

SKRIPSI

**PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAM PADA HOTEL BERBASIS
SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro)**

Oleh:

**NADIA ALMAS
NPM. 14118834**



**Jurusan Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1440 H / 2019 M**

**PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAM PADA HOTEL BERBASIS
SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
NADIA ALMAS
NPM. 14118834

Pembimbing I : Suci Hayati, S.Ag.,M.S.I
Pembimbing II : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

Jurusan Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1440 H / 2019 M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAM PADA HOTEL BERBASIS SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro)**

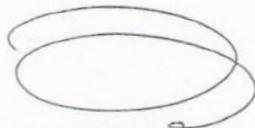
Nama : **NADIA ALMAS**
NPM : 14118834
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Januari 2019

Pembimbing I,



Suci Hayati, S.Ag. M.S.I
NIP. 19770309 200312 2 003

Pembimbing II,



Rina El Maza, M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. : 0206/In. 28. 3/D/PP.00.9/01/2019

Skripsi dengan Judul: PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAM PADA HOTEL BERBASIS SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro), disusun Oleh: NADIA ALMAS, NPM: 14118834, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jum'at/11 Januari 2019.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Suci Hayati, S.Ag. M.S.I

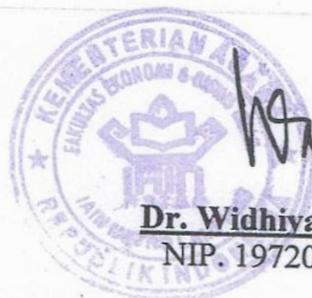
Penguji I : Hermanita, SE.MM.

Penguji II : Rina El Maza, M.S.I

Sekretaris : Liana Dewi Susanti, M.E.Sy

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Nadia Almas**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **NADIA ALMAS**
NPM : 14118834
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAM PADA HOTEL
BERBASIS SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus di Hotel Syariah
Grand S'kuntum Kota Metro)**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Januari 2019

Pembimbing I,


Suci Hayati, S.Ag. M.S.I
NIP. 19770309 200312 2 003

Pembimbing II,


Rina El Maza, M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

**PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAM PADA HOTEL BERBASIS SYARIAH
DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(Studi kasus di Hotel Syariah Grand S’kuntum Kota Metro)**

ABSTRAK

Oleh

NADIA ALMAS

Bisnis pariwisata syariah terutama hotel syariah menjadi salah satu sektor bisnis yang menawarkan keuntungan yang menggiurkan. Dimana semua masyarakat modern yang pergi keluar kota dengan urusan pekerjaan atau sekedar berlibur sangat memerlukan jasa penginapan atau hotel. Salah satu bentuk perhatian pemerintah terhadap perkembangan bisnis syariah terutama hotel syariah ditunjukkan dengan adanya peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif no. 2 tahun 2014, tentang pedoman penyelenggaraan usaha Hotel Syariah yang menjadi landasan bagi para pengusaha pariwisata syariah untuk mendirikan usaha hotel yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana penerapan nilai-nilai Islam pada Hotel berbasis syariah dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen di Hotel syariah Grand S’kuntum Kota Metro. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan cara berfikir induktif.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Nilai-Nilai Islam dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan diterapkannya pelayanan Islami memberikan rasa kepuasan bagi konsumen sehingga konsumen menjadi loyal. Menerapkan operasional Hotel berbasis syariah dan pelayanan Islam pada konsumen memberikan keuntungan baik dari segi *financial* maupun nama baik citra Hotel. Penerapan nilai Islam dimulai dari produk, pelayanan dan pengelolaan, fasilitas yang ada di hotel grand S’kuntum juga sangat memadai dan jauh dari kemaksiatan.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NADIA ALMAS
NPM : 14118834
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Januari 2019

Yang menyatakan,



Nadia Almas
NPM. 14118834

MOTTO

... وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya: *dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan. (Q.S. Qashash: 77)*¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), h. 315

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, peneliti persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayahanda Purnomo dan Ibunda Maryana, yang senantiasa berdo'a, memberikan kesejukan hati, dan memberikan dorongan demi keberhasilan peneliti.
2. Kakakku tercinta David Eka Praman Putra dan adikku tersayang Figo, yang senantiasa memberikan motivasi kepada peneliti.
3. Almamater IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

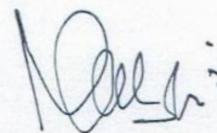
Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro,
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Rina El Maza, M.S.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Ibu Suci Hayati, S.Ag. M.S.I, selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Rina El Maza, M.S.I, selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, Januari 2019
Penulis,



Nadia Almas
NPM. 14118834

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
D. Penelitian Relevan	11
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Nilai-Nilai Islam.....	14
1. Pengertian Nilai-Nilai Islam.....	14
2. Tujuan dan Fungsi Nilai-Nilai Islam	17
3. Konsep Nilai-nilai Islam pada hotel syariah	18
B. Hotel Syariah	30
1. Pengertian Hotel Syariah	30
2. Perbedaan Hotel Syariah dengan Hotel Konvensional.....	30
C. Loyalitas Konsumen	32
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	32
2. Faktor-Faktor Loyalitas Konsumen	33
3. Pengukuran Kepuasan Konsumen	36

4. Strategi Meningkatkan dan Mempertahankan Loyalitas Konsumen	38
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	43
B. Sumber Data	44
C. Teknik Pengumpulan Data	47
D. Teknik Analisa Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran umum Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro	51
1. Sejarah Berdirinya Hotel Syariah Grand Sekuntum.....	51
2. Visi misi Hotel syariah Grand Sekuntum	52
3. Strukur Organisasi Hotel Syariah Grand Sekuntum.....	54
4. Fasilitas Hotel Syariah Grand Skuntum	56
B. Penerapan Nilai-Nilai Islam pada Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro	57
C. Pengaruh Nilai- nilai Islam terhadap Loyalitas Konsumen pada Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro	61
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Jumlah Tamu Hotel Syari'ah Grand S'kuntum 5 Bulan Terakhir	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Strukur Organisasi Hotel Syariah Grand Sekuntum.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Izin Research
7. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Foto-foto Penelitian
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka
10. Riwayat Hidup

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam memperkenalkan konsep halal haram dalam sistem ekonominya. Sebenarnya fondasi perekonomian Islam terletak pada konsep ini. Konsep ini memegang peranan sangat penting baik dalam wilayah produksi maupun konsumsi. Beberapa cara dan alat tertentu untuk mencari nafkah dan harta dinyatakan haram seperti bunga, suap, judi dan *game of change*, spekulasi, pengurangan UUT (ukuran timbangan takaran), dan malpraktik bisnis.

Cara dan alat mencari harta yang haram itu dengan tegas dilarang dan seorang pemeluk Islam hanya diperkenankan memilih yang halal dan jujur saja. Demikian pula di bidang konsumsi, beberapa jenis barang makanan dinyatakan haram seperti, bangkai binatang, darah, daging babi, dan binatang yang disembelih dalam nama selain Allah. Bahkan beberapa jenis pengeluaran uang tertentu seperti untuk membeli minuman keras, narkoba, pesta pora yang berlebihan, pelacur, pornografi, barang-barang yang mendorong kecabulandan ketidaksopanan, lotre dan judi dengan tegas dinyatakan terlarang², dengan upaya untuk memajukan ekonomi, memproduksi barang dan jasa dalam kegiatan produksi, dan mengkonsumsi hasil-hasil produksi serta mendistribusikannya, seharusnya berpijak kepada ajaran agama, artinya apabila mengacu pada ajaran Islam, tujuan hidup *mardatillah* harus

² Muhammad Syarif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar*, (Jakarta: Kencana Perada Media Group, 2012), h. 9.

mendasari(mengilhami dan mengharamkan) konsistensi antara niat (*li Allah ta ala*) dan cara-cara untuk memperoleh tujuan berekonomi (*kai fiat*)³

Seiring berkembangnya waktu ekonomi Islam terus berkembang seperti munculnya Bank-bank Islam. Lembaga perbankan Islam mengalami perkembangan yang amat pesat dengan lahirnya *Islamic Development Bank*(IDB) pada tahun 1975 yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan sosial bagi negara-negara anggota masyarakat muslim pada umumnya.⁴

Pada saat ini dunia usaha berkembang menjadi sistem berbasis syariah, seperti pegadaian syariah, Finance syariah. Tidak hanya didunia keuangan syariah yang berkembang, namun pada saat ini wisata syariah berkembang seperti munculnya Hotel-hotel syariah.Data LPPOM MUI pada tahun 2015 menunjukkan jumlah produk yang didaftarkan sebanyak 35.962 meningkat 3 kali lipat dibandingkan tahun 2009 yang hanya 10.550. Peningkatan yang dratis ini menandakan bahwa kepedulian masyarakat akan gaya hidup halal terus meningkat dari tahun ke tahun.⁵

Hotel syariah yang dimaksud disini adalah hotel yang menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan, dan minum, serta jasa lainnya. Tempat menginap yang aman dari hal-hal negative, ramah dalam suasana

³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012).h.3.

⁴ Warkum sumitro, *Asas- asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga terkait*,(Jakarta :Raja Grafindo Persada).h.2.

⁵ Muhammad Rayhan Janitra, *Hotel Syariah konsep dan Penerapannya*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), h. 9.

religious.⁶Hotel syariah dapat dikatakan sebagai hotel yang muncul dan mengurangi citra bahwa hotel yang kebanyakan dipandang masyarakat awam sebagai tempat untuk perzinahan, narkoba, dan perbuatan negative lainnya.

Berdirinya Hotel Sofyan sebagai pelopor Hotel Syariah di Indonesia telah menjadi ikon utama serta *role model* perkembangan hotel berbasis syariah di Indonesia. Berdiri sejak 1993, keberadaanya kini mampu bersaing dengan hotel lainnya. Prestasi Hotel Sofyan ini menyampaikan pesan kepada seluruh masyarakat bahwa syariah bukan menjadi penghalang seseorang mendapatkan profit, justru mendapatkan dua keuntungan dalam usaha hotel syariah, yaitu profit dunia dan akhirat.⁷

Menteri pariwisata dan telekomunikasi memberikan pengertian, hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial, serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan. Ketentuan ini juga menyatakan bahwa manajemen hotel wajib memberikan perlindungan kepada para tamu, menjaga martabat, serta mencegah penggunaan hotel untuk perjudian, penggunaan obat bius, kegiatan-kegiatan yang melanggar kesusilaan, keamanan dan ketertiban umum.⁸

Keputusan Menteri tersebut, menunjukkan bahwa penawaran jasa hotel pada dasarnya tidak menyimpang dari tuntunan agama Islam, namun dalam

⁶*Ibid*

⁷*Ibid*

⁸ Widyarini, "Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta", Ekbisi, Vol. VIII, No. 1, Desember 2013, h, 2

pelaksanaannya terjadi banyak penyimpangan serta tidak ada tindakan nyata dari pemerintah. Kondisi ini memunculkan peluang bisnis bagi pemilik atau pengelola hotel yang ingin memperbaiki image negatif yang menerpa usaha perhotelan, dengan cara mendirikan hotel syariah. Dengan memunculkan nama syariah, tentunya ada beberapa konsekuensi yang harus dilakukan oleh manajemen guna mengaplikasikan larangan yang ada di dalam Al-Qur'an dan Hadis.

Permasalahan yang muncul adalah: “Apakah Hotel Syariah dalam pelaksanaannya telah terbebas dari tindakan haram? Hal ini perlu dipertegas guna membedakan dengan hotel konvensional. Sehingga “syariah” tidak hanya sekedar label, namun benar-benar menerapkan konsep syariah Islam di dalam menjalankan operasional hotel.⁹

Hotel syariah dalam praktiknya harus menyesuaikan kegiatan bisnisnya dengan prinsip hukum Islam yang sudah diatur oleh legislator. Penyesuaiannya yang dimaksud adalah harus memenuhi klasifikasi dan kualifikasi yang telah disusun oleh Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) tentang standar hotel syariah. Dengan merujuk pada standar tersebut, maka sebuah hotel bisa masuk ke dalam kriteria Hotel Syariah.

Perusahaan perhotelan wajib memiliki sertifikatusaha pariwisata untuk bisa mendapatkan sertifikat dan penerbitan sertifikat usaha Hotel syariah, pengusaha hotel di Indonesia harus dinilai berdasarkan pemenuhan

⁹*Ibid.*,h.2.

persyaratan dasar yang dilakukan oleh *lembaga sertifikasi usaha (LSU) Bidang pariwisata secara teransfaran, objektif, dan kredibel* sesuai dengan tata cara sertifikasi usaha pariwisata. Selain lulus LSU pengusaha juga dituntut untuk memenuhi dan melaksanakan Kriteria mutlak usaha hotel syari'ah yang diatur oleh DSN-MUI.

Hotel syari'ah dibagi menjadi dua golongan, yaitu: (1) Hotel syariah Hilal 1 yaitu penggolongan untuk hotel syariah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria usaha Hotel syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan minimal wisatawan Muslim. Dengan kata lain, memenuhi sebagian unsur syariah sesuai dengan penilaian usaha hotel syariah yang ditentukan oleh DSN-MUI. (2) Hotel syariah Hilal 2 yaitu penggolongan untuk usaha hotel syariah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria Usaha Hotel Syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan moderat wisatawan muslim. Bisadikatakan kategori ini berarti memenuhi unsur syariah sesuai dengan penilaian usaha hotel yang ditentukan juga oleh DSN-MUI.

Setelah dapat memenuhi segala Ketentuan yang telah disyaratkan mendapatkan sertifikat Usaha Hotel syariah dari DSN-MUI, sehingga secara legal bisa menjalankan aktivitas bisnisnya sebagai hotel syariah. Ketentuan terbagi atas 3 aspek, yaitu produk yang dijual oleh Hotel, pelayanan yang diberikan kepada para tamu, dan pengelolaan hotel tersebut. Objek penilaian terbagi menjadi dua kriteria, yaitu kriteria Mutlak (wajib dipenuhi dan dilaksanakan) Dan Kriteria Tidak Mutlak (Dapat dilaksanakan).¹⁰

¹⁰Muhammad Rayhan Janitr., *Hotel Syariah..* h.13-14.

