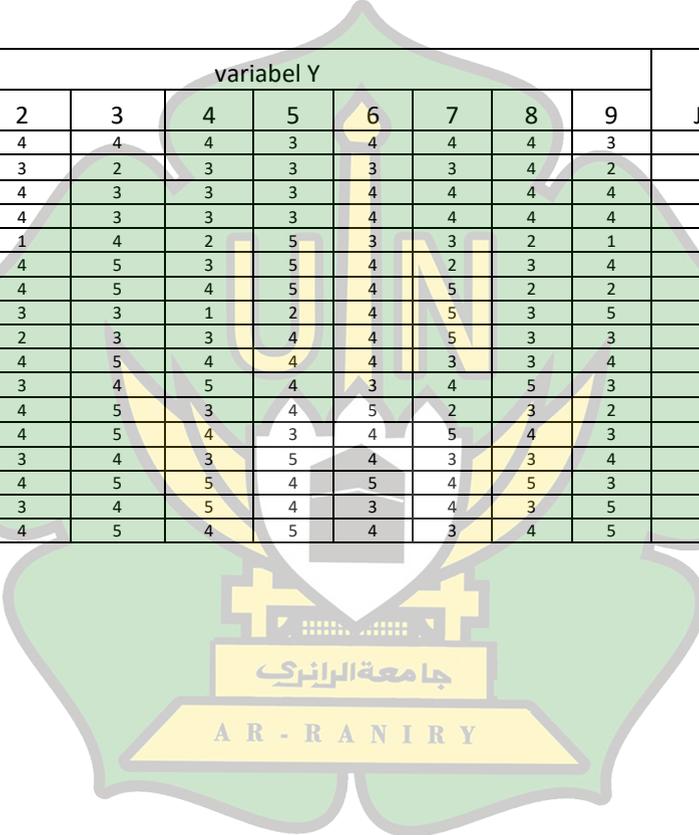
**Lampiran 3 Data Hasil Tabulasi**

Responden	variabel Y									JUMLAH	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
1	4	5	4	4	4	5	4	4	4	38	4,22222222
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
3	5	5	3	4	4	3	5	4	5	38	4,22222222
4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	35	3,88888889
5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34	3,77777778
6	5	5	4	4	3	5	4	4	4	38	4,22222222
7	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	4,11111111
8	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	3,88888889
9	4	5	4	5	5	5	5	4	4	41	4,55555556
10	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39	4,33333333
11	4	4	3	3	4	3	4	4	4	33	3,66666667
12	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38	4,22222222
13	4	4	4	3	3	4	4	4	3	33	3,66666667
14	3	5	1	5	3	4	4	3	1	29	3,22222222
15	5	4	3	3	4	1	4	5	2	31	3,44444444
16	4	4	1	1	4	3	5	5	1	28	3,11111111
17	2	1	1	1	3	1	3	4	2	18	2
18	5	3	4	3	3	3	4	5	2	32	3,55555556
19	3	4	4	3	4	2	4	4	5	33	3,66666667
20	5	5	4	4	4	4	5	4		39	4,33333333
21	4	4	4	4	4	4	4	3		34	3,77777778
22	4	2	3	3	1	1	5	5	3	27	3
23	5	4	1	3	5	3	3	3	1	28	3,11111111
24	4	3	1	3	4	5	5	3	1	29	3,22222222
25	5	4	3	3	4	2	1	5	4	31	3,44444444

Responden	variabel Y									JUMLAH	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
26	1	4	3	1	4	3	3	3	1	23	2,555555556
27	5	5	5	3	3	2	2	5	3	33	3,666666667
28	5	1	3	1	4	4	4	5	5	32	3,555555556
29	5	4	4	4	4	4	4	3	2	34	3,777777778
30	4	4	5	3	4	5	4	4	4	37	4,111111111
31	3	4	2	4	3	4	4	5	4	33	3,666666667
32	4	5	4	4	3	4	2	1	2	29	3,222222222
33	4	4	4	3	4	3	4	4	5	35	3,888888889
34	4	4	5	4	5	3	4	4	4	37	4,111111111
35	5	4	4	4	3	5	4	4	3	36	4
36	4	4	4	4	3	3	4	4	5	35	3,888888889
37	3	4	4	4	5	4	3	4	3	34	3,777777778
38	4	3	4	1	3	4	2	4	4	29	3,222222222
39	5	4	4	3	4	4	5	4	3	36	4
40	5	4	4	4	2	4	3	4	3	33	3,666666667
41	5	4	4	3	2	5	4	5	1	33	3,666666667
42	4	4	5	4	1	4	5	4	2	33	3,666666667
43	4	4	5	4	3	5	5	4	3	37	4,111111111
44	3	4	4	3	2	4	3	4	2	29	3,222222222
45	5	5	5	2	1	3	4	3	2	30	3,333333333
46	4	4	5	4	4	5	4	4	4	38	4,222222222
47	5	5	4	4	3	3	4	2	2	32	3,555555556
48	4	4	5	1	5	4	2	5	3	33	3,666666667
49	3	4	3	4	4	2	4	3	3	30	3,333333333
50	4	4	3	2	4	5	4	4	3	33	3,666666667
51	5	5	4	3	2	3	4	4	1	31	3,444444444
52	5	4	3	2	3	4	3	4	1	29	3,222222222
53	2	4	4	3	5	2	3	3	1	27	3
54	3	3	2	4	4	3	2	4	3	28	3,111111111