Dalam perspektif Islam terdapat dua sumber nilai, yakni Tuhan dan Manusia. Nilai yang datang dari Tuhan adalah ajaran-ajaran tentang kebaikan yang terdapat dalam kitab suci.¹¹ Agama Islam memiliki tiga aspek utama yakni aspek aqidah, aspek syariah dan aspek akhlak. Aqidah disebut juga iman. Sedangkan syariah adalah Islam dan akhlak disebut juga ihsan. Aqidah menunjukkan kebenaran Islam, syariah menunjukkan keadilan Islam dan akhlak menunjukkan keindahan Islam.¹²

Perkembangan dan peningkatan di dalam sebuah sektor jasa pelayanan perhotelan saat ini cukup pesat sehingga membawa perubahan pada pola hidup masyarakat dan tingkat kebutuhan hidup masyarakat akan jasa sebuah perhotelan. Jumlah perusahaan dalam kategori jasa perhotelan dari tahun ke tahun semakin meningkat dan menjadi perhatian masyarakat sehingga masalah loyalitas konsumen sangatlah penting untuk diperhatikan oleh perusahaan.¹³

Menurut Frandy Tjiptono dan Gregorius Candra dalam Doni Juni Priansa menyatakan Loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, yang tercermin dari sikap yang sangat positif dan wujud perilaku pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen tersebut secara konsisten.¹⁴

¹¹ Nasri Kurnialoh, "Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Dalam Serat Sastra *Gendhing*" dalam Jurnal Kebudayaan Islam Vol. 13, No. 1, Januari-Juni 2015, h. 100.

¹² Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h.2.

¹³ Siti Rohmatul Isnaini "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kemampuan Manajerial, Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Familie 2", Kearsipan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro, 2017, h. 2.

¹⁴ Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h.216.

Hotel berbasis syariah merupakan wajah baru di dunia perhotelan yang mulai berkembang di Kota Metro salah satunya yaitu hotel syariah GrandS'kuntum yang mulai beroperasi pada tahun 2014 walaupun masih terbilang baru namun Hotel tersebut sudah menarik banyak wisatawan untuk menginap di hotel tersebut dilihat pada tahun 2017 hotel tersebut menunjukkan jumlah pengunjung/wisatawan sebanyak 9000 meningkat 3 kali lipat dibandingkan tahun 2014 yang hanya 3600 pengunjung. Tidak hanya dari dalam Lampung namun pengunjung di hotel Syariah GrandS'kuntum berasal dari manca Negara.¹⁵ Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan pelanggan adalah memperhatikan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan peneliti, didapatkan informasi bahwa pengunjung/wisatawan yang menginap di hotel Syariah GrandS'kuntum Metro tidak hanya orang-orang yang beragama Islam saja, namun banyak juga orang-orang non muslim yang datang menginap serta mentaati peraturan yang ada di hotel. Karena hotel GrandS'kuntum berlabel Syariah maka banyak peraturan yang harus ditaati oleh pengunjung baik itu Muslim maupun non Muslim.¹⁶

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Marubut, konsumen yang berasal dari Bandar Lampung, didapatkan informasi bahwa bapak marubud berkunjung hampir setiap bulan dan mulai berkunjung sejak awal tahun 2015 hingga sekarang tahun 2018, beliau memilih hotel Syariah GrandS'kuntum

¹⁵ Wawancara dengan Ibu Ike Ningtiyas sebagai *Resceptionis* Hotel syariah GrandS'kuntum pada tanggal 11 Mei 2018

¹⁶ Wawancara dengan Bapak Efril Hadi sebagai manajer Hotel syariah GrandS'kuntum pada tanggal 11 Mei 2018

karena hotel tersebut tempatnya strategis di dekat kota dan yang menarik yaitu hotel itu berbasis syariah, sehingga beliau merasa lebih aman dan nyaman.¹⁷

Informasi yang hampir sama dikemukakan pula Ibu Praja sebagai tamu yang menginap di hotel Syariah GrandS'kuntum ia memilih menginap di hotel tersebut sudah sejak tahun 2016 karena tempatnya bernuansa Islam dan tempatnya bersih fasilitasnya juga bagus tuturnya kolamnya terpisah antar laki-laki dan perempuan dan harganya terjangkau¹⁸.

Selanjutnya menurut ibu Vivit, konsumen yang berasal dari Bandar Lampung, beliau memilih hotel tersebut karena tempatnya strategis di pusat kota sehingga memudahkan beliau dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.¹⁹

Menurut Bapak Tomi, konsumen yang pernah menginap di hotel syariah, beliau menjelaskan bahwa lebih memilih menginap di hotel tersebut karena hotel GrandS'kuntum berbasis Syariah sehingga ia lebih tertarik ingin mencoba hotel yang bernuansa Islam.²⁰

Menurut ibu Bapak M. Fahrizal yang juga merupakan konsumen di hotel Syariah didapatkan informasi bahwa beliau memilih menginap di hotel

¹⁷ Wawancara dengan Bapak Marubut sebagai tamu di hotel syariah GrandS'kuntum pada tanggal 11 Mei 2018.

¹⁸ Wawancara dengan Ibu Praja sebagai tamu yang menginap di hotel syariah GrandS'kuntum pada tanggal 11 Mei 2018

¹⁹ Wawancara dengan Ibu Vivit sebagai tamu yang menginap di hotel syariah GrandS'kuntum pada tanggal 6 Juli 2018

²⁰ Wawancara dengan Bapak Tomi sebagai tamu yang menginap di hotel syariah GrandS'kuntum pada tanggal 6 Juli 2018

tersebut karena selain tempatnya strategis hotel tersebut juga nyaman bersih dan fasilitasnya memadai ada masjid di dalamnya.²¹

Sedangkan, Bapak Otok dan Ibu Lasbudi, selaku konsumen yang berasal dari Palembang, beliau berdua memilih Hotel GrandS'kuntum karena berbasis Syariah. Selain itu, pelayanannya juga memuaskan, sehingga membuat mereka berdua selalu menggunakan jasa Hotel Grand S'kuntum setiap kali berkunjung ke Kota Metro ketika berbisnis.²²

Dari hasil wawancara dengan konsumen bahwasanya di terapkannya hotel berbasis syariah mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang sehingga konsumen menjadi loyal.

Dengan diterapkannya nilai-nilai Islam pada hotel syariah bertujuan untuk loyalitas konsumen, diterapkannya nilai-nilai Islam merupakan suatu pilihan dari konsumen untuk melakukan pembelian dari jasa tersebut hal ini tentunya untuk kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Hotel Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Hotel syariah GrandS'kuntum Metro)”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian tersebut di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana

²¹ Wawancara dengan Bapak M. Fahrizal sebagai tamu yang menginap di hotel syariah GrandS'kuntum pada tanggal 6 Juli 2018

²² Wawancara dengan Bapak Otok dan Ibu Ibu Lasbudi sebagai tamu yang menginap di hotel syariah GrandS'kuntum pada tanggal 6 Juli 2018

penerapan nilai-nilai Islam pada Hotel berbasis Syariah GrandS'kuntum dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan nilai-nilai Islam pada Hotel Syariah GrandS'kuntum dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen.

2. Manfaat penelitian

- a. Secara teoritis dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pembaca dan Menambah wawasan tentang masalah yang terjadi nyata disuatu lingkungan tertentu, baik dengan loyalitas konsumen maupun tentang pengetahuan bisnis perhotelan syariah. Bagi peneliti lainnya dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan pengembangan lebih lanjut bagi kegiatan penelitian sejenis.
- b. Secara praktis penelitian ini dapat memberikan bahan masukan bagi lembaga terkait yaitu hotel syariah GrandS'kuntum Kota Metro. Meningkatkan reportasi kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa penginapan sehingga mengurangi *image* negative terhadap hotel GrandS'kuntum syariah.

D. Penelitian Relevan

Agar tidak terjadi pengulangan pembahasan maupun pengulangan penelitian dan juga dapat melengkapi wacana yang berkaitan dengan penelitian maka diperlukan wacana atau pengetahuan tentang penelitian-penelitian sejenis yang telah diteliti sebelumnya. Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema sama di antaranya yaitu:

1. Penelitian karya Munawaroh dengan berjudul “Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Medan)”. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa yang paling mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah adalah kejujuran, yaitu sebesar 56,41%, dengan begitu bahwa penerapan nilai-nilai Islam di bank syariah sangat mempengaruhi loyalitas nasabah di bank syariah.²³
2. Penelitian karya Elza Soengkono, dengan judul: “Pengaruh Nilai-Nilai Islam Dalam Perbankan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Kasus di Bank Muamalat Cabang Bengkulu)”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa nilai-nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. koefisien determinasi sebesar 55,2%. Artinya besar pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam pada Bank berbasis Syariah

²³ Munawaroh, “Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Medan)”, dalam <http://repository.uinsu.ac.id/1359/1/munawaroh%20ekni.pdf>, diakses pada tanggal 22 April 2018.

terhadap Loyalitas nasabah sebesar 55,2%. Sisanya sebesar 44,8% dipengaruhi oleh faktor lain.²⁴

3. Penelitian Karya Ema Salmadengan judul “Nilai-Nilai Islam Pada Bank Berbasis Syariah (Studi pada BNI Syariah Cabang Kota Makassar)”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen nilai-nilai Islam dilaksanakan berdasarkan arahan dari Dewan Pengawas Syariah dengan berdasar pada fungsi-fungsi manajemen (POAC), yaitu; Planning (Perencanaan), Organizing (Pengorganisasian), Actuating (Pelaksanaan), dan Controlling (Pengawasan). Dan nilai-nilai Islam yang terdapat pada BNI Syariah Cabang Kota Makassar terbagi atas 3 (tiga) yaitu; 1. Kejujuran (Honesty, Ash-Shidq), yang merupakan sebuah kunci dan menjadi sebuah komitmen bagi BNI Syariah dalam mengelola usahanya. 2. Kesetaraan, Faithful (Al Musawah), merupakan suatu kondisi dimana dalam perbedaan dan keragaman yang ada memiliki satu kedudukan yang sama dan satu tingkat. 3. Keadilan dan Kebenaran (Justice and Equity, Al-Adialah), merupakan suatu tindakan atau keputusan yang diambil berdasarkan kebenaran.²⁵

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu di atas, dapat diketahui bahwa kajian tentang Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Hotel Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel GrandS’kuntum Metrobelum pernah diteliti. Meskipun dalam satu tema yang

²⁴Elza Soengkono, “Pengaruh Nilai-Nilai Islam Dalam Perbankan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Kasus di Bank Muamalat Cabang Bengkulu)”, dalam <http://repository.unib.ac.id/cgi/users/login?target=http%3A%2F%2Frepository.unib.ac.id%2F5313%2F1%2Fpdf%2520eliza.pdf>, diakses pada tanggal 22 April 2018.

²⁵Ema Salma, “Nilai-Nilai Islam Pada Bank Berbasis Syariah (Studi pada BNI Syariah Cabang Kota Makassar)”, dalam <http://repositori.uin-alaudidin.ac.id/2997/1/Ema%20Salma.pdf>, diakses pada tanggal 22 April 2018

sama yakni mengenai nilai-nilai Islam dan loyalitas nasabah, namun penelitian di atas dengan penelitian ini berbeda. Pada penelitian ini yang membedakan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian ini yang menjadi fokus adalah penerapan nilai-nilai Islam. Selanjutnya, beberapa penelitian di atas dilakukan di Bank Syariah, sedangkan pada penelitian ini obyek penelitiannya yaitu Hotel Syariah GrandS'kuntum Metro. Beberapa penelitian di atas menggunakan jenis penelitian kuantitatif, sedangkan pada penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Nilai-Nilai Islam

1. Pengertian Nilai-nilai Islam

Terdapat dua sumber nilai dalam perspektif Islam, yakni Tuhan dan Manusia. Nilai yang datang dari Tuhan adalah ajaran-ajaran tentang kebaikan yang terdapat dalam kitab suci. Nilai yang merupakan firman Tuhan bersifat mutlak, tetapi implementasinya dalam bentuk perilaku merupakan penafsiran terhadap firman tersebut bersifat relatif.¹

Agama Islam memiliki tiga aspek utama yakni aspek aqidah, aspek syariah dan aspek akhlak. Aqidah disebut juga iman. Sedangkan syariah adalah Islam dan akhlak disebut juga ihsan. Aqidah menunjukkan kebenaran Islam, syariah menunjukkan keadilan Islam dan akhlak menunjukkan keindahan Islam.

a. Aspek Aqidah

Aqidah sesuatu yang dengannya diikat hati dan perasaan halus manusia atau yang dijadikan agama oleh manusia dan dijadiannyapegangan. Jadi akidah bagaikan ikatan perjanjian yang kokoh yang tertanam jauh di dalam lubuk hati sanubari manusia. Ia merupakan suatu bentuk pengakuan/persaksian secara sadar mengenai keyakinan, keimanan, dan kepercayaan, bahwa ada suatu zat Yang Esa

¹ Nasri Kurnialoh, "Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Dalam Serat Sastra Gendhing" jurnal kebudayaan Islam Vol. 13, No. 1, Januari-Juni 2015, h. 100.

yang telah menciptakan seluruh alam itubeserta isinya. Zatini adalah Zat Yang Maha Kuasa, yang kepadanya bergantung segala sesuatu².

Akidah dalam Islam meliputi keyakinan dalam hati tentang Allah sebagai tuhan yang wajib disembah, ucapan dengan lisan dengan bentuk dua kalimat syahadat, yaitu dengan menyatakan tiada tuhan selain Allah, dan bahwa nabi Muhammad sebagai utusannya perbuatan dengan amal saleh.³

السَّمَوَاتِ مُلْكُهُ الَّذِي جَمِعًا إِلَيْكُمْ اللَّهُ رَسُولٌ إِنِّي النَّاسُ يَا أَيُّهَا قُلُوبُ
الَّذِي الْأُمِّيَّ النَّبِيِّ وَرَسُولِهِ بِاللَّهِ فَمَا مَنُوا وَيُمِيتُ حَيًّا ۗ هُوَ إِلَّا إِلَهُ لَا وَالْأَرْضِ
تَهْتَدُونَ لَعَلَّكُمْ وَاتَّبِعُوهُ وَكَلِمَتِهِ بِاللَّهِ يُؤْمِنُ

Artinya: Katakanlah: "Hai manusia Sesungguhnya aku adalah utusan Allah kepadamu semua, Yaitu Allah yang mempunyai kerajaan langit dan bumi; tidak ada Tuhan (yang berhak disembah) selain Dia, yang menghidupkan dan mematikan, Maka berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya, Nabi yang Ummi yang beriman kepada Allah dan kepada kalimat-kalimat-Nya (kitab-kitab-Nya) dan ikutilah Dia, supaya kamu mendapat petunjuk"⁴.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa tiada tuhan selain Allah. Seorang mukmin yang beriman kepada Allah SWT dalam arti, dia meyakini (keberadaan)Allah yang maha suci sesungguhnya ia pencipta langit dan bumi.

² Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h.2.

³ Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada,2012), h.84.

⁴ QS. Al- A'araf, Ayat 158.

b. Aspek Syari'at

Syari'at ialah susunan, perturan dan ketentuan yang disyari'atkan Tuhannya dengan lengkap atau pokok-pokok saja, supaya manusia mempergunakannya dalam mengatur hubungan dengan tuhanya, hubungan dengan saudara seagama, hubungan dengan saudara sesama manusia serta hubungannya dengan alam besar dan kehidupan.

Syariat itu diambil menjadi pedoman, untuk mengatur hubungan mereka dengan Allah dan hubungan dengan sesama mereka aturan- aturan dan hukum-hukum itu berbagai ragam, akan tetapi dapat disimpulkan kepada dua bagian yang pokok yaitu:

- 1) Amal, yang dengan itu kaum Muslimin mendekatkan diri kepada Allah, merasakan kebesaran Allah di dalam hati, membuktikan kebenaran iman, menunjukkan perhatian dan ketundukan jiwa kepada Allah. Bagian ini disebut dalam Islam dengan ibadah.
- 2) Usaha-usaha yang dipergunakan oleh kaum muslimin sebagai jala untuk memelihara kepetingan mereka, menghindarkan bahaya terhadap diri sendiri dan terhadap sesama mereka. Dengan jalan yang demikian, kezaliman dapat terhidar serta keamanan dan ketenteraman dapat berdiri. Bagian ini disebut dalam Islam dengan nama "amalat", muamalat meliputi urusan keluarga, pustaka, harta benda, pertukaran, hubunga dalam jama'ah(kesatuan) kaum muslimin sendiri dengan orang lain (bukan seagama). Ibadat itu meliputi sembahyang, zakat, puasa dan hajimengingat maksud yang utama dari keempat peribadatan itu(termasuk pengakuan keesaan Allah dan kerasulan Nabi Muhammad), ditunjukan untuk membersihkan jiwa, memurnikan kalbu dan memperkuat perhatian terhadap Allah. Semuanya dapat menimbulkan semangat patuh terhadap syari'at agama disegala bidang.

c. Aspek Akhlak

Akhlak ialah bentuk jamak dari *khuluk* (*khuluqun*) yang berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabi'at. Akhlak disamakan dengan kesusilaan, sopan santun. *Khuluk* merupakan gambaran sifat batin manusia, gambaran bentuk lahiran manusia, seperti raut wajah, gerakan anggota badan dan seluruh tubuh. Dalam bahasa Yunani pengertian *Khuluk* ini disamakan dengan kata *ethicos* atau *ethos*, artinya adab kebiasaan, perasaan batin, kecenderungan hati untuk melakukan perbuatan. *Ethicos* kemudian berubah menjadi etika.⁶

2. Tujuan dan fungsi Nilai-Nilai Islam

Penanaman nilai-nilai agama Islam harus mempunyai tujuan yang merupakan suatu faktor yang harus ada dalam setiap aktifitas. Sesuatu yang diharapkan terwujud setelah orang mengalami pendidikan Islam secara keseluruhan, yaitu kepribadian seseorang yang membuatnya menjadi insan kamil dengan pola taqwa. Insan kamil artinya manusia yang utuh jasmani dan rohani, dapat berkembang secara wajar dan normal karena ketaqwaannya kepada Allah SWT, ini mengandung arti bahwa dengan nilai-nilai Islam, diharapkan dapat menghasilkan manusia yang berguna bagi dirinya dan masyarakat serta senang dan gemar mengamalkan dan mengembangkan ajaran Islam dalam hubungannya

⁵ Syeikh Mahmud Shaltut, *Akidah dan Syri'ah Islam*, (h. 73-74).

⁶ Yatimin Abdullah, *Studi Akhlak dalam Persepektif Al-Quran*, (Jakarta : Sinar Grafika Offset, 2007). H. 2-3.

dengan Allah SWT, dan sesama manusia, dapat mengambil manfaat yang semakin meningkat dari alam semesta ini untuk kepentingan hidup di dunia dan akhirat.⁷

Sedangkan fungsi nilai-nilai Islam menurut Maulana antara lain sebagai berikut:

- a. Sebagai sistem nilai yang membuat norma-norma tertentu
- b. Norma-norma tersebut menjadi kerangka acuan dalam bersikap dan bertingkah laku agar sejalan dengan keyakinan agama yang dianutnya
- c. Islam memberikan kemantapan batin, rasa bahagia, rasa terlindungi, rasa sukses dan rasa puas
- d. Agama Islam dapat mendorong individu melakukan sesuatu aktivitas, karena perbuatan yang dilatar belakangi keyakinan agama dinilai memiliki unsur kesucian dan ketaatan.⁸

Tujuan dan fungsi penerapan nilai-nilai Islam dalam kegiatan bisnis tidak saja akan mendapatkan keuntungan bagi produsen, tetapi sekaligus mendatangkan berkah. Kombinasi keuntungan dan berkah yang diperoleh yang diperoleh oleh pelaku bisnis merupakan satu masalah yang akan memberikan kontribusi bagi pencapaian falah. Dengan cara ini maka pelaku bisnis akan memperoleh kebahagiaan hakiki, yaitu kemuliaan di dunia maupun di akhirat.

3. Konsep Nilai-nilai Islam pada Hotel syariah

Syari'ah dalam Islam dikenal sebagai *God's Laws* atau *Islamic Laws*, yang mengatur persoalan ibadah dan muamalah. Syariah adalah seperangkat *do's and don'ts*, mengatur yang diperbolehkan dan yang

⁷Zakiah Daradjat, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), h. 29

⁸Maulana, "Peran, Fungsi, Dan Nilai Agama Dalam Kehidupan", dalam <http://www.maulanaisme.com/2012/12/peran-fungsi-dan-nilai-agama-dalam.html>. diakses pada tanggal 20 Mei 2018.

dilarang. Landasan syariah adalah kebijaksanaan dan kebahagiaan manusia dunia dan akhirat. Tujuan syariah yang paling benar adalah memajukan kesejahteraan manusia yang terletak pada jaminan atas keyakinan, intelektual, harta dan masa depannya.

Ajaran Islam harus menjadi landasan yang kukuh dalam memantapkan hati nurani umat Islam bahwa apa yang dikerjakan secara moral dari segi keimanan adalah benar. Dalam motivasi kerja dan sumber inspirasi untuk melahirkan prakarsa dan kreativitas dalam semua usaha, untuk mencapai kebahagiaan dunia akhirat menjadi kendali membangun dan menjalankan bisnis menetapkan target-target bisnis yang ingin dicapai seperti: Hasil (profit), mencari manfaat nonmateri baik internal maupun eksternal seperti persaudaraan, silaturahmi serta kepedulian sosial. Keberlangsungan jangka panjang, dan keberkahan adalah faktor penting dalam bisnis syariah.⁹

Hotel Syariah bergerak di bidang penjualan jasa, bermuamalah dalam Islam penjualan jasa disebut dengan *ijarah*. *Ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri¹⁰ adapun dasar hukum bagi *ijarah* adalah Al-Qur'an surat AZ-Zukhruf (43): 32

⁹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 4-6.

¹⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h,48

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا
وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ
رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ ﴿١١﴾

Artinya: Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebahagian yang lain beberapa derajat, agar sebahagian mereka dapat mempergunakan sebahagian yang lain. dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan¹¹.

Hotel syariah'ah dibagi menjadi dua golongan, yaitu: (1) Hotel syariah Hilal 1 yaitu penggolongan untuk hotel syariah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria usaha Hotel syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan minimal wisatawan Muslim. Dengan kata lain, memenuhi sebagian unsur syariah sesuai dengan penilaian usaha hotel syariah yang ditentukan oleh DSN-MUI. (2) Hotel syariah Hilal 2 yaitu penggolongan untuk usaha hotel syariah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria Usaha Hotel Syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan moderat wisatawan muslim. Bisadikatakan kategori ini berarti memenuhi unsure syariah sesuai dengan penilaian usaha hotel yang ditentukan juga oleh DSN-MUI yaitu pada Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016.

Ketentuan pada Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 yaitu sebagai berikut:

¹¹Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), h. 392

a. Ketentuan Hukum

Penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah boleh dilakukan dengan syarat mengikuti ketentuan yang terdapat dalam fatwa ini.¹²

b. Prinsip Umum Penyelenggaraan Pariwisata Syariah

Prinsip umum penyelenggaraan pariwisata syariah yaitu penyelenggaraan wisata wajib:

- 1) Terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, *tabdzir/israf*, dan kemunkaran;
- 2) Menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spiritual.¹³

c. Ketentuan terkait Para Pihak dan Akad

Ketentuan terkait para pihak dan akad yang digunakan yaitu sebagai berikut:

- 1) Pihak-pihak yang Berakad
Pihak-pihak dalam penyelenggaraan Pariwisata Syariah adalah:
 - a) Wisatawan;
 - b) Biro Perjalanan Wisata Syariah (BPWS);
 - c) Pengusaha Pariwisata;
 - d) Hotel syariah;
 - e) Pemandu Wisata;
 - f) Terapis.
- 2) Akad antar Pihak
 - a) Akad antara Wisatawan dengan BPWS adalah akad *ijarah*;
 - b) Akad antara BPWS dengan Pemandu Wisata adalah akad *ijarah* atau *ju'alah*;

¹²Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah

¹³*Ibid*

- c) Akad antara Wisatawan dengan Pengusaha Pariwisata adalah *ijarah*;
- d) Akad antara hotel syariah dengan wisatawan adalah akad *ijarah*;
- e) Akad antara hotel syariah dengan BPWS untuk pemasaran adalah akad *wakalah bil ujah*;
- f) Akad antara Wisatawan dengan Terapis adalah akad *ijarah*;
- g) Akad untuk penyelenggaraan asuransi wisata, penyimpanan dan pengelolaan serta pengembangan dana pariwisata wajib menggunakan akad-akad yang sesuai fatwa dengan DSN-MUI dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.¹⁴

d. Ketentuan terkait Hotel Syariah

Ketentuan terkait hotel syariah yaitu sebagai berikut:

- 1) Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi dan tindakan asusila;
- 2) Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi dan/atau tindak asusila;
- 3) Makanan dan minuman yang disediakan hotel syariah wajib telah mendapat sertifikat halal dari MUI;
- 4) Menyediakan fasilitas, peralatan dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci;
- 5) Pengelola dan karyawan/karyawati hotel wajib mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah;
- 6) Hotel syariah wajib memiliki pedoman dan/atau panduan mengenai prosedur pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah;
- 7) Hotel syariah wajib menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam melakukan pelayanan.¹⁵

e. Ketentuan terkait Wisatawan

Wisatawan wajib memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

¹⁴*Ibid*

¹⁵*Ibid*

- 1) Berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah dengan menghindarkan diri dari syirik, maksiat, munkar, dan kerusakan (*fasad*);
- 2) Menjaga kewajiban ibadah selama berwisata;
- 3) Menjaga akhlak mulia;
- 4) Menghindari destinasi wisata yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.¹⁶

f. Ketentuan Destinasi Wisata

Ketentuan destinasi wisata yaitu sebagai berikut:

- 1) Destinasi wisata wajib diarahkan pada ikhtiar untuk:
 - a) Mewujudkan kemaslahatan umum;
 - b) Pencerahan, penyegaran dan penenangan;
 - c) Memelihara amanah, keamanan dan kenyamanan;
 - d) Mewujudkan kebaikan yang bersifat universal dan inklusif;
 - e) Memelihara kebersihan, kelestarian alam, sanitasi, dan lingkungan;
 - f) Menghormati nilai-nilai sosial-budaya dan kearifan lokal yang tidak melanggar prinsip syariah.
- 2) Destinasi wisata wajib memiliki:
 - a) Fasilitas ibadah yang layak pakai, mudah dijangkau dan memenuhi persyaratan syariah;
 - b) Makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya dengan Sertifikat Halal MUI.
- 3) Destinasi wisata wajib terhindar dari:
 - a) Kemusyrikan dan khurafat;
 - b) Maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi;
 - c) Pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang bertentangan prinsip-prinsip syariah.¹⁷

g. Ketentuan Spa, Sauna dan *Massage*

Spa, sauna, dan *massage* yang dilakukan wajib memenuhi

ketentuan berikut:

- 1) Menggunakan bahan yang halal dan tidak najis yang terjamin kehalalannya dengan Sertifikat Halal MUI;
- 2) Terhindar dari pornoaksi dan pornografi;

¹⁶*ibid*

¹⁷*ibid*

- 3) Terjaganya kehormatan wisatawan;
- 4) Terapis laki-laki hanya boleh melakukan spa, sauna, dan *massage* kepada wisatawan laki-laki; dan terapis wanita hanya boleh melakukan spa, sauna, dan *massage* kepada wisatawan wanita;
- 5) Tersedia sarana yang memudahkan untuk melakukan ibadah.¹⁸

h. Ketentuan terkait Biro Perjalanan Wisata Syariah

Biro Perjalanan Wisata Syariah wajib memenuhi ketentuan-

ketentuan berikut:

- 1) Menyelenggarakan paket wisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah;
- 2) Memiliki daftar akomodasi dan destinasi wisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Memiliki daftar penyedia makanan dan minuman halal yang memiliki Sertifikat Halal MUI.
- 4) Menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam melakukan pelayanan jasa wisata, baik bank, asuransi, lembaga pembiayaan, lembaga penjaminan, maupun dana pensiun;
- 5) Mengelola dana dan investasinya wajib sesuai dengan prinsip syariah;
- 6) Wajib memiliki panduan wisata yang dapat mencegah terjadinya tindakan syirik, khurafat, maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi.¹⁹

i. Ketentuan terkait Pemandu Wisata Syariah

Pemandu Wisata Syariah wajib memenuhi ketentuan-ketentuan

berikut:

- 1) Memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas; terutama yang berkaitan dengan fikih pariwisata;
- 2) Berakhlak mulia, komunikatif, ramah, jujur dan bertanggungjawab;
- 3) Memiliki kompetensi kerja sesuai standar profesi yang berlaku yang dibuktikan dengan sertifikat;

¹⁸*Ibid*

¹⁹*Ibid*

- 4) Berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan nilai dan prinsip-prinsip syariah.²⁰

Setelah dapat memenuhi segala Ketentuan yang telah disyaratkan mendapatkan sertifikat Usaha Hotel syariah dari DSN-MUI, sehingga secara legal bisa menjalankan aktivitas bisnisnya sebagai hotel syariah. Ketentuan terbagi atas 3 aspek, yaitu produk yang dijual oleh Hotel, pelayanan yang diberikan kepada para tamu, dan pengelolaan hotel tersebut. Objek penilaian terbagi menjadi dua kriteria, yaitu kriteria Mutlak (wajib dipenuhi dan dilaksanakan) Dan Kriteria Tidak Mutlak (Dapat dilaksanakan).²¹

Adapun nilai-nilai Islam yang terkandung pada hotel syariah yang mencakup aspek produk, pelayanan dan pengelolaan,

a. Produk

Hotel merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa penginapan, oleh karena itu produk yang dijual adalah penyewaan fasilitas seperti kamar tidur, kamar mandi, dapur ruang ibadah. Oleh karena itu nilai yang terkandung dalam Hotel Syariah meliputi:

- 1) Tidak tersedia akses pornografi dan tindak asusila dalam bentuk apapun

Karna dalam agama dinyatakan jelas tindakan itu melanggar hukum mengingat akibat yang ditimbulkan sangatlah buruk.