Responden	variabel Y									JUMLAH	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
55	3	3	5	3	2	3	5	1	3	28	3,111111111
56	4	5	2	3	3	5	4	3	2	31	3,444444444
57	5	4	3	2	5	4	3	1	3	30	3,333333333
58	5	3	5	3	3	5	1	2	4	31	3,444444444
59	5	3	5	3	1	1	3	5	4	30	3,333333333
60	4	3	4	2	5	4	1	3	3	29	3,222222222
61	4	3	5	3	3	5	4	2	4	33	3,666666667
62	4	3	3	5	4	3	1	4	5	32	3,555555556
63	3	1	3	4	4	2	2	4	3	26	2,888888889
64	4	1	3	2	5	1	3	5	2	26	2,888888889
65	4	4	3	4	2	4	3	3	3	30	3,333333333
66	2	3	5	1	3	5	5	5	3	32	3,555555556
67	5	2	3	5	5	1	3	3	5	32	3,555555556
68	3	5	5	4	1	1	5	5	3	32	3,555555556
69	1	1	5	3	3	1	5	3	1	23	2,555555556
70	5	5	5	1	1	3	5	4	4	33	3,666666667
71	5	4	5	4	4	1	3	1	1	28	3,111111111
72	3	5	5	5	1	1	4	5	5	34	3,777777778
73	4	1	5	3	1	1	5	4	3	27	3
74	3	5	3	4	4	3	1	5	5	33	3,666666667
75	4	1	5	5	3	1	4	4	3	30	3,333333333
76	4	3	1	3	2	5	5	5	3	31	3,444444444
77	4	3	1	2	3	5	4	4	3	29	3,222222222
78	4	3	3	4	2	4	3	3	2	28	3,111111111
79	4	5	5	4	4	5	4	4	4	39	4,333333333
80	3	4	4	4	4	3	4	4	3	33	3,666666667
81	4	4	4	3	4	3	4	4	3	33	3,666666667
82	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34	3,777777778
83	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33	3,666666667

Responden	variabel Y									JUMLAH	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
84	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34	3,777777778
85	3	3	2	3	3	3	3	4	2	26	2,888888889
86	5	4	3	3	3	4	4	4	4	34	3,777777778
87	3	4	3	3	3	4	4	4	4	32	3,555555556
88	3	1	4	2	5	3	3	2	1	24	2,666666667
89	3	4	5	3	5	4	2	3	4	33	3,666666667
90	3	4	5	4	5	4	5	2	2	34	3,777777778
91	2	3	3	1	2	4	5	3	5	28	3,111111111
92	3	2	3	3	4	4	5	3	3	30	3,333333333
93	3	4	5	4	4	4	3	3	4	34	3,777777778
94	2	3	4	5	4	3	4	5	3	33	3,666666667
95	4	4	5	3	4	5	2	3	2	32	3,555555556
96	3	4	5	4	3	4	5	4	3	35	3,888888889
97	2	3	4	3	5	4	3	3	4	31	3,444444444
98	3	4	5	5	4	5	4	5	3	38	4,222222222
99	2	3	4	5	4	3	4	3	5	33	3,666666667
100	3	4	5	4	5	4	3	4	5	37	4,111111111



no responden	VARIABEL X1(PELAYANAN)																	JUM LAH	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
1	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	67	3,94117647
2	3	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	4	3	3	4	62	3,64705882
3	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	68	4
4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	3	3	4	3	3	3	67	3,94117647
5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	57	3,35294118
6	5	5	5	3	3	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	63	3,70588235
7	5	1	3	4	4	4	3	4	2	4	3	2	3	2	4	4	3	55	3,23529412
8	4	4	4	4	3	4	1	2	5	5	3	4	4	3	3	4	3	60	3,52941176
9	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	74	4,35294118
10	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	75	4,41176471
11	5	5	5	3	1	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	69	4,05882353
12	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	74	4,35294118
13	5	4	5	3	3	2	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	63	3,70588235
14	5	4	4	3	1	1	4	3	1	4	1	1	5	5	5	4	2	53	3,11764706
15	5	5	1	1	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	1	1	1	53	3,11764706
16	4	3	2	3	5	5	1	3	5	3	2	2	4	2	4	4	2	54	3,17647059

no responden	VARIABEL X1(PELAYANAN)																	JUM LAH	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
17	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	3	3	3	4	59	3,47058824
18	4	3	3	2	1	3	4	4	4	3	3	3	3	1	3	2	5	51	3
19	4	3	4	3	3	4	3	1	2	2	3	4	4	3	5	4	4	56	3,29411765
20	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	73	4,29411765
21	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	73	4,29411765
22	5	5	5	3	4	4	3	3	3	3	1	4	4	5	3	1	4	60	3,52941176
23	5	5	3	1	2	2	5	3	5	1	4	1	3	3	5	5	4	57	3,35294118
24	5	5	3	1	4	5	3	3	4	5	5	5	1	1	3	4	5	62	3,64705882
25	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	1	3	5	67	3,94117647
26	5	5	5	5	3	3	3	3	5	4	2	1	1	4	4	3	3	59	3,47058824
27	5	5	3	3	3	4	1	3	3	1	1	5	5	1	4	4	3	54	3,17647059
28	5	5	5	3	1	4	3	1	1	4	5	4	3	3	1	5	5	58	3,41176471
29	5	4	4	3	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	72	4,23529412
30	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	76	4,47058824
31	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	67	3,94117647
32	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	69	4,05882353
33	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	4	4	70	4,11764706

no responden	VARIABEL X1(PELAYANAN)																	JUM LAH	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
34	5	4	4	5	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	67	3,94117647
35	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	70	4,11764706
36	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	67	3,94117647
37	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	68	4
38	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	71	4,17647059
39	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	5	3	4	3	64	3,76470588
40	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	71	4,17647059
41	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	67	3,94117647
42	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	65	3,82352941
43	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	68	4
44	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	70	4,11764706
45	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	72	4,23529412
46	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	75	4,41176471
47	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	5	3	3	3	4	4	67	3,94117647
48	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	3	5	4	69	4,05882353	
49	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	67	3,94117647
50	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	65	3,82352941

no responden	VARIABEL X1(PELAYANAN)																	JUM LAH	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
51	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	74	4,35294118
52	5	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	67	3,94117647
53	4	5	3	1	3	5	3	5	4	3	3	4	5	4	2	3	1	58	3,41176471
54	3	4	2	1	3	4	1	3	4	2	3	2	2	5	4	5	3	51	3
55	5	5	4	3	3	4	3	3	2	5	4	5	1	3	4	4	3	61	3,58823529
56	3	2	4	4	3	2	3	5	2	1	3	4	3	4	2	1	3	49	2,88235294
57	4	5	4	3	3	5	3	1	3	5	3	4	4	3	1	3	5	59	3,47058824
58	3	3	5	4	3	2	4	3	2	4	3	5	4	2	3	1	5	56	3,29411765
59	2	2	3	4	3	3	1	3	5	4	3	4	4	3	2	5	1	51	3,05882353
60	4	3	3	2	5	3	5	3	5	1	2	3	5	4	5	2	3	55	3,41176471
61	3	3	5	4	1	3	5	4	2	3	3	5	4	1	3	4	4	57	3,35294118
62	4	3	2	3	5	3	1	3	4	5	1	2	3	5	4	3	1	52	3,05882353
63	4	5	4	2	4	3	5	5	4	3	1	3	5	4	2	1	3	55	3,41176471
64	4	1	2	3	3	4	1	3	5	5	4	1	3	4	2	3	4	48	3,05882353
65	3	4	4	4	2	4	1	5	1	3	3	1	4	3	3	4	54	3,17647059	
66	4	4	3	3	4	4	3	3	2	2	5	3	2	4	4	5	2	57	3,35294118
67	5	5	4	4	3	4	5	1	2	3	3	3	5	1	3	3	1	54	3,23529412

no responden	VARIABEL X1(PELAYANAN)																	JUM LAH	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
68	5	4	2	4	5	5	1	1	1	5	3	1	5	4	2	3	3	51	3,17647059
69	4	5	3	3	4	5	4	5	1	3	1	3	2	3	5	1	4	56	3,29411765
70	4	4	3	2	1	3	5	1	5	3	3	5	5	3	1	2	2	52	3,05882353
71	5	5	3	3	5	5	5	3	3	1	1	5	5	4	1	4	3	58	3,58823529
72	4	5	4	3	1	5	1	5	4	3	3	1	5	4	2	5	5	55	3,52941176
73	5	3	3	5	5	3	1	5	5	1	3	5	1	3	4	1	3	56	3,29411765
74	5	4	3	1	3	3	3	5	3	1	1	5	5	3	1	5	3	54	3,17647059
75	4	5	3	3	3	5	1	1	5	3	3	5	1	1	3	3	5	49	3,17647059
76	3	4	3	2	3	4	3	3	2	4	3	2	3	5	2	2	3	48	3
77	4	5	3	3	3	4	3	5	2	3	3	2	5	4	3	1	3	56	3,29411765
78	4	4	3	1	5	3	5	4	3	1	3	2	3	3	2	2	5	53	3,11764706
79	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	58	3,64705882
80	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	64	4,05882353
81	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	68	4
82	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	65	3,82352941
83	4	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	58	3,58823529
84	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	63	3,94117647

no responden	VARIABEL X1(PELAYANAN)																	JUM LAH	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
85	5	5	4	4	4	5	5	3	4	3	4	3	3	5	5	3	4	69	4,05882353
86	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	3	3	3	4	4	3	69	4,05882353
87	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	61	3,82352941
88	3	2	2	2	1	3	5	4	3	2	3	3	2	5	5	4	3	52	3,05882353
89	2	3	5	4	3	5	3	2	2	4	3	3	5	5	4	4	3	57	3,52941176
90	5	4	5	3	5	4	5	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	68	4
91	4	3	5	3	4	2	4	4	5	5	3	2	3	3	3	2	2	55	3,35294118
92	2	3	4	5	4	4	5	4	3	4	5	3	4	2	1	3	3	59	3,47058824
93	3	3	4	5	3	4	5	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	68	4
94	3	4	5	4	3	5	4	3	2	3	1	3	4	5	3	3	1	55	3,29411765
95	3	4	5	4	3	4	3	5	4	2	3	4	2	1	1	2	4	54	3,17647059
96	3	4	5	4	5	4	3	3	3	4	5	4	5	4	5	5	5	71	4,17647059
97	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	68	4,23529412
98	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	64	3,76470588
99	3	4	5	4	5	4	3	5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	66	3,88235294
100	4	3	5	4	3	5	4	3	4	1	2	3	1	2	3	4	4	51	3,23529412

NO RESPONDEN	VARIABEL X2 ( ATURAN SYARIAH)															JUM LAH	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	5	70	4,666667
2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	67	4,466667
3	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	68	4,533333
4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	4	5	5	4	4	62	4,133333
5	3	2	3	1	3	5	4	5	4	3	2	4	5	3	3	50	3,333333
6	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	65	4,333333
7	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	64	4,266667
8	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	3	5	5	4	3	66	4,4
9	5	5	5	5	1	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	67	4,466667
10	5	5	4	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3	4	5	56	3,733333
11	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	61	4,066667
12	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	4	5	3	67	4,466667
13	4	5	5	1	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	58	3,866667
14	3	1	5	5	3	4	1	1	1	3	3	3	3	3	3	42	2,8
15	2	3	5	5	5	3	3	1	5	3	4	4	1	1	5	50	3,333333

NO RESPONDEN	VARIABEL X2 ( ATURAN SYARIAH)															JUM LAH	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
16	3	1	4	5	3	4	4	5	5	3	1	1	3	5	5	52	3,466667
17	5	1	2	1	1	2	4	3	4	2	1	5	4	4	3	42	2,8
18	5	4	2	3	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	59	3,933333
19	4	5	4	4	3	2	1	4	1	4	3	3	3	2	2	45	3
20	5	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	65	4,333333
21	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	67	4,466667
22	1	3	1	3	5	3	3	1	4	2	4	3	3	1	3	40	2,666667
23	3	4	1	5	3	3	1	1	1	3	3	3	3	5	4	43	2,866667
24	3	3	1	5	5	1	3	1	4	3	3	1	5	3	3	44	2,933333
25	3	4	5	1	5	3	4	5	3	1	2	1	1	3	5	46	3,066667
26	3	4	5	5	5	3	3	1	2	3	3	5	3	5	1	51	3,4
27	4	1	5	5	3	3	2	1	1	4	3	3	4	5	1	45	3
28	4	4	1	1	5	4	2	4	4	4	4	1	4	1	5	48	3,2
29	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	70	4,666667
30	5	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	4	5	66	4,4
31	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	4	3	65	4,333333
32	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	62	4,133333