²⁰*ibid*

²¹Muhammad Rayhan Janitra, *Hotel Syariah, Konsep, dan Penerapannya*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), h. 13-14

Tersedia informasi tertulis tidak menerima pasangan yang bukan mahram. Dalam al-Quran dijelaskan (*Al-Isra 17-32*)

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*²².

Dalam surat al-israa ayat 32 di atas, perintah larangan mendekati zina itu jelas dilarang, oleh karena itu hotel yang berbasis syariah melarang pasangan yang bukan mahram menginap dalam 1 kamar yang bersamaan.

- 2) Terdapat penyekat antara urinoir satu dengan urinoir yang lain untuk menjaga pandangan. Dalam Al-Quran dijelaskan surat (*An-Nur 24: 30*)

قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَٰلِكَ أَزْكَىٰ لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ ﴿٣٠﴾

Artinya: *Katakanlah kepada orang laki-laki yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan memelihara kemaluannya; yang demikian itu adalah lebih suci bagi mereka, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang mereka perbuat"*.²³

Dalam Surat An-Nur ayat 30 di atas, perintah menjaga pandangan diteruskan dengan perintah menjaga kemaluan. Hal itu karena pandangan adalah jalan bagi seseorang untuk jatuh pada

²²Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya.*, h. 227

²³Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya.*, h. 282

perbuatan zina, baik laki-laki maupun perempuan Agar tidak terjerumus dalam perbuatan zina.

- 3) Tersedia peralatan ibadah seperti: sajadah, jadwal sholat secara rutin, al-quran, buku doa, sarung dan mukenah. Shalat merupakan tiang agamadi mana ia tak dapat tegak kecuali dengan itu QS. Al-Ankabut 29: 45

أَتْلُ مَا أُوحِيَ إِلَيْكَ مِنَ الْكِتَابِ وَأَقِمِ الصَّلَاةَ إِنَّ الصَّلَاةَ
تَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَلَذِكْرُ اللَّهِ أَكْبَرُ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا
تَصْنَعُونَ ﴿٤٥﴾

Artinya: *Bacalah apa yang telah diwahyukan kepadamu, Yaitu Al kitab (Al Quran) dan dirikanlah shalat. Sesungguhnya shalat itu mencegah dari (perbuatan-perbuatan) keji dan mungkar. dan Sesungguhnya mengingat Allah (shalat) adalah lebih besar (keutamaannya dari ibadat-ibadat yang lain). dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan*²⁴.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap manusia yang memeluk agama Islam wajib menjalankan Ibadah shalat karna dengan melakukan shalat adalah salah satu mendekatkan diri kepada sang pencipta dan menjauhkan diri dari perbuatan keji.

- 4) Tersedia air bersih untuk bersuci, peralatan yang peraktis di kamar mandi tamu untuk bersuci dengan airdi urinoir dan kloset, tersedia peralatan untuk berwudhu, serta kamar mandi tamu yang tertutup. Air merupakan salah satu alat untuk bersuci bagi umat Islam untuk melakukan ibadah seperti berwudhu dan mandi, air

²⁴Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya.*, h. 432

yang digunakan harus air bersih yaitu air mutlak. Air mutlak yaitu air suci dan lagi mensucikan, artinya ia suci pada dirinya dan mensucikan bagi lainnya seperti firman Allah yang dijelaskan dalam QS. Al-Furqan 25: 48

وَهُوَ الَّذِي أَرْسَلَ الرِّيحَ بُشْرًا بَيْنَ يَدَيْ رَحْمَتِهِ ۗ وَأَنْزَلْنَا مِنْ السَّمَاءِ مَاءً طَهُورًا ﴿٤٨﴾

Artinya: *Dia lah yang meniupkan angin (sebagai pembawa kabar gembira dekat sebelum kedatangan rahmat-Nya (hujan); dan Kami turunkan dari langit air yang Amat bersih,*²⁵

5) Tersedia makanan dan minuman halal. Seperti yang dijelaskan dalam firman Allah QS. An-Nahl 16: 114

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلالًا طَيِّبًا وَأَشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١١٤﴾

Artinya: *Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.*²⁶

Ayat tersebut menyuruh kita untuk selalu memakan makanan yang baik lagi halal karena mengkonsumsi makanan yang halal adalah menunjukkan keimanan kepada Allah SWT.

b. Pelayanan

²⁵Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya.*, h. 290

²⁶Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya.*, h. 223

- 1) Mengucapkan salam ketika tamu datang, Menyeleksi tamu yang datang berpasangan, memberikan informasi masjid terdekat dengan hotel, memberikan informasi jadwal waktu sholat, memberikan informasi kegiatan Islami (bila ada), memberikan informasi restoran halal.
- 2) Melakukan seleksi tamu yang datang untuk menginap. Hotel GrandS'kuntum adalah hotel yang berbasis syariah oleh karena itu, tamu yang hendak masuk harus pasangan yang sah jika suami istri, hal ini menghindari perbuatan zina. Harus dibuktikan dengan surat nikah, kartu keluarga, atau dengan ktp dengan alamat yang sama dengan status yang sudah menikah.
- 3) Memberikan informasi jadwal waktu shalat dan tersedia fasilitas pendengaran alunan music religi atau tilawah quran pada waktu tertentu, tersedia saluran tv khusus bernuansa Islam. Merupakan nilai yang terkandung yaitu mengajak umat untuk melakukan kebaikan.

c. Pengelolaan

Perusahaan akan berkembang dengan baik jika Manajemen usaha memiliki dan menerapkan sistem jaminan halal. Dengan mengemban perusahaan berbasis syariah maka pengelolaan merupakan hal yang paling penting karena manajemen usaha harus memiliki dan menerapkan jaminan halal.

Sumber daya manusia memiliki dan melaksanakan program pengembangan kompetensi SDM yang bermuatan syariah, khusus karyawan muslimah menggunakan seragam sesuai dengan cara berpakaian wanita dalam Islam.²⁷

B. Hotel Syariah

1. Pengertian Hotel Syariah

Hotel syariah adalah hotel yang menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan, minum serta jasa lainnya bagi umum, dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persayratan yang ditetapkan pemerintah, industri, dan syariah.²⁸

Hotel Syariah adalah hotel yang menerapkan syariah Islam ke dalam kegiatan operasional hotel. Kesyariahan hotel ditonjolkan oleh manajemen dengan memunculkan moto, logo, ornamen interior, fasilitas kamar, fasilitas hotel maupun seragam atau pakaian yang dikenakan para karyawan hotel. konsep syariah dengan pemberian fasilitas di setiap kamar berupa: mukena, sajadah, Al Quran dan tasbeih serta adzan yang dikumandangkan disetiap waktu sholat.

2. Perbedaan Hotel Syariah dengan Hotel Konvensional

Fasilitas standar secara umum untuk hotel syariah pada dasarnya sama dengan fasilitas hotel konvensional, kamar, restoran maupun fasilitas olah raga (misal: kolam renang, lapangan tenis, lapangan golf).

²⁷ Muhammad Rayhan Janitra, *Hotel Syariah*, h. 162.

²⁸ *Ibid.*, h. 13.

Perbedaannya adalah untuk beberapa kasus ada pemisahan antara laki-laki dengan perempuan, tidak ada diskotik, bar dan *night club* maupun panti pijat serta tidak menyediakan minuman beralkohol. ciri khas hotel syariah yang membedakan dengan hotel konvensional secara logika nalar, berdasarkan syariat agama dan tuntunan dalam Al-Quran dan Hadis adalah sebagai berikut:

- a. Wajib ada masjid atau mushola serta fasilitas untuk sholat (sajadah dan mukena). Hal ini perlu ada sebagai konsekuensi logis untuk memberikan fasilitas sholat berjamaah, baik untuk karyawan maupun para tamu hotel.
- b. Disediakan petunjuk arah qiblat, sajadah dan Al Qur'an dan informasi waktu sholat (misal: kalender yang mencantumkan waktu sholat) di setiap kamar. Tamu hotel perlu mendapatkan fasilitas tersebut, karena mayoritas penghuninya adalah kaum muslim. Al Qur'an sangat diperlukan untuk membedakan dengan hotel yang berkiblat ke barat yang selalu menyediakan kitab „Injil“ di setiap laci atau meja kamar tidur. Akan lebih baik bila saluran televisi juga menyediakan saluran khusus yang acaranya berlandaskan kaidah Islam, seperti *Moelism Channel* dan sejenisnya.
- c. Di kamar mandi disediakan kran untuk wudlu, bila mungkin ada sekat pemisah dengan closet. Dengan adanya air melalui kran, akan memberikan kemudahan bagi tamu untuk melakukan wudlu sesuai tuntunan.
- d. Wajib diperdengarkan kumandang azan, sehingga semua tamu hotel bisa mendengarnya. Untuk sholat subuh dan Magrib melakukan sholat berjamaah, terutama untuk para karyawan hotel. Ada pemberitahuan untuk tamu waktu sholat berjamaah.
- e. Disediakan kursi dan meja tamu di luar kamar tidur, untuk menerima tamu yang bukan muhriim. Jika kondisinya tidak memungkinkan menemui tamu dilakukan di lobby hotel.
- f. Tidak menyediakan minuman ataupun makanan beralkohol, serta makanan haram yang lain.
- g. Memiliki sertifikat halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) khususnya yang berhubungan dengan restoran (produk dan proses) di dalam hotel.
- h. Untuk urusan perbankan, hotel syariah sebaiknya menggunakan jasa perbankan syariah bila dimungkinkan. Pada beberapa kota yang belum ada bank syariahnya, maka dengan terpaksa bisa digunakan jasa bank konvensional.

- i. Tidak menempatkan ornamen, hiasan ataupun lukisan dari makhluk bernyawa di area luar dan dalam hotel.
- j. Melarang tamu berlainan jenis dalam satu kamar, kecuali bisa dibuktikan suami-isteri atau kakak-beradik (muhrim).
- k. Jika menyediakan tempat untuk berolah raga (kolam renang, *fitness centre*) agar dibedakan tempatnya untuk kaum laki-laki dan perempuan.
- l. Karyawan menggunakan busana muslim yang sopan dan rapi.
- m. Budaya salam dan senyum harus dilakukan oleh karyawan.
- n. Hotel yang menawarkan jasa *laundry* harus melakukan proses pembersihan dari najis.
- o. Musik yang dilantunkan cenderung pada musik-musik Islami (misal: kasidah, hadroh, marawis maupun irama padang pasir).²⁹

C. Loyalitas Konsumen

1. Pengertian Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen terhadap suatu perusahaan.³⁰ Oliver mendefinisikan loyalitas konsumen dengan suatu keadaan yang menunjukkan adanya komitmen yang kuat dalam pembelian ulang dan penggunaan kembali barang dan jasa perusahaan.³¹

Tjiptono dan Gregorius Candra menyatakan Loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, yang tercermin dari sikap yang sangat positif dan wujud perilaku pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen tersebut secara konsisten.

Sedangkan Newell menyatakan bahwa loyalitas ialah, seperangkat perilaku yang mampu memproduksi pendapatan, pembelian, pembelian

²⁹ Widyarini, "Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta", EKBISI, Vol. VIII, No. 1, Desember 2013, h. 3.

³⁰ Vinna Sri Yunarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h. 241

³¹ *Ibid*

ulang, dan pembelian terhadap produk-produk lain dan merekomendasikannya kepada orang lain.³²

Kepuasan konsumen dan loyalitas merupakan konsep yang berkaitan erat dengan jenis perilaku pada tahap pasca pembelian/konsumsi. Merasa puas atau tidak puas terhadap konsumsi atau produk atau merek adalah hasil evaluasi alternatif pascakonsumsi atau evaluasi alternative tahap kedua lebih lanjut bahwa kepuasan akan mendorong konsumen untuk mengulangi perilaku pembelian/konsumsi. Apabila tidak puas akan menimbulkan kekecewaan yang dapat menyebabkan konsumen tidak bersedia mengulang perilaku pembelian/konsumsi.³³

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengonsumsi suatu produk. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengonsumsi produk yang dibeli

³² Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h.216.

³³ Vinna Sri Yunarti., *Perilaku Konsumen*.,h. 239.