NO RESPON DEN	VARIABEL X2 ( ATURAN SYARIAH)															JUM LAH	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
33	3	3	3	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	55	3,666667
34	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	60	4
35	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	62	4,133333
36	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	63	4,2
37	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	60	4
38	4	3	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	63	4,2
39	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	61	4,066667
40	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	65	4,333333
41	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	60	4
42	3	3	3	3	3	5	3	3	4	5	4	3	3	3	4	52	3,466667
43	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	64	4,266667
44	3	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	61	4,066667
45	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	64	4,266667
46	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	65	4,333333
47	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	67	4,466667
48	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	66	4,4
49	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	64	4,266667

NO RESPONDEN	VARIABEL X2 ( ATURAN SYARIAH)															Jumlah	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
50	4	3	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	60	4
51	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	65	4,333333
52	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	65	4,333333
53	3	2	3	4	4	4	3	5	4	2	3	5	3	1	2	48	3,2
54	4	5	3	5	5	5	3	4	5	5	3	3	5	3	3	61	4,066667
55	4	1	3	4	5	2	3	3	5	4	3	1	3	5	4	50	3,333333
56	4	5	3	5	4	2	3	3	5	4	3	3	4	3	3	54	3,6
57	4	5	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	5	3	54	3,6
58	3	3	5	5	5	1	3	3	5	2	1	2	3	3	5	49	3,266667
59	3	5	4	3	5	2	1	3	5	5	3	1	3	5	3	51	3,4
60	3	1	4	5	3	5	2	5	3	1	4	3	5	1	2	47	3,133333
61	3	1	5	5	3	3	1	3	5	4	3	3	1	4	5	49	3,266667
62	1	3	1	4	5	3	4	1	3	5	4	1	3	5	1	44	2,933333
63	3	5	4	4	2	5	3	4	5	5	3	5	3	1	4	56	3,733333
64	5	4	3	5	3	1	3	5	5	4	3	5	3	3	2	54	3,6
65	5	3	1	5	5	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	54	3,6
66	2	3	3	5	5	3	3	3	3	4	5	3	3	4	3	52	3,466667

NO RESPONDEN	VARIABEL X2 ( ATURAN SYARIAH)															Jumlah	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
67	5	5	1	3	5	3	4	3	5	4	2	4	2	3	5	54	3,6
68	5	4	3	5	1	4	3	4	5	2	4	4	3	3	4	50	3,6
69	5	5	4	3	1	5	4	5	1	1	3	3	5	4	4	53	3,533333
70	4	3	4	5	4	4	1	3	5	2	1	5	4	3	1	49	3,266667
71	5	5	3	5	5	1	1	3	5	5	1	3	3	3	1	49	3,266667
72	4	2	1	1	5	3	1	2	5	3	3	1	5	5	1	42	2,8
73	5	2	5	1	3	5	4	5	5	3	3	3	1	2	5	52	3,466667
74	4	5	4	1	1	3	5	4	3	3	5	3	3	5	3	52	3,466667
75	4	3	3	5	5	1	3	3	4	4	3	2	5	4	3	49	3,466667
76	3	4	4	4	1	3	3	5	5	2	4	4	5	3	3	53	3,533333
77	4	4	3	5	5	2	3	3	5	5	3	3	4	5	3	57	3,8
78	3	4	3	5	5	2	3	2	3	3	4	3	4	4	3	51	3,4
79	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	59	3,933333
80	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61	4,066667
81	4	4	4	3	5	3	5	3	4	4	3	4	4	4	3	57	3,8
82	4	3	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	57	4,133333
83	4	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	3	3	5	4	64	4,266667

NO RESPON DEN	VARIABEL X2 ( ATURAN SYARIAH)															JUM LAH	RATA-RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
84	5	5	4	5	5	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	62	4,133333
85	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	3	3	5	3	64	4,266667
86	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	65	4,333333
87	3	3	5	4	5	3	4	4	4	5	4	3	3	5	3	58	3,866667
88	2	3	4	1	1	4	4	5	5	3	3	4	4	4	3	50	3,333333
89	4	3	3	4	4	5	5	3	5	4	5	4	3	3	3	58	3,866667
90	3	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	2	1	2	3	52	3,466667
91	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	2	1	2	4	3	50	3,333333
92	3	4	5	5	4	3	4	5	3	2	3	3	3	5	5	57	3,8
93	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4	5	5	55	3,666667
94	3	4	2	5	3	4	2	5	4	3	2	1	1	2	3	44	2,933333
95	3	4	5	4	3	4	5	4	5	3	3	3	4	3	4	57	3,8
96	3	4	5	5	4	3	5	5	2	3	4	5	4	3	4	59	3,933333
97	4	3	5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	61	4,066667
98	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	4	60	4
99	4	3	5	4	5	5	5	4	3	4	5	4	3	4	4	62	4,133333
100	4	5	5	5	4	3	5	4	2	3	1	2	3	3	3	52	3,466667

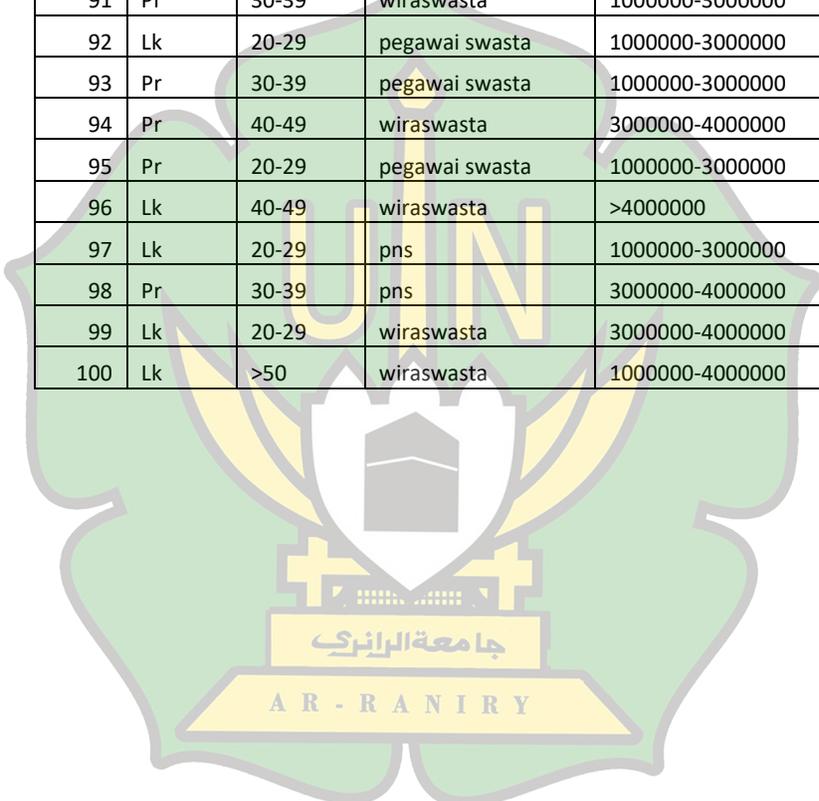
## Tabel Karakteristik Responden

No.	jenis kelamin	umur	Profesi	penghasilan
1	Lk	40-49	Wiraswasta	3000000-4000000
2	Pr	30-39	Pns	3000000-4000000
3	Pr	20-29	Wiraswasta	>4000000
4	Lk	20-29	Pns	1000000-3000000
5	Pr	40-49	Pns	3000000-4000000
6	Lk	40-49	Pns	3000000-4000000
7	Lk	30-39	Pns	3000000-4000000
8	Pr	20-29	lain-lain	1000000-3000000
9	Pr	40-49	Pns	3000000-4000000
10	Pr	>50	Pns	3000000-4000000
11	Lk	20-29	pegawai swasta	1000000-3000000
12	Pr	40-49	lain-lain	1000000-3000000
13	Lk	20-29	lain-lain	<5000000
14	Lk	>50	pegawai swasta	1000000-3000000
15	Pr	20-29	Pns	3000000-4000000
16	Lk	20-29	lain-lain	<5000000
17	Pr	40-49	lain-lain	1000000-3000000
18	Lk	20-29	Wiraswasta	>4000000
19	Pr	30-39	Pns	3000000-4000000
20	Lk	>50	Pns	>4000000
21	Pr	20-29	lain-lain	1000000-3000000
22	Pr	40-49	pegawai swasta	3000000-4000000
23	Lk	30-39	Wiraswasta	1000000-3000000
24	Lk	40-49	Wiraswasta	3000000-4000000
25	Pr	30-39	Wiraswasta	1000000-3000000
26	Pr	>50	Pns	3000000-4000000
27	Pr	>50	Pns	3000000-4000000

No.	jenis kelamin	umur	Profesi	penghasilan
28	Pr	40-49	Pns	1000000-3000000
29	Pr	30-39	lain-lain	1000000-3000000
30	Lk	40-49	pegawai swasta	3000000-4000000
31	Lk	30-39	pegawai swasta	3000000-4000000
32	Pr	40-49	pns	3000000-4000000
33	Lk	20-29	pegawai swasta	1000000-3000000
34	Pr	40-49	wiraswasta	1000000-3000000
35	Pr	30-39	pegawai swasta	1000000-3000000
36	Pr	30-39	pns	3000000-4000000
37	Lk	40-49	wiraswasta	3000000-4000000
38	Lk	30-39	pegawai swasta	3000000-4000000
39	Pr	20-29	pns	3000000-4000000
40	Lk	30-39	pns	1000000-3000000
41	Lk	40-49	wiraswasta	1000000-3000000
42	Pr	30-30	pegawai swasta	1000000-3000000
43	Lk	40-49	pegawai swasta	1000000-3000000
44	Pr	20-29	wiraswasta	1000000-3000000
45	Lk	40-49	Pns	3000000-4000000
46	Pr	20-29	Pns	1000000-3000000
47	Lk	40-49	wiraswasta	3000000-4000000
48	Pr	30-39	wiraswasta	1000000-3000000
49	Pr	30-39	pegawai swasta	3000000-4000000
50	Lk	30-39	pegawai swasta	1000000-3000000
51	Lk	40-49	lain-lain	3000000-4000000
52	Lk	40-49	wiraswasta	3000000-4000000
53	Pr	40-49	pegawai swasta	3000000-4000000
54	Lk	20-29	wiraswasta	1000000-3000000
55	Lk	40-49	pegawai swasta	3000000-4000000
56	Lk	30-39	Pns	1000000-3000000
57	Pr	30-39	pegawai swasta	1000000-3000000

No.	jenis kelamin	umur	Profesi	penghasilan
58	Lk	40-49	wiraswasta	1000000-3000000
59	Lk	30-39	Pns	3000000-4000000
60	Pr	30-39	wiraswasta	1000000-3000000
61	Pr	30-39	Pns	3000000-4000000
62	Lk	30-39	pegawai swasta	3000000-4000000
63	Lk	30-39	pegawai swasta	1000000-3000000
64	Pr	30-39	wiraswasta	1000000-3000000
65	Lk	40-49	Pns	3000000-4000000
66	Lk	40-49	Pns	3000000-4000000
67	Pr	20-29	wiraswasta	1000000-3000000
68	Pr	>50	wiraswasta	>4000000
69	Pr	40-49	pegawai swasta	1000000-3000000
70	Lk	30-39	Pns	1000000-3000000
71	Lk	>50	Pns	3000000-4000000
72	Pr	20-29	wiraswasta	1000000-3000000
73	Lk	>50	lain-lain	1000000-3000000
74	Pr	40-49	wiraswasta	1000000-3000000
75	Lk	30-39	wiraswasta	3000000-4000000
76	Pr	40-49	pns	3000000-4000000
77	Pr	>50	wiraswasta	1000000-3000000
78	Lk	20-29	pegawai swasta	1000000-3000000
79	Lk	40-49	pns	3000000-4000000
80	Lk	30-39	pns	1000000-3000000
81	Pr	30-39	lain-lain	1000000-3000000
82	Pr	30-39	wiraswasta	>4000000
83	Lk	20-29	wiraswasta	1000000-3000000
84	Pr	30-39	wiraswasta	1000000-3000000
85	Pr	40-49	pns	>4000000
86	Pr	30-39	wiraswasta	3000000-4000000
87	Lk	30-39	pegawai swasta	1000000-3000000