Strategi pemasaran diperlukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Variable yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra adalah:

a. Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi: jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.

b. Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.

c. Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran. penelitian dalam hal ini meliputi iklan produk dan jasa, diskon barang dan pemberian hadiah-hadiah.

d. Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. penilaian terhadap atribut lokasi meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

e. Pelayanan karyawan

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen. Dasar penilaian dalam hal ini pelayanan karyawan meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.

f. Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen. Dasar penilaian meliputi penataan barang, tempat penitipan barang, kamar kecil dan tempat ibadah.

g. Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan

kepuasan tersendiri. Dasar penilaian meliputi sirkulasi udara, kenyamanan dan keamanan.³⁴

Keputusan yang diambil konsumen setelah menerima pengaruh adalah bagaimana mereka sampai pada keputusan pembelian atau menolak produk. Pemasar sangat tertarik untuk mengetahui dan memahami proses pengambilan keputusan konsumen dalam konteks pemilihan alternatif-alternatif konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Pemasar dianggap berhasil kalau pengaruh-pengaruh yang diberikannya menghasilkan pembelian dan atau dikonsumsi oleh konsumen³⁵.

Menurut Lupiyoadi menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitanya dengan kepuasan konsumen, antara lain sebagai berikut:

- a. Kualitas produk
konsumen akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Mentgomery menyatakan bahwa produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ada dua, yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.
- b. Kualitas pelayanan
Konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- c. Emosional
Konsumen merasa puas ketika orang memujinya karena menggunakan merek yang mahal.
- d. Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikn nilai yang lebih tinggi.

³⁴ Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen.*, h. 209.

³⁵ Ristiyanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), h. 225.

e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.³⁶

Memuaskan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Memuaskan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul, hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

3. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Umumnya harapan pelanggan atau konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengonsumsi suatu produk. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengonsumsi produk yang dibeli. Harapan pelanggan dibentuk dan dipengaruhi beberapa faktor di antaranya pengalaman berbelanja atau menggunakan jasa di masa lampau, opini teman dan keabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing faktor-faktor itulah yang menyebabkan harapan seseorang biasa –biasa saja atau sangat berlebihan³⁷

³⁶ Vinna Sri Yunarti, *Perilaku Konsumen.*, h. 239.

³⁷ Fandy Tjiptono, *Strategis Bisnis*, (Yogyakarta: Cv Andi Offset,2008), h. 38.

Kepuasan konsumen bukan hanya tugas penjual atau pemasaran (*marketing*) saja, meskipun personel penjualan yang berkomunikasi langsung dengan pihak konsumen. Kepuasan konsumen merupakan dari hasil karya semua bagian dalam usaha atau organisasi. Kepuasan konsumen, merupakan kinerja utama untuk mengukur keberhasilan memenangkan persaingan.³⁸

Menurut Kotler dan Keller, sebagaimana dikutip oleh Donni Juni Priansa, menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat diketahui melalui:

- p. Sistem keluhan dan saran
Dengan cara membuka kotak saran dan menerima keluhan, saran kritik oleh langganan atau bisa juga disampaikan melalui kartu informasi, *customer hot line*. Ini semua dimaksudkan agar perusahaan lebih mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.
- q. Survey kepuasan konsumen
Biasanya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi atau bisa juga si perusahaan mengirimkan angket ke orang-orang tertentu.
- r. Pembeli bayangan
Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang-orang tertentu untuk membeli ke perusahaan lain, sehingga pembeli misterius ini dapat melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayan-pelayan yang melayani.
- s. Analisis konsumen yang beralih
Perusahaan yang kehilangan langganan mencoba untuk menghubungi konsumen tersebut dan dibujuk kenapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan dan lain-lain. Dengan informasi yang diperoleh maka perusahaan dapat lebih meningkatkan kinerjanya dengan cara meningkatkan kepuasan para konsumen.³⁹

³⁸ Ratih Hururiyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Cv Alfabeta, 2012), h. 130

³⁹ Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen.*, h. 203

Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari kualitas pelayanan dikurangi harapan konsumen (Zeithaml dan Bitner) dengan kata lain pengukuran kepuasan konsumen dirumuskan sebagai berikut:

- a. $Service\ Quality < expectation$
Bila ini terjadi, dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan buruk. Selain tidak memuaskan juga tidak sesuai dengan harapan konsumen. Jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan lebih kecil dari ekspektasi konsumen, maka akan mengakibatkan ketidakpuasan terhadap konsumen.
- b. $Service\ Quality < Expectation$
Bila ini terjadi dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak ada keistimewaan. Jika nilai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sama dengan harapan konsumen, maka muncul kepuasan yang biasa diinginkan konsumen.
- c. $Service\ Quality > Expectation$
Bila ini terjadi dapat dikatakan bahwa konsumen merasakan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak hanya sesuai dengan kebutuhan, namun sekaligus memuaskan dan menyenangkan. Jika kualitas pelayanan lebih besar dari harapan yang diinginkan konsumen, maka akan membuat kepuasan konsumen sangat luar biasa. Pelayanan ketiga ini disebut pelayanan prima (*excellent service*) yang selalu diharapkan oleh konsumen.⁴⁰

Dalam meningkatkan kepuasan, perusahaan harus menambahkan nilai yang dapat membuat mereka mendapatkan apa yang mereka bayar atau lebih dari yang mereka harapkan, sehingga mereka dapat bertahan dan mengarah pada pembelian ulang, rekomendasi dan proporsi pembelanjaan yang meningkat.

4. Strategi Meningkatkan dan Mempertahankan Loyalitas Konsumen

⁴⁰*Ibid.*, h. 203-204

Berry dan parasuraman, sebagaimana dikutip oleh Donni Juni Priansa, mengidentifikasi tiga pendekatan guna mempertahankan konsumen yaitu dengan menambah manfaat keuangan, menambah manfaat sosial, dan menambah manfaat ikatan structural.

a. Menambah manfaat keuangan

Dua manfaat keuangan yang dapat ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen adalah program seringnya membeli dan program pemasaran klub. Program seringnya membeli (*frequency programs*) dirancang untuk memberikan imbalan bagi konsumen yang sering membeli dan membeli dalam jumlah yang besar. Pemasaran seringnya membeli merupakan pengakuan akan kenyataan 20% konsumen perusahaan bisa menghasilkan 80% bisnis bagi perusahaan itu.

Banyak perusahaan telah menciptakan program keanggotaan klub untuk mengikat konsumen yang lebih erat pada perusahaan. Keanggotaan klub mengikat konsumen yang lebih erat pada perusahaan. Keanggotaan klub dapat terbuka bagi setiap orang yang membeli produk atau jasa, atau terbatas pada kelompok ikatan erat (*affinity group*) atau bagi mereka yang ingin membayar sedikit uang jasa. Klub konsumen terbatas menarik dan mempertahankan konsumen yang merupakan penyumbang terbesar bisnis perusahaan.

b. Menambah manfaat sosial

Karyawan perusahaan berusaha meningkatkan ikatan sosial mereka dengan para konsumen dengan cara membangun relasi dengan masing-masing konsumen mereka secara lebih pribadi. Menurut Kotler dan Keller ada beberapa tindakan sosial yang mempengaruhi hubungan antara penjual dan pembeli.

c. Menambah manfaat ikatan *structural*

Perusahaan mungkin memberikan kepada konsumen alat khusus atau hubungan computer yang membantu konsumen mengelola pesanan, pengupahan, dan sediaan. Ada beberapa sasaran untuk menciptakan ikatan structural dengan konsumen antar lain ciptakanlah kontak jangka panjang, tagihlah harga yang rendah kepada konsumen yang membeli pasokan yang lebih besar, ubahlah produk menjadi layanan jangka panjang. Konsumen perlu dipelihara dan dipertahankan, untuk itu Griffin menyatakan berbagai upaya yang dapat dilakukan untuk memelihara dan mempertahankan konsumen adalah

d. Permudahlah konsumen untuk memberikan umpan balik

Salah satu kegiatan yang paling menguntungkan bagi perusahaan adalah mencari keluhan konsumen, memudahkan konsumen untuk member umpan balik. Tanyalah secara teratur mengenai pembelian terakhir mereka. Beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendorong umpan balik konsumen adalah melalui survei,

formulir pemesanan, *newsletter*, kelompok focus, kelompok pemakai dan dewan penasehat, *voice mail*, dan *chat room and message board*.

- e. Bila konsumen membutuhkan bantuan, berikanlah dengan segera

Setelah anda memperoleh umpan balik dari konsumen, anda harus bertindak dengan cepat. Bila ia menghubungi untuk menyampaikan keluhan, anda harus memberikan respon dengan segera, sebaiknya dengan menyelesaikan masalahnya, tetapi setidaknya dengan menegaskan maksud anda untuk menyelesaikan masalah secepat mungkin.

- f. Kurangi kejengkelan atas perbaikan, pembayaran kembali dan pemberian jaminan

Perbaikan produk yang sudah dibeli, pembayaran kembali, dan pemberian jaminan sering menjadi sumber kekecewaan para konsumen. Beberapa prinsip yang bisa dirancang perusahaan untuk menjamin bahwa masalah yang dapat cepat dikoreksi adalah

- 1) Hanya tawarkan produk yang bermutu saja.
 - 2) Percayakan perbaikan kepada orang yang memiliki barang yang serupa.
 - 3) Tetapkan jam pelayanan sesuai dengan panggilan konsumen.
 - 4) Kerjakan dengan benar atau anda tidak akan dibayar.
- g. Belajarlah cara menghibur konsumen yang marah. Konsumen yang marah dapat diselamatkan dengan cara berikut:

- 1) Biarkan konsumen mengeluarkan uap panas yaitu doronglah konsumen untuk mau berbagi dengan mengatakan sesuatu. Dengan memberikan kesempatan pada konsumen yang marah untuk terus berbicara, anda memperoleh lebih banyak fakta.
- 2) Beritahu konsumen anda mengerti masalahnya.
- 3) Cari tahu apa yang diinginkan konsumen.
- 4) Sarankan solusi berdasarkan keinginan konsumen.
- 5) Bila konsumen tidak senang dengan solusi anda, tanyakan kepadanya apa yang dianggap adil.
- 6) Lakukan telepon tindak lanjut.⁴¹

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang terpenting untuk menunjang bisnis, karena kepuasan pelanggan berperan penting untuk mendapatkan keuntungan bisnis. Apabila konsumen mendapatkan kepuasan dari produk/jasa maka kemungkinan besar konsumen akan terus datang, sebaliknya jika konsumen tidak merasa puas dengan produk/jasa maka niat konsumen untuk memakai produk menjadi tidak ingin kembali.

⁴¹*ibid.*, h.243-245.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk mempelajari secara intensif latar belakang dengan keadaan sekarang dan interaksi hubungan yang terjadi pada suatu satuan sosial.⁴² Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian lapangan untuk mengetahui lebih dalam tentang penerapan nilai-nilai Islam pada Grand S'kuntum Hotel syariah dalam meningkatkan Loyalitas konsumen kegiatan penelitian ini dilakukan di hotel Syariah Grand S'kuntum Metro beralamat Jln.A. H. Nasution No. 60 Kota Metro-Lampung.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *deskriptif*, karena penelitian ini berupaya menguraikan atau memaparkan situasi suatu kejadian yang diteliti berdasarkan data hasil *survey* dan membandingkannya dengan teori yang ada. Menurut Husein Umar *deskriptif* adalah “menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab suatu gejala tertentu”.⁴³

⁴² Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), h. 76.

⁴³ Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), h. 24

Data yang dihasilkan dari penelitian ini, yaitu data *kualitatif*. Menurut Suharsimi Arikunto data yang bersifat *kualitatif* yaitu “data yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan”.⁴⁴ Sehingga dapat disimpulkan *deskriptif kualitatif* adalah menggambarkan suatu kejadian yang terjadi dan diungkapkan dengan kata-kata atau kalimat yang dipisah-pisah untuk memperoleh kesimpulan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian *deskriptif kualitatif* bertujuan untuk menggambarkan penggunaan penerapan nilai- nilai islam pada hotel syariah Grand S’kuntum dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat-kalimat untuk memperoleh kesimpulan.

B. Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang hendak diteliti, yaitu sumber data primer dan sekunder. Adapun sumber data yang dimaksud, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian,

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Cet Ke-XIV*, (Jakarta: Renika Cipta, 2010), h. 22

pengumpulan data primer merupakan kegiatan integral dari proses penelitian ekonomi yang di gunakan untuk pengambila keputusan.⁴⁵

Peneliti melakukan penelitian secara langsung di Hotel Syariah Grand Sekuntu Kota Metro. Sumber data primer yang peneliti temui di lapangan yaitu Bapak Efril Hadi selaku manajer dan Ibu Ike Ningtiyas sebagai reseptionis Hotel Syariah Grand S’kuntum, Bapak Marubut, Ibu dhea bela anisa, Ibu Anisa, Ibu Ratna, Ibu Anggun, , dan Ibu Lela luthya. yang pernah menginap di Hotel Syariah Grand S’kuntum. Sumber data primer diperoleh dengan menggunakan metode wawancara atau *interview*. Pengambilan sumber data dalam menentukan informasi penelitian ini dengan mengguakan teknik *purposive sampling*.

Purposive sampling adalah tehnik penentuan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan,⁴⁶

Pada penelitian ini, manajer serta karyawan dan konsumen sebagai data primer di tentukan secara *purposive* (berdasarkan kriteria tertentu) sesuai kebutuhan penelitian. kriteria –kriteria tersebut antara lain sebagai berikut :

- a. Subjek merupakan orang yang paham mengenai seluk beluk prosedur tentang Hotel Syariah Grand S’kuntum.

⁴⁵ Muhammad, *Metodologi penelitian Ekonomi islam, pendekatan kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h.103

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 85

- b. Terdaftar sebagai karyawan Hotel Syariah Grand S'kuntum.
- c. Konsumen yang pernah menginap di Hotel Syariah Grand S'kuntum minimal sebanyak tiga kali.
- d. Bersedia menjadi subjek penelitian. untuk jenis kelamin tidak di tentukan.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data kedua yang mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan, buku harian dan lain-lain.⁴⁷ Dalam penelitian sumber data sekunder yang menjadi sumber data penunjang adalah buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan diantaranya buku tentang Muhammad Syarif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar*, Jakarta: Kencana Perada Media Group, 2012, Syeikh Mahmud shaltut, *Akidah dan Syri'ah Islam*, Jakarta : Bumi Aksara, 1984 , Muhammad Rayhan Janitra, *Hotel Syariah konsep dan Penerapannya*, Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017, Oka A. Yoeti, *Strategi Pemasaran Hotel*, (Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama, 1999, Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2017, Vinna Sri Yunarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.

⁴⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada, 2003), h. 128

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian dari proses pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan:

1. Wawancara

Wawancara merupakan langkah untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanggung jawab, dengan saling bertatap muka antara si pewawancara dengan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).⁴⁸

Teknik *Interview* adalah proses percakapan dengan maksud mengonstruksikan mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motifasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang di wawancarai.⁴⁹

Informasi yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan didalam penelitian ini, *interview* terbagi menjadi tiga macam cara, antara lain:

- a. *Interview* terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti informasi yang akan diperoleh.
- b. *Interview* semi terstruktur
Jenis *interview* ini sudah termasuk dalam kategori *in-deft interview*, dimana pelaksanaanya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur.
- c. *Interview* bebas terpimpin / campuran

⁴⁸ Moh. Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h.174.

⁴⁹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), h.

Bentuk ini merupakan campuran antara *interview* terstruktur dan semi terstruktur.⁵⁰

Dalam penelitian ini *interview* yang digunakan adalah *interview* bebas terpimpin. Maksudnya adalah dengan kebebasan dapat digali lebih dalam tentang sikap, pendapat dan keyakinan dari responden, sedangkan terpimpin diartikan agar tetap terkontrol jalannya *interview* sesuai dengan peneliti rencanakan. Wawancara tersebut dilakukan kepada Efril Hadi selaku manajer dan Ibu Ike Ningtiyas sebagai reseptionis Hotel Syariah Grand S'kuntum, Bapak Marubut, Ibu Praja, Ibu Vivit, Bapak Tomi, Bapak M. Fahrizal, Bapak Otok, dan Ibu Lasbudi sebagai konsumen yang pernah menginap di hotel syariah grand S'kuntum guna memperoleh informasi tentang penerapan nilai-nilai Islam pada hotel Syariah Grand S'kuntum.

2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, berarti: barang-barang tertulis. Pada pelaksanaan metode dokumentasi, penulis mencari data mengenai hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, foto-foto dan sebagainya.⁵¹ Dalam hal ini dokumentasi yang digunakan peneliti adalah dokumen-dokumen dan foto-foto baik itu berupa awal berdirinya Hotel Syariah Grand S'kuntum, Kota Metro serta foto-foto penelitian.

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2012), h.113.

⁵¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, h. 201

D. Teknik Analisa Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif lapangan, karena data yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Analisa data adalah suatu upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.⁵²

Menurut Sugiyono langkah dalam menganalisa data yang telah diperoleh yang pertama yaitu analisis sebelum lapangan, analisa ini dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun, fokus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah penelitian masuk dan selama di lapangan. Langkah yang selanjutnya adalah analisis selama dilapangan model Miles And Huberman, analisis data dalam penelitian ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang di wawancarai. Jika jawaban yang di wawancarai setelah di analisis belum memuaskan maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan kembali, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap *kredibile*.⁵³ langkah terakhir yang dilakukan dalam analisis data adalah analisis data selama di lapangan model Spradley, analisis data pada

⁵² Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), h. 248

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 245-246

penelitian ini dilakukan dengan menetapkan seorang informan yang mampu memberikan informasi kepada peneliti tentang objek penelitian. Setelah itu, peneliti melakukan wawancara kepada informan tersebut dan mencatat hasil wawancara dengan mengajukan pertanyaan deskriptif, dilanjutkan dengan analisis hasil terhadap hasil wawancara.⁵⁴

Adapun teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini ialah teknik analisa *kualitatif* dengan cara berfikir *induktif*, yaitu pengambilan keputusan dimulai dari pernyataan dan fakta fakta khusus menuju pada kesimpulan yang bersifat umum. Proses berfikir induktif dimulai dari fakta atau data khusus berdasarkan pengamatan di lapangan . data dan fakta hasil pengamatan di lapangan disusun, diolah, dikaji kemudian di tarik maknanya dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang bersifat umum.⁵⁵ Maksudnya dari kenyataan atau induvidu yang bersifat khusus kemudian peneliti simpulkan menjadi kesimpulan yang bersifat umum.yaitu dengan mengetahui suatu fakta konkrit mengenai penerapan nilai –nilai Islam pada Hotel Syariah dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen yang kemudian akan peneliti tulis pada kesimpulan umum berdasarkan teori mengenai nilai-nilai Islam dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen di Hotel Syariah Grand S’kuntum Metro.

⁵⁴ *Ibid*, h. 253

⁵⁵ Nana Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011), h.7.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro

1. Sejarah Berdirinya Hotel Syariah Grand Sekuntum

Hotel Grand S'kuntum berdiri pada tahun 1970 di Kota Metro, provinsi Lampung. Pada saat itu, Hotel Grand S'kuntum diberi nama Hotel S'kuntum, dan menjadi Hotel pertama yang berlantai tiga di Kota Metro. Seiring berjalannya waktu, Hotel S'kuntum tersebut sekarang berubah fungsi menjadi pasar pertokoan yaitu pasar shopping.

Hotel S'kuntum didirikan oleh Bapak H. Siradjuddin Djahidin, sm.Hk. (sekda pertama Lampung Tengah). Setelah beberapa tahun kemudian, untuk mengenang kembali dorongan dari Bapak H. Lukman Hakim, S.H., M.M., serta mendukung Visi dan misi Kota Metro, maka Bapak H. Wahdi siradjuddin, Sp. Og., yang merupakan anak dari pendiri Hotel S'kuntum tersebut mendirikan kembali Hotel S'kuntum tersebut dengan nama Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro. Hotel Grand S'kuntum saat ini beralamatkan di Jl.A.H.Nasution No.60 Kota Metro, Lampung.

Pembangunan tahap pertama secara resmi mulai beroperasi pada tanggal 01 Januari 2014 yang diresmikan langsung oleh Walikota Metro H. Lukman Hakim, S.H., M.M., dan pembangunan tahap dua mulai beroperasinya tanggal 17 November 2015, dengan harapan membantu

Kota Metro dalam mempersiapkan infrastruktur dibidang pariwisata yang representatif serta mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi local, sehingga terjadi peningkatan kegiatan perekonomian yang akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kota Metro pada khususnya dan Lampung pada umumnya.

Menyusun *tagline* Hotel nyaman di Kota Metro, Hotel Grand S'kuntum memberikan alternative penginapan di Kota Metro lokasinya yang strategis serta beragam fasilitas yang disediakan ditujukan agar para tamu semakin tertarik berkunjung ke Metro. Selain menyediakan kamar dan *Meeting Room*, Hotel Grand S'kuntum juga menyediakan restoran, kolam air hangat, fasilitas SPA bagi para wanita dan wisata sepeda.

Hotel Grand S'kuntum merupakan hotel pertama di Kota Metro dan menjadi hotel terbaik saat ini di kota Metro. Hotel Grand S'kuntum sempat fukam beberapa tahun, dan saat ini sudah menjadi hotel terbaik karena berkat Bapak Wahdi dan Bapak Lukman Hakim selaku walikota Metro pada saat itu.⁵⁶

2. Visi misi Hotel syariah Grand Sekuntum

Visi dan misi Hotel Syariah Grand S'kuntum yaitu sebagai berikut:

a. Visi

Menjadikan penginapan yang aman, nyaman, bersih, dan indah, bernuansa kolonialisasi di kota Metro.

⁵⁶ info@hotelgrandsekuntum.com, diakses pada tanggal 26 November 2018.

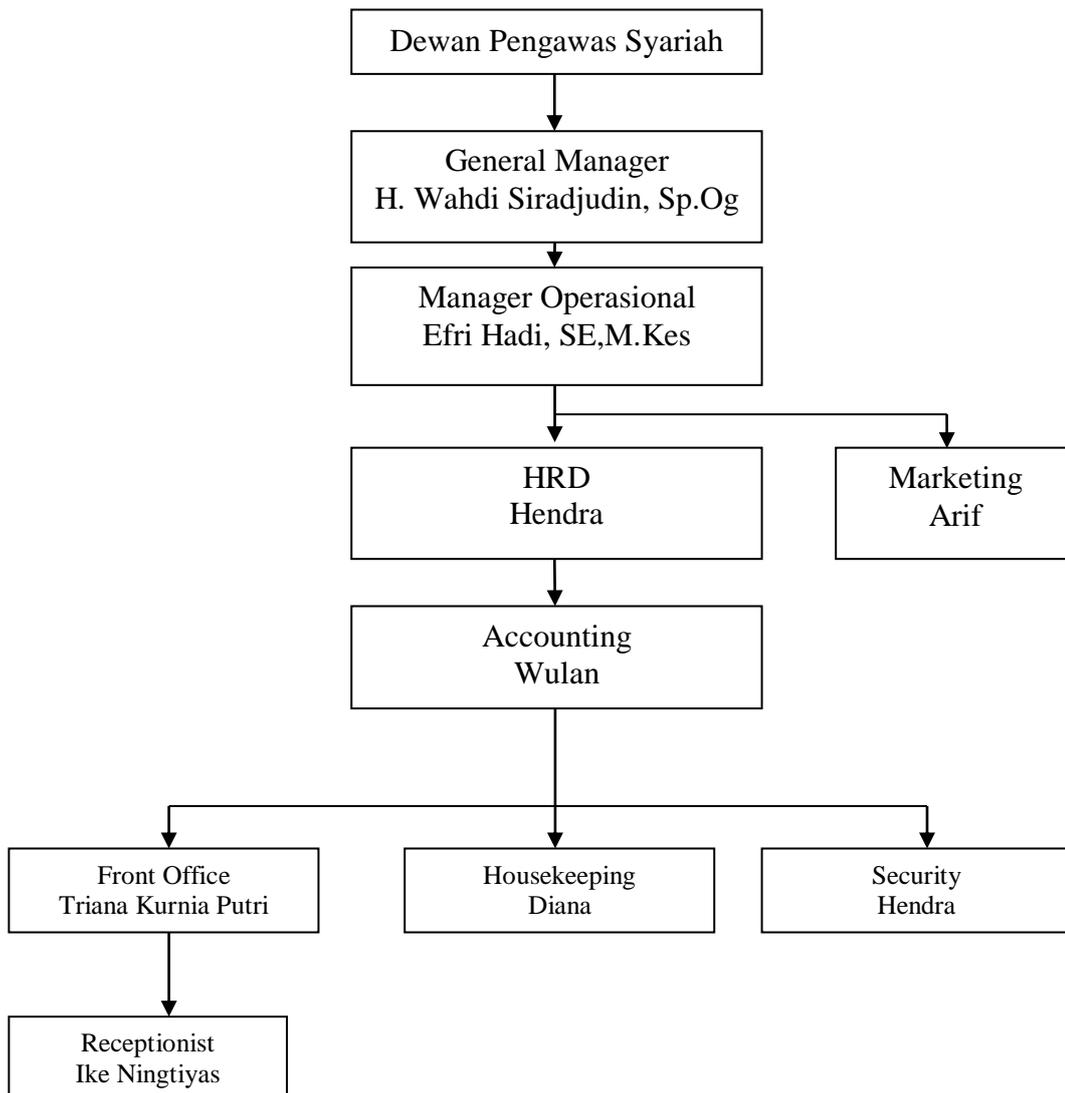
b. Misi

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan melalui manajemen yang bermutu yang sesuai dengan tujuan dari Hotel Grand S'kuntum.
- b. Meningkatkan profesionalisme tenaga kerja sehingga dapat memberikan layanan yang prima terhadap tamu dan relasi lainnya sehingga dapat terciptanya kepuasan terhadap tamu dan relasi lainnya sehingga dapat terciptanya kepuasan terhadap konsumen.
- c. Meningkatkan sarana dan prasarana yang sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan.
- d. Meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja sehingga mampu melaksanakan pekerjaan secara professional.
- e. Tetap menjalin komunikasi dari berbagai pihak dan mengoptimalkan fungsi hotel secara mestinya.

3. Strukur Organisasi Hotel Syariah Grand Sekuntum

Struktur organisasi Hotel Syariah Grand Sekuntum dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 4.1.
Struktur Organisasi Hotel Syariah Grand Sekuntum



Keterangan:

- a. Dewan pengawas Syariah (DPS) merupakan sebuah lembaga yang bertugas mengawasi jalannya operasional Hotel secara Syariah dan yang akan memberikan arahan serta menjawab masalah yang muncul di lapangan. Lembaga ini diambil dan disetujui oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) yang menunjuk anggotanya untuk menjadi Dewan Pengawa Syariah.
- b. Pemilik hotel (General Manager), merupakan pemilik dan pimpinan di Hotel Grand S'kuntum Kota Metro yang berwenang dan berkewajiban untuk mengatur semua hal-hali yang menyangkut tentang hotel.
- c. Manager operasional merupakan bawahan langsung dari pemilik Hotel yang bertugas mengawasi semua operasional Hotel.
- d. *Marketing*, adalah suatu bagian yang memasarkan Hotel kepada masyarakat maupun pelanggan agar setiap tahunnya mengalami peningkatan atas tamu tamu yang menginap dan menggunakan fasilitas Hotel. Saat ini perusahaan mempergunakan sarana informasi internet untuk melakukan penjualan produk jasa.
- e. *Human Resources departemen* (HRD) merupakan orang bertugas merekrut dan menyeleksi tenaga kerja.
- f. *Accounting* merupakan bawahan langsung dari pimpinan dan manger Hotel yang bertugas menetapkan struktur keuangan Hotel serta membuat laporan bulanan dan neraca perusahaan.

- g. *Front Office* merupakan departemen yang bertugas untuk menciptakan kesan positif terhadap tamu, menyeleksi, menempatkan, melatih dan mengevaluasi karyawan *front office*, serta menjaga keharmonisan kerja dengan semua staff.
- h. *Receptionisi* merupakan departemen yang melayani tamu *cheki-in* dan *chek-out* sesuai dengan prosedur Hotel, menyeleksi tamu yang membawa pasangannya, serta mengetahui seluruh aktivitas yang sedang berlangsung di hotel melalui CCTV.
- i. *Housekeeping* merupakan departemen yang menangani masalah keindahan, kerapian, kebersihan, kelengkapan dan kesehatan sertamelakukan perawatan terhadap semua ruang yang ada di Hotel.
- j. *Engineering departemen* merupakan suatu departemen Hotel yang bertanggung jawab untuk menangani perawatan perbaikan atas semua alat-alat serta mesin yang ada di Hotel apabila mengalami kerusakan.
- k. *Purchasing Departemen* merupakan bagian yang bertanggung jawab atas keseluruhan pembelian pengadaan serta semua kebutuhan Hotel.⁵⁷

4. Fasilitas Hotel Syariah Grand Skuntum

Hotel Syariah Grand S'kuntum Metro memberikan fasilitas kamar beserta fasilitas yang sangat menarik, tidak hanya menerima tamu saja tapi juga menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung pelayanan jasa seperti menyediakan ruang untuk pertemuan(*meeting room*) yang mampu menampung 60 sampai 100 peserta selain itu Hotel Syariah Grand

⁵⁷ info@hotelgrandsekuntum.com, yang diakses pada tanggal 13 Desember 2018.