No.	jenis kelamin	umur	Profesi	penghasilan
88	Pr	20-29	pns	1000000-3000000
89	Lk	30-39	wiraswasta	>4000000
90	Lk	20-29	pegawai swasta	1000000-3000000
91	Pr	30-39	wiraswasta	1000000-3000000
92	Lk	20-29	pegawai swasta	1000000-3000000
93	Pr	30-39	pegawai swasta	1000000-3000000
94	Pr	40-49	wiraswasta	3000000-4000000
95	Pr	20-29	pegawai swasta	1000000-3000000
96	Lk	40-49	wiraswasta	>4000000
97	Lk	20-29	pns	1000000-3000000
98	Pr	30-39	pns	3000000-4000000
99	Lk	20-29	wiraswasta	3000000-4000000
100	Lk	>50	wiraswasta	1000000-4000000



# Lampiran 4 Hasil SPSS

## A. VALIDITY CHECK

		Correlations														
		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	P10	p11	p12	p13	p14	pTotal
pelayanan1	poor	1	.191	.198	.169	.051	.240	.129	.032	.210	.205	.150	.040	.261**	.048	.439**
	Sig. (2-tailed)		.057	.048	.094	.616	.016	.201	.751	.036	.041	.135	.694	.009	.632	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
pelayanan2	Pearson Correlation	.191	1	.385**	-.239*	-.166	-.165	.083	.325**	-.228*	.022	.339**	.165	.106	.112	.544**
	Sig. (2-tailed)	.057		.000	.010	.100	.100	.410	.001	.023	.829	.001	.101	.296	.265	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
pelayanan3	Pearson Correlation	.198	.385**	1	-.209*	-.386**	-.161	-.263**	.190	.419**	.252	.195	.193	.293**	.232*	.704**
	Sig. (2-tailed)	.057	.000		.030	.000	.100	.005	.000	.011	.052	.054	.003	.020	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
pelayanan4	Pearson Correlation	.169	.239*	.209*	1	.097	.038	.004	-.205*	.212*	.179	.049	-.008	.148	.100	.421**
	Sig. (2-tailed)	.090	.010	.030		.337	.711	.968	.041	.035	.074	.626	.938	.141	.320	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
pelayanan5	Pearson Correlation	.051	.166	.386**	.097	1	.113	.112	.134	.051	.402	.211*	.388**	.100	.004	.513**
	Sig. (2-tailed)	.610	.100	.000	.337		.262	.269	.183	.617	.000	.035	.000	.322	.970	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
pelayanan6	Pearson Correlation	.240	.165	.169	.038	.113	1	.138	.012	.068	.155	.036	.027	.047	.132	.340**
	Sig. (2-tailed)	.016	.100	.100	.711	.262		.172	.908	.499	.123	.719	.793	.645	.189	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
pelayanan7	Pearson Correlation	.129	.083	.263**	.004	.113	.138	1	.017	.073	.104	.072	.196	.153	.122	.375**
	Sig. (2-tailed)	.201	.410	.000	.968	.262	.172		.864	.470	.302	.477	.050	.129	.225	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
pelayanan8	Pearson Correlation	.032	.320	.190	.209*	.133	.010	.017	1	.247	.126	-.064	.050	.251*	.068	.388**
	Sig. (2-tailed)	.750	.000	.050	.041	.183	.908	.864		.013	.211	.524	.625	.012	.501	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
pelayanan9	Pearson Correlation	.210	.228*	.419**	.210	.051	.068	.073	.241*	1	.007	-.078	.040	-.007	.119	.378**
	Sig. (2-tailed)	.036	.020	.000	.030	.616	.490	.470	.013		.948	.441	.689	.946	.238	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
p10	Pearson Correlation	.205	.022	.250*	.170	.402	.155	.104	.120	.070	1	.154	.313**	.362**	.163	.548**
	Sig. (2-tailed)	.048	.820	.010	.070	.000	.120	.300	.210	.940		.125	.002	.000	.105	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
pelayanan11	poor	.150	.330	.190	.040	.210	.030	.070	.060	.070	.154	1	.263**	-.018	.303**	.412**
	Sig. (2-tailed)	.135	.000	.050	.620	.030	.710	.470	.520	.440	.125		.008	.856	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
pelayanan12	Pearson Correlation	.040	.160	.190	.000	.380	.020	.190	.050	.040	.313**	.263**	1	.090	.044	.448**
	Sig. (2-tailed)	.690	.100	.050	.930	.000	.790	.050	.620	.680	.002	.008		.374	.664	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
pelayanan13	Pearson Correlation	.261**	.100	.290	.140	.100	.040	.150	.250	.000	.362**	-.018	.090	1	-.131	.432**
	Sig. (2-tailed)	.000	.290	.000	.140	.320	.640	.120	.010	.940	.000	.856	.374		.196	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
pelayanan14	Pearson	.04	.11	.23	.10	.00	.13	.12	.06	.11	.163	.303**	.044	-.131	1	.378**
	Correlati	8	2	2*	0	4	2	2	8	9						
	on															
	Sig. (2-	.63	.26	.02	.32	.97	.18	.22	.50	.23	.105	.002	.664	.196		.000
tailed)	2	5	0	0	0	9	5	1	8							
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
PelayananTotal	Pearson	.43	.54	.70	.42	.51	.34	.37	.38	.37	.548**	.412**	.448**	.432**	.378**	1
	Correlati	9**	4**	4**	1**	3**	0**	5**	8**	8**						
	on															
	Sig. (2-	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000	.000	.000	.000	.000	
tailed)	0	0	0	0	0	1	0	0	0							
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