S'kuntum juga menyediakan fasilitas *café, spa laundry, family karaoke, sport garden, warm swimming pool*, wisata sepeda,serta *free wi-fi*, Hotel grand S'kuntum juga menyediakan kendaraan operasional (Mobil serena, Mobil Avanza, Mobil Alphard serta bus pariwisata) untuk menjemput tamu baik luar kota maupun dalam kota dengan harga yang bervariasi. Hotel Grand Sekutum memiliki 40 kamar yang terdiri dari *standar room, superior room,deluxe room,deluse double bed room, deluxe room SA (smoking area), deluxe double SA (smoking area), family roo*. Tariff setiap kamar memiliki harga yang berbeda-beda hal ini dikarena memiliki fasilitas yang berbeda disetiap tipe kamar.⁵⁸

B. Penerapan Nilai-Nilai Islam pada Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro

Terkait bagaimana penerapan nilai- nilai Islam di Hotel Syariah Grand S'kuntum yang mencangkup aspek Produk, pelayanan dan pengelolaan. Dalam peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang Pedoman usaha Hotel Syariah No. 02 tahun 2014, ada beberapa aspek yang harus di penuhi dalam pendirian Hotel Syariah yaitu:

1. Produk

Hotel merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa penginapan, oleh karena itu produk yang di jual adalah penyewaan fasilitas seperti kamar tidur, kamar mandi, dapur, ruang ibadah.

- a. Terdapat pemisah, penyekat dan peutup untuk menjaga pandangan.

⁵⁸ Wawancara dengan Bapak Efril Hadi selaku Manager Hotel Grand S'kuntum Kota Metro pada tanggal 14 Desember 2018

Pada Hotel Syariah Grand S'kuntum terdapat kolam hangat yang terpisah antara pria dan wanita.

- b. Terdapat air bersih untuk bersuci. Air merupakan hal yang paling penting bagi umat manusia, dalam umat muslim air bersih dan suci sangat di butuhkan dari pengamatan peneliti di Hotel Syariah Grand S'kuntum sudah terdapat air suci dan bersih yang melimpah.
- c. Kebersihan tempat ibadah. Untuk kebersihan kamar di hotel Grand S'kuntum sudah sangat maksimal dan di tempat ibadah kebersihannya sudah cukup baik.
- d. Tersedia peralatan ibadah dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti sudah tersedia peralatan untuk beribadah seperti mukena untuk wanita, sajadah Al-quran, jika pelanggan yang ingin melakukan ibadah di kamar tidur disediakan peralatan ibadah, dan terdapat penunjuk arah kiblat untuk shalat di dalam kamar.
- e. Tidak terdapat akses ponografi, zina, perjudian, dan makanan haram. Dalam Hotel Grand S'kuntum terlihat tidak adanya akses pornografi dan zina terlihat dari cara penyeleksi tamu yang datang, jika pasangan yang bukan muhrim tidak di perkenakan menginap, jika terdapat minuman keras ataupun praktek perjudian akan dilarang pihak manajemen hotel tersebut.

Keunggulan fasilitas dari hotel syariah Grand S'kuntum yaitu menyediakan fasilitas yang nyaman, seperti menyediakan kolam hangat

yang terpisah antara laki- laki dan perempuan, tepat SPA yang hanya di sediakan bagi perepuan tepatnya nyaman dan tertutup.

2. Pelayanan

Penerapan nilai-nilai Islam dalam hal pelayanan di Hotel Syariah Grand S'kuntum:

- a. Mengucapkan salam ketika tamu datang. Karyawan Hotel Grand S'kuntum selalu mengucap salam ketika ada konsumen baik secara Islami atau mengucapkan salam biasa “selamat pagi” da sebagainya.
- b. Melakukan seleksi tamu yang datang untuk menginap. Dari pengamatan peneliti jika tamu *chek in* maka petugas *reseptionis* mengajukan pertanyaan dengan siapa tamu datang jika tamu tersebut datang dengan kekasih atau pasangan yang belum sah tidak diperkenakan mengiap di kamar yang sama, jika sudah pasangan yang sah maka harus menunjukkan buku nikah atau ktp dengan alamat, nomer rumah yang sama dan setatus menikah.
- c. Memberikan informasi waktu ibadah. Di Hotel Syariah Grand S'kuntum hanya menyediakan tempat ibadah namun untuk informasi waktu ibadah tidak disediakan, akan tetapi didekat Hotel Grand S'kuntum terdapat mushola jadi ketika masuk waktu ibadah sudah jelas.
- d. Karyawan mengguakan pakaian sesuai Syariat Islam dan sopan. dalam Hotel Syariah Grand S'kuntum semua karyawan wanita wajib

menggunakan pakaian Islam dan menutup aurat sedangkan untuk pria menggunakan pakaian sopan.

3. Pengelolaan

Dalam aspek pengelolaan merupakan aspek manajemen dalam operasional hotel. penerapan nilai-nilai Islam dalam aspek pengelolaan yaitu:

- a. Untuk aspek pengelolaan dan manajemen hotel menerapkan bahwa untuk menjadi karyawan di Hotel Syariah Grand S'kuntum wajib beragama Islam dan karyawan wajib menggunakan pakaian Islami bagi perempuan dan pakaian sopan bagi laki-laki.
- b. Legalitas dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.

Keunggulan dari hotel syariah Grand S'kuntum yaitu bebas dari pekerja seks komersial dan hanya menyediakan makan dan minuman yang halal, dan dilarang satu kamar tamu yang bukan mahrom serta menyediakan fasilitas yang nyaman.

Penerapan Nilai-nilai Islam di Hotel Syariah di dapat peneliti dari berbagai uraian data-data penelitian yang diperoleh dari sumber- sumber penelitian, bahwa belum maksimalnya penerapan Nilai- nilai Islam hal ini dari aspek ibadah, dimana masjid yang terletak didalam hotel adzan tidak dikumandangkan oleh pihak hotel dan karyawan hotel tidak melakukan shalat berjamaah mengingat akan menjaga keamanan, serta untuk kebersihan tempat ibadah masih kurang maksimal, akan tetapi kedepanya

penerapan tersebut dimaksimalkan karena hal tersebut penting agar terwujudnya Hotel yang sesuai dengan Konsep syariah.

C. Pengaruh Nilai- nilai Islam terhadap Loyalitas Konsumen pada Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro

Konsumen yang loyal merupakan asset penting bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan pada dasarnya adalah fungsi dari harapan dan persepsi terhadap kinerja suatu produk setelah pelanggan mendapatkan atau menggunakan layanan. Pelanggan yang setia cenderung membeli lebih banyak sehingga laba perusahaan akan bertambah dan perusahaan akan mempunyai pelanggan yang loyal.

Penerapan nilai-nilai Islam di Hotel Syariah Grand S'kuntum Metro ini mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas konsumen. Dengan diterapkannya nilai - nilai Islam pada Hotel Grand S'kuntum ini karyawan lebih sopan ramah dalam memperlakukan tamunya tidak hanya karyawan namun suasana dalam lokasi hotel dibuat nyaman mungkin untuk menarik konsumen, demikian hotel syariah merupakan awal perkembangan yang baik guna menghindari kemaksiatan yang berkelanjutan di lingkungan masyarakat. Sehingga masyarakat muslim yang memiliki tingkat keimanan yang cukup baik, merasa bersyukur dengan penawaran hotel syariah, karena bisa mendapatkan tempat yang nyaman dan berkah dalam beristirahat.

Menurut Bapak Mahrubud konsumen yang berasal dari Bandar Lampung beliau hadir setiap bulan dan mulai berkunjung sejak awal tahun 2015 hingga sekarang tahun 2018 mengatakan saya mengutamakan dan menghormati Agama

saya jadi saya memprioritaskan bisnis yang bernuansa syariah, salah satunya di Hotel Grand sekuntum tempatnya nyaman dan strategis.⁵⁹

Menurut Ibu Dhea bela anisa yaitu konsumen yang pernah menggunakan fasilitas ruang *ballroom* 1 di hotel syariah ia selalu menggunakan fasilitas Hotel Grand S'kuntum ketika ada keperluan bisnis memilih di hotel tersebut karena Hotel Grand S'kuntum tempatnya strategis, pelayanannya ramah dan baik.⁶⁰

Menurut Ibu Anisa yaitu konsumen yang menginap di Hotel Syariah Grand S'kuntum mengatakan bahwa di Kota Metro ini banyak hotel namun untuk hotel yang fasilitasnya dapat di katakana terlengkap di Kota Metro ya di Hotel Grand S'kuntum, tidak hanya fasilitasnya yang lengkap juga adanya pelayanan yang maksimal demi kenyamanan konsumen, serta adanya fasilitas yang tidak mendukung untuk berbuat kemaksiatan.⁶¹

Selanjutnya menurut ibu Ratna beliau sering kali menginap di Hotel Grand S'kuntum ia memilih di Hotel Syariah Grand S'kuntum karna fasilitasnya lengkap, nyaman, aman dan karyawannya ramah-ramah yang pasti strategis tempatnya.⁶²

Informasi yang hampir sama dikemukakan pula oleh Ibu Anggun sebagai tamu yang menginap di Hotel Syariah Grand S'kuntum beliau

⁵⁹ Wawancara kepada Bapak Mahrubud, Sebagai konsumen di Hotel Syariah Grand S'kuntum pada tanggal 26 November 2018

⁶⁰ Wawancara dengan Ibu Dhea bela anisa sebagai tamu yang menggunakan fasilitas *ballroom* di Hotel Syariah Grand sekuntum pada tanggal 14 Desember 2018

⁶¹ Wawancara dengan Ibu Anisa sebagai tamu yang menginap di Hotel Syariah Grand sekuntum pada tanggal 14 Desember 2018

⁶² Wawancara dengan Ibu Ratna sebagai tamu yang menginap di Hotel Syariah Grand sekuntum pada tanggal 14 Desember 2018

mengatakan bahwa fasilitas yang ada di Hotel Syariah Grand S'kuntum sangat memadai dan memuaskan tidak hanya lengkap dalam fasilitas di hotel ini juga sangat nyaman.⁶³

Sedangkan menurut ibu lela luthya yang juga merupakan konsumen di hotel Syariah didapatkan informasi bahwa beliau memilih menggunakan fasilitas sewa ruang siger di hotel tersebut karena selain tempatnya strategis hotel tersebut juga nyaman bersih dan fasilitasnya memadai ada masjid di dalamnya.⁶⁴

Faktor-faktor pendukung dalam meningkatkan pelayanan tamu pada Hotel Syariah Grand S'kuntum dimana dalam memberikan pelayanan jasa sangat bercirikan syariat Islam, hal ini terbukti dengan selektif memilih tamu kamar, dimana jika tamu bukan pasangan yang sah tidak diperbolehkan menginap dan para staf wanita menutup auratnya diwajibkan berjilbab, bertutur kata sopan dan baik.

Hotel Syariah dalam menyediakan hidangan terbebas dari makanan haram, hal ini terbukti dengan tidak menjual minuman beralkohol serta minuman keras lainnya, maka konsumen tidak perlu khawatir tentang kehalalan hidangan di hotel syariah grand sekuntum. Begitupun dengan fasilitas kolam renang di hotel syariah kolam renang laki-laki dan perempuan terpisah sehingga membuat tamu nyaman dan leluasa dalam menikmati fasilitas yang diberikan.⁶⁵

⁶³ Wawancara dengan Ibu Anggun sebagai tamu yang menginap di Hotel Syariah Grand sekuntum pada tanggal 19 Desember 2018

⁶⁴ Wawancara dengan lela luthya sebagai tamu yang menginap di hotel syariah grand sekuntum pada tanggal 19 Desember 2018

⁶⁵ Wawancara kepada Ibu Triana Kurnia Putri, Karyawan *Receptionis* di Hotel Syariah Grand S'kuntum Metro pada tanggal 14 Desember 2018

Dengan kesan yang baik maka tamu yang datang akan terkesan dan merasa nyaman, maka semua karyawan harus menjaga sopan santun dan tutur kata yang baik serta menjaga kebersihan baik diri maupun tempat, hal tersebut merupakan strategi bagi perusahaan untuk menarik konsumen agar kembali menggunakan jasa perusahaan. Ini terlihat dengan meningkatnya jumlah tamu yang berkunjung ke hotel syariah grand S'kuntum lima bulan terakhir

Tabel 4.1
Jumlah Tamu Hotel Syari'ah Grand S'kuntum 5 Bulan Terakhir

No	Bulan	Room/Orang
1	Juni	437/ 874
2	Juli	599/ 1.198
3	Agustus	631/ 1.262
4	September	635/1.270
5	Oktober	750/ 1.500

Sumber Hotel syariah Grand S'kuntum Kota Metro Tahun 2018

Hal tersebut tidak terlepas dengan strategi yang dipakai di Hotel Syariah Grand S'kuntum selain promosi Grnad Sekutum menerapkan strategi pelayanan antara lain:

1. Penyambutan

Penyambutan tamu dengan baik dan ramah, dengan ucapan salam dari karyawan bahwa suatu keberkahan tamu datang Ke Hotel Grand S'kuntum dengan sambutan yang hangat tamu akan merasa nyaman.

2. Presentasi

Presentasi y aitu cara penyajian dimana merupakan sebuah startegi bagaimana kita sebagai staf, karyawan menawarkan kamar kepada tamu

dengan menawarkan harga kamar mulai dari tertinggi hingga yang lebih rendah.