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

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



Correlations

	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12	a13	a14	a15	ATotal
Pearson Correlation																
Sig. (2-tailed)	1	.197*	.279**	0.08	0.158	0.155	.267**	0.119	0.012	.254*	-0.098	0.119	-0.097	0.157	0.166	.393**
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.197*	1	0.136	0.119	.226*	0.099	0.154	0.095	0.175	0.013	.220*	0.095	0.082	.301**	0.112	.477**
Sig. (2-tailed)	0.049		0.179	0.239	0.024	0.325	0.126	0.345	0.082	0.901	0.028	0.345	0.416	0.002	0.268	0
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.279**	0.136	1	0.143	.200*	.392**	.351**	0.045	0.011	0.12	-0.006	0.045	0.119	.231*	0.093	.474**
Sig. (2-tailed)	0.005	0.179		0.155	0.046	0	0	0.66	0.91	0.233	0.953	0.66	0.239	0.021	0.358	0
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	0.08	0.119	0.143	1	0.026	0.109	.389**	0.104	.298**	.213*	.231*	0.104	.270**	.384**	-0.068	.537**
Sig. (2-tailed)	0.43	0.239	0.155		0.796	0.279	0	0.305	0.003	0.034	0.021	0.305	0.007	0	0.501	0
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	0.158	.226*	.200*	0.026	1	0.066	.240*	0.026	0.068	0.05	0.061	0.026	-0.053	0.049	-0.02	.320**
Sig. (2-tailed)	0.116	0.024	0.046	0.796		0.515	0.016	0.796	0.503	0.618	0.547	0.796	0.602	0.631	0.842	0.001
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	0.155	0.099	.392**	0.109	0.066	1	.212*	0.046	0.168	0.024	0.087	0.046	0.107	.296**	0.092	.456**
Sig. (2-tailed)	0.124	0.325	0	0.279	0.515		0.034	0.648	0.095	0.815	0.388	0.648	0.29	0.003	0.362	0
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.267**	0.154	.351**	.389**	.240*	.212*	1	0.168	0.135	0.179	0.169	0.168	.314**	0.195	-0.074	.603**
Sig. (2-tailed)	0.007	0.126	0	0	0.016	0.034		0.095	0.18	0.075	0.092	0.095	0.001	0.052	0.466	0
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	0.119	0.095	0.045	0.104	0.026	0.046	0.168	1	0.116	-0.077	-0.083	1.000**	-0.071	0.194	-0.102	.370**
Sig. (2-tailed)	0.239	0.345	0.66	0.305	0.796	0.648	0.095		0.251	0.447	0.41	0	0.486	0.053	0.314	0
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	0.012	0.175	0.011	.298**	0.068	0.168	0.135	0.116	1	-0.061	0.131	0.116	0.003	.295**	0.004	.386**
Sig. (2-tailed)	0.909	0.082	0.91	0.003	0.503	0.095	0.18	0.251		0.546	0.195	0.251	0.975	0.003	0.972	0
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.254*	0.013	0.12	.213*	0.05	0.024	0.179	-0.077	-0.061	1	-0.011	-0.077	.217*	0.085	-0.008	.303**
Sig. (2-tailed)	0.011	0.901	0.233	0.034	0.618	0.815	0.075	0.447	0.546		0.912	0.447	0.03	0.401	0.935	0.002
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	-0.098	.220*	-0.006	.231*	0.061	0.087	0.169	-0.083	-0.131	-0.011	1	-0.083	.227*	.236*	.339**	.418**
Sig. (2-tailed)	0.334	0.028	0.953	0.021	0.547	0.388	0.092	0.41	0.195	0.912		0.41	0.023	0.018	0.001	0
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	0.119	0.095	0.045	0.104	0.026	0.046	0.168	1.000**	0.116	-0.077	-0.083	1	-0.071	0.194	-0.102	.370**
Sig. (2-tailed)	0.239	0.345	0.66	0.305	0.796	0.648	0.095	0	0.251	0.447	0.41		0.486	0.053	0.314	0
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	-0.097	0.082	0.119	.270**	-0.053	0.107	.314**	-0.071	0.003	.217*	.227*	-0.071	1	0.132	0.178	.403**
Sig. (2-tailed)	0.335	0.416	0.239	0.007	0.602	0.29	0.001	0.486	0.975	0.03	0.023	0.486		0.191	0.076	0
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	0.157	.301**	.231*	.384**	0.049	.296**	0.195	0.194	.295**	0.085	.236*	0.194	0.132	1	0.112	.601**
Sig. (2-tailed)	0.119	0.002	0.021	0	0.631	0.003	0.052	0.053	0.003	0.401	0.018	0.053	0.191		0.265	0
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	0.166	0.112	0.093	-0.068	-0.02	0.092	-0.074	-0.102	0.004	-0.008	.339**	-0.102	0.178	0.112	1	.292**
Sig. (2-tailed)	0.099	0.268	0.358	0.501	0.842	0.362	0.466	0.314	0.972	0.935	0.001	0.314	0.076	0.265		0.003
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.393**	.477**	.474**	.537**	.320**	.456**	.603**	.370**	.386**	.303**	.418**	.370**	.403**	.601**	.292**	1
Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0.001	0	0	0	0	0	0.002	0	0	0	0	0.003
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

### Correlations

		minat1	minat2	minat3	minat4	minat5	minat6	minat7	minat8	minat9	nTotal
minat1	Pearson Correlation	1	.246*	.349**	.116	.113	.124	.098	.162	.105	.497**
	Sig. (2-tailed)		.014	.000	.248	.263	.220	.334	.108	.299	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
minat2	Pearson Correlation	.246*	1	-.015	.016	.136	.133	.122	.156	.078	.391**
	Sig. (2-tailed)	.014		.884	.873	.176	.187	.227	.120	.441	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
minat3	Pearson Correlation	.349**	-.015	1	.305**	.052	.138	.218*	.184	.312**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.000	.884		.002	.604	.172	.030	.066	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
minat4	Pearson Correlation	.116	.016	.305**	1	.092	.169	.161	.081	.120	.471**
	Sig. (2-tailed)	.248	.873	.002		.362	.092	.110	.422	.236	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
minat5	Pearson Correlation	.113	.136	.052	.092	1	.158	.187	.286**	.477**	.534**
	Sig. (2-tailed)	.263	.176	.604	.362		.117	.062	.004	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
minat6	Pearson Correlation	.124	.133	.138	.169	.158	1	.049	.074	.283**	.452**
	Sig. (2-tailed)	.220	.187	.172	.092	.117		.628	.464	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
minat7	Pearson Correlation	.098	.122	.218*	.161	.187	.049	1	.171	.270**	.508**
	Sig. (2-tailed)	.334	.227	.030	.110	.062	.628		.089	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
minat8	Pearson Correlation	.162	.156	.184	.081	.286**	.074	.171	1	.304**	.511**
	Sig. (2-tailed)	.108	.120	.066	.422	.004	.464	.089		.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
minat9	Pearson Correlation	.105	.078	.312**	.120	.477**	.283**	.270**	.304**	1	.645**
	Sig. (2-tailed)	.299	.441	.002	.236	.000	.004	.007	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MinatTotal	Pearson Correlation	.497**	.391**	.577**	.471**	.534**	.452**	.508**	.511**	.645**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

## B. RELIABILITY CHECK

Scale: Minat(Y)  
Pelayanan(X1)

Scale: Aturan(X2)

Scale:

Reliability Stat		Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N	Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.645		.676	15	.701	14

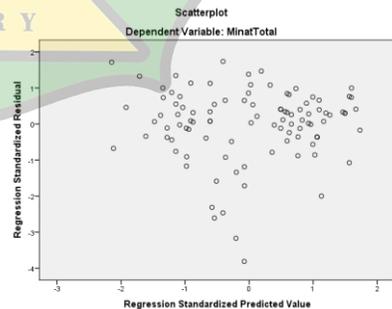
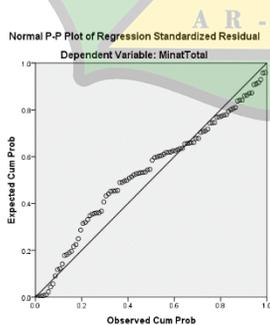
## C. Normality Check

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,694	1,851		1,455	,149
1 Pelayan aturan syariah	,026	,037	,092	,686	,495
	-,029	,037	-,104	-,778	,438

a. Dependent Variable: RES2

## Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Metode Glejser



Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pelayanan	0,573	1,746
Prinsip syar'ah	0,573	1,746

REGRESSION TEST

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.670 <sup>a</sup>	.449	.437	3.80435	2.068

a. Predictors: (Constant), PelayananTotal, AturanTotal

b. Dependent Variable: MinatTotal

Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.670 <sup>a</sup>	.449	.437	3.80435	2.068

Uji F-simultan (*anova test*)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1141.822	2	570.911	39.446	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1403.888	97	14.473		
	Total	2545.710	99			

a. Dependent Variable: MinatTotal

b. Predictors: (Constant), PelayananTotal, AturanTotal

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta		Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.630	3.537	.178	.859	-6.391	7.651		
AturanTotal	-.342	.066	-.463	.001	-.210	-.474	.704	1.420
PelayananTotal	.226	.069	.294	.002	.089	.363	.704	1.420

a. Dependent Variable: MinatTotal

## Karakteristik Responden

### **penghasilan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<5000000	2	2,0	2,0	2,0
>4000000	8	8,0	8,0	10,0
Valid 1000000-3000000	49	49,0	49,0	59,0
1000000-4000000	1	1,0	1,0	60,0
3000000-4000000	40	40,0	40,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

### **Umur**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
>50	10	10,0	10,0	10,0
20-29	24	24,0	24,0	34,0
Valid 30-30	1	1,0	1,0	35,0
30-39	34	34,0	34,0	69,0
40-49	31	31,0	31,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

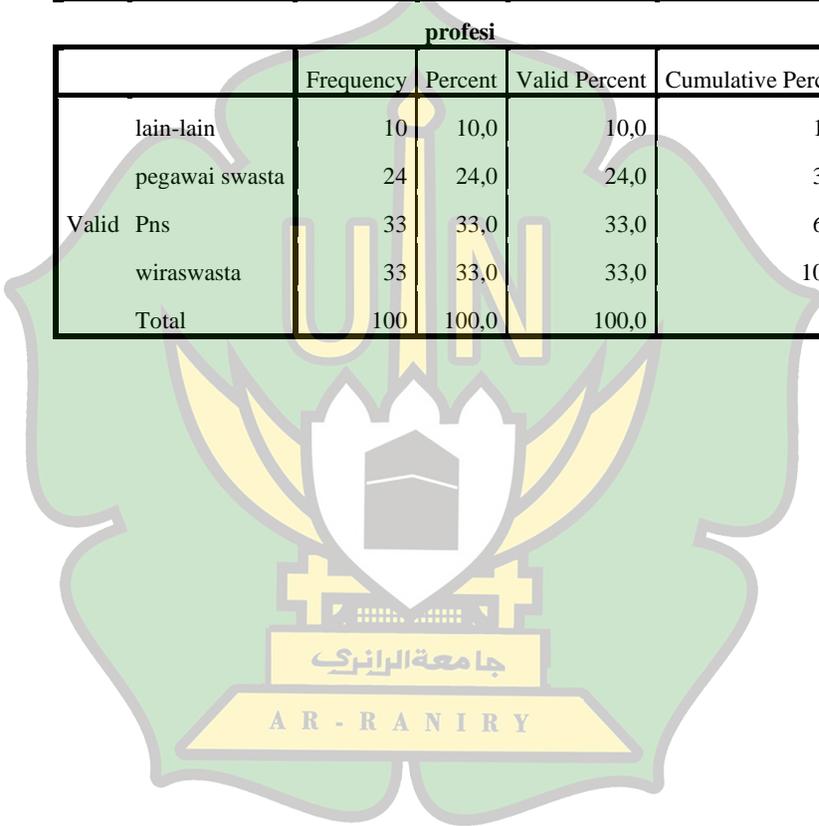
AR - R A N I R Y

### Jeniskelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Lk	50	50,0	50,0	50,0
Valid Pr	50	50,0	50,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

### profesi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
lain-lain	10	10,0	10,0	10,0
pegawai swasta	24	24,0	24,0	34,0
Valid Pns	33	33,0	33,0	67,0
wiraswasta	33	33,0	33,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



## Lampiran 5 Dokumentasi

Wawancara bersama menejer hotel



Mushalla Hotel Grand Aceh Syariah