3. Penjualan

Penjualan maksudnya setelah tamu menyetujui kamar, jelaskan sekali lagi kamar yang akan di tempati kemudian *Roomboy* akan mengantar tamu tersebut ke kamarnya.⁶⁶

Aspek pelayanan merupakan aspek yang paling penting bagi perusahaan jasa. Karena pelayanan merupakan kesan pertama yang didapat konsumen, jadi pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan yang ujungnya akan diupayakan menjadi sarana mempertahankan pelanggan agar menjadi loyal.

Penerapan nilai-nilai Islam dalam aspek produk dan pelayanan tertuju pada Aqidah, karena Aqidah mempunyai tujuan mensucikan jiwa dan mengarahkan ketinggian keluhuran. Penerapan Nilai Aqidah dalam aspek produk dan pelayanan seperti menghindari perbuatan-perbuatan yang dilarang dalam ajaran Islam. Karena Hotel Grand S'kuntum merupakan hotel yang berbasis syariah yang mengutamakan Nilai Agama Islam dalam operasional perusahaan.

Perusahaan akan berjalan dengan baik jika semua system bekerja dengan baik, oleh karena itu pengelolaan perusahaan merupakan inti dari maju mundurnya suatu perusahaan. Dengan mengemban perusahaan berbasis syariah maka pengelolaan merupakan hal yang penting, karena manajemen usaha harus memiliki dan menerapkan jaminan halal.

⁶⁶ Wawancara dengan ike ningtiyas sebagai *Resepsionis* Hotel syariah Grand S'kuntum pada tanggal 14 Desember 2018

Perusahaan akan berkembang dengan baik jika proses manajemen sumber daya manusia yang menjadi kunci keberhasilan suatu perusahaan. Nilai-nilai Islam yang dapat diambil dari sumberdaya manusia pada Hotel Syariah yaitu semua karyawan yang bekerja di Hotel Grand S'kuntum harus seorang muslim dan muslimah dan seluruh karyawan perempuan harus memakai seragam sopan, seperti baju yang tertutup dan berkerudung yang sesuai dengan ajaran Islam, kemudian perusahaan menjamin kehalalan semua produk yang ada di perusahaan.

Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk jasa terpilih secara konsisten.

Secara umum loyalitas konsumen dapat tercipta dengan beberapa faktor, Menurut Lupiyoadi, sebagaimana dikutip oleh vinna sri menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitanya dengan kepuasan konsumen, antara lain sebagai berikut:

1. Kualitas produk
konsumen akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Mentgomery menyatakan bahwa produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ada dua, yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.
2. Kualitas pelayanan
Konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional
Konsumen merasa puas ketika orang memujinya karena menggunakan merek yang mahal.
4. Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikn nilai yang lebih tinggi.
5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.⁶⁷

Konsumen yang memiliki loyalitas merasakan adanya emosional dengan perusahaan. Ikatan emosional inilah yang membuat pelanggan menjadi loyal dan mendorong mereka untuk terus melakukan pembelian terhadap produk perusahaan serta memberikan rekomendasi. Untuk meningkatkan loyalitas, perusahaan harus meningkatkan kepuasan setiap pelanggan dan mempertahankan tingkatan kepuasan tersebut dalam jangka panjang. Untuk meningkatkan kepuasan, perusahaan harus menambahkan nilai yang dapat membuat mereka mendapatkan apa yang mereka bayar atau lebih dari yang mereka harapkan. Sehingga mereka dapat bertahan dan mengarah pada pembelian ulang.

Loyalitas konsumen merupakan hal penting bagi tujuan akhir setiap bisnis. Ketika loyalitas itu tercipta pelaku bisnis akan lebih mudah mengembangkan usahanya. Seperti halnya di Hotel Syariah Grand S'kuntum, Dengan menerapkan konsep syariah pada operasional hotel serta pelayanan keamanan dan kenyamanan yang terjamin maka terciptalah loyalitas konsumen, sehingga para konsumen merasa diperhatikan dan dipenuhi kebutuhannya. Ini terlihat dari data konsumen yang datang untuk melakukan pembelian jasa penginapan, dilihat dari data penelitian peneliti, Hotel Grand S'kuntum mengalami peningkatan konsumen, dan banyak konsumen melakukan pembelian ulang dari jasa yang di tawarkan.

Dalam hal ini Hotel Syariah Grand S'kuntum mampu mempertahankan penerapan nilai-nilai Islam dalam rangka loyalitas konsumen. Hal tersebut

⁶⁷ Vinna Sri Yunarti, *Perilaku Konsumen.*, h. 239.

dilakukan dengan menaati ketentuan Islam seperti hal – hal yang dilarang dalam Agama Islam. Dengan demikian tujuan berdirinya Hotel Syariah Grand S'kuntum untuk membangun usaha yang halal dan berkah akan tercapai.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan di Hotel Syariah Grand S'kuntum Metro menyimpulkan bahwa penerapan Nilai –Nilai islam dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen, dimana dalam memberikan pelayanan jasa sangat bercirikan syariat Islam, hal ini terbukti dengan selektif memilih tamu kamar, jika tamu bukan pasangan yang sah tidak diperbolehkan menginap, Hotel Syariah dalam menyediakan hidangan terbebas dari makanan haram, hal ini terbukti dengan tidak menjual minuman beralkohol serta minuman keras lainnya, maka konsumen tidak perlu khawatir tentang kehalalan hidangan di hotel Syariah Grand Sekuntum. Begitupun dengan fasilitas kolam hangat di hotel syariah kolam hangat laki-laki dan perempuan terpisah dan para staf wanita menutup auratnya diwajibkan berjilbab bertutur kata yang sopan dan baik . Dengan diterapkannya pelayanan Islami memberikan rasa kepuasan bagi konsumen sehingga konsumen menjadi loyal.

Menerapkan operasional Hotel berbasis syariah dan pelayanan Islam pada konsumen memberikan keuntungan baik dari segi *financial* maupun nama baik citra Hotel. Penerapan nilai Islam dimulai dari produk, pelayanan dan pengelolaan, fasilitas yang ada di hotel grand S'kuntum juga sangat memadai dan jauh dari kemaksiatan.

B. Saran

1. Kepada karyawan Hotel syariah Grand S'kuntum Metro agar ditingkatkan lagi kinerja dalam melayani tamu serta tetap taat dan patuh terhadap sistem Islami yang telah di terapkan sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal.
2. Kepada konsumen agar tetap menaati peraturan yang telah di tetapkan oleh Hotel syariah Grand S'kuntum.

DAFTAR PUSTAKA

- Abuddin Nata. *Metodologi Studi Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.
- Adiwarman A. Karim. *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Ali Hasan. *Manajemen Bisnis Syariah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press, 2010.
- . *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada, 2003.
- Departemen Agama RI. *al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV. Diponegoro, 2005.
- Doni Juni Priansa. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Elza Soengkono. "Pengaruh Nilai-Nilai Islam Dalam Perbankan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Studi Kasus di Bank Muamalat Cabang Bengkulu". dalam <http://repository.unib.ac.id/cgi/users/login?target=http%3A%2F%2Frepository.unib.ac.id%2F5313%2F1%2Fpdf%2520eliza.pdf>.
- Ema Salma. "Nilai-Nilai Islam Pada Bank Berbasis Syariah Studi pada BNI Syariah Cabang Kota Makassar". dalam <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/2997/1/Ema%20Salma.pdf>.
- Fandy Tjipono. *Strategis Bisnis*. Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2008.
- Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah
- Husein Umar. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009.
- Lexy J Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Maulana. "Peran. Fungsi. Dan Nilai Agama Dalam Kehidupan". dalam <http://www.maulanaisme.com/2012/12/peran-fungsi-dan-nilai-agama-dalam.html>.
- Moh. Nasir. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.
- Muhammad Rayhan Janitra. *Hotel Syariah konsep dan Penerapannya*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017.

- Muhammad Syarif Chaudhry. *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar*. Jakarta: Kencana Perada Media Group, 2012.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam, Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Munawaroh. "Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Medan". dalam <http://repository.uinsu.ac.id/1359/1/munawaroh%20ekni.pdf>.
- Nana Sudjana. *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011.
- Nasri Kurnialoh. "Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Dalam Serat Sastra *Gendhing*" dalam *Jurnal Kebudayaan Islam* Vol. 13. No. 1. Januari-Juni 2015.
- Oka A. Yoeti. *Strategi Pemasaran Hotel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1999.
- Ratih Hururiyati. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Cv Alfabeta, 2012.
- Ristiayanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihalauw. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Siti Rohmatul Isnaini "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan. Kemampuan Manajerial. Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Familie 2". Kearsipan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2012.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Cet Ke-XIV*. Jakarta: Rnika Cipta, 2010.
- Sumadi Suryabrata. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press, 2011.
- Vinna Sri Yunarti. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Warkum Sumitro. *Asas- asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga terkait*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Widyarini. "Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta". *Ekbisi*. Vol. VIII. No. 1. Desember 2013.
- Yatimin Abdullah. *Studi Akhlak dalam Persepektif Al-Quran*. Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2007.
- Zakiah Daradjat. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

08 Desember 2017

Nomor : 1441/In.28.3/D/PP.00.9/12/2017
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:
1. Suci Hayati, S.Ag.,M.S.I
2. Rina Elmaza, S.H.I.,M.S.I
dj - Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Nadia Almas
NPM : 14118834
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Hotel Yang Berbasis Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Hotel Syariah Grand Skuntum Kota Metro)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi prop'osal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 197209232000032002

OUTLINE

PENERAPAN NILAI – NILAI ISLAM PADA HOTEL YANG BERBASIS SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

(Studi Kasus di Hotel syariah grand sekuntum Kota Metro)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
 - 1. Tujuan Penelitian
 - 2. Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Nilai- Nilai Islam
 - 1. Pengertian Nilai – Nilai Islam
 - 2. Tujuan dan fungsi Nilai – Nilai islam
 - 3. Konsep Nilai – Nilai Islam pada Hotel syariah

B. Konsep Hotel syariah

1. Pengertian hotel syariah
2. Perbedaan hotel syariah dan hotel konvensional
3. Strategi pemasaran hotel

C. Loyalitas Konsumen

1. Pengertian loyalitas konsumen
2. Faktor – Faktor loyalitas konsumen
3. Pengukuran kepuasan konsumen
4. Strategi meningkatkan dan mempertahankan loyalitas konsumen

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian
2. Sifat Penelitian

B. Sumber Data

C. Teknik Pengumpulan Data

D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran umum Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro

1. Sejarah umum berdirinya Hotel syariah Grand S'kuntum
2. Visi dan Misi Hotel Syariah Grand S'kuntum
3. Struktur Organisasi Hotel Syariah Grand S'kuntum
4. Fasilitas Hotel Syariah Grand S'kuntum

B. Penerapan Nilai-nilai Islam pada Hotel Syariah Grand S'kuntum

Kota Metro

C. Pengaruh Nilai- nilai Islam terhadap Loyalitas Konsumen pada

Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Metro, 26 November 2018
peneliti,



Nadia Almas

NPM. 14118834

Pembimbing I



Suci Hayati, S.Ag., M.S.I

NIP. 19740104 199303 1 004

pembimbing II



Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

NIP. 19840123 200912 2 005

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PENERAPAN NILAI – NILAI ISLAM PADA HOTEL BERBASIS SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

(Studi kasus di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro)

1. **Pertanyaan kepada Manajer Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro**
 - a) Bagaimana awal berdirinya Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro ?
 - b) Apa Visi dan Misi Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro ?
 - c) Bagaimana struktur Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro ?
 - d) Bagaimana penerapan Nilai –nilai Islam pada Hotel Syariah Grand S'kuntum dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen ?
2. **Pertanyaan kepada karyawan (*Resepsionis*) Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro**
 - a) Bagaimana penerapan Nilai - nilai Islam di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro ?
 - 1) Apakah di Hotel Syariah Grand S'kuntum sudah terhindar dari akses pornografi atau tindakan asusila?
 - 2) Apakah di Hotel Syariah Grand S'kuntum menyediakan makanan dan minuman yang halal saja ?

- 3) Apakah di Hotel Syariah Grand S'kuntum sudah menyediakan fasilitas, peralatan dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci ?
- 4) Apakah pengelola dan karyawan /karyawati di Hotel Syariah Grand S'kuntum wajib mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah ?
- b) Apa saja fasilitas yang disediakan di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro?
- c) Bagaimana respon konsumen terhadap penerapan Islami yang diberikan di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro ?
- d) Berapakah jumlah customer yang datang setiap bulanya ?
- e) Apakah ada Reward atau discon yang di tawarkan oleh Hotel untuk pelanggan tetap/loyal ?

3. Pertanyaan kepada konsumen Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro

- a) Bagaimana pelayanan di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro ?
- b) Bagaimana penerapan Nilai - nilai Islam di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro
 - 1) Apakah di Hotel Syariah Grand S'kuntum sudah menyediakan fasilitas, peralatan dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci ?
 - 2) Apakah di Hotel Syariah Grand S'kuntum sudah terhindar dari akses pornografi atau tindakan asusila?

- 3) Apakah di Hotel Syariah Grand S'kuntum sudah menyediakan makanan dan minuman yang halal saja ?
- c) Apa yang membuat Ibu/Bapak memilih untuk memutuskan menginap atau menggunakan fasilitas di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro ?
- d) Apa alasan yang membuat Bapak/Ibu menjadi customer tetap di Hotel Syariah Grand S'kuntum ?

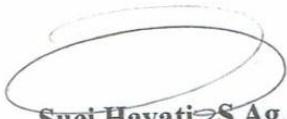
Metro, 23 November 2018
peneliti,



Nadia Almas

NPM. 14118834

Pembimbing I



Suci Havati, S.Ag., M.S.I

NIP. 19740104 199303 1 004

pembimbing II



Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

NIP. 19840123 200912 2 005

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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id



Nomor : 2800/In.28/D.1/TL.00/12/2018
 Lampiran : -
 Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
 Manajer Hotel Grand S`kuntum
 Metro
 di-
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2799/In.28/D.1/TL.01/12/2018,
 tanggal 11 Desember 2018 atas nama saudara:

Nama : **NADIA ALMAS**
 NPM : 14118834
 Semester : 9 (Sembilan)
 Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Hotel Grand S`kuntum Metro, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAM PADA HOTEL PERBASIS SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS DI HOTEL SYARIAH GRAND S`KUNTUM METRO)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 11 Desember 2018

Wakil Dekan I,



Drs. H.M. Saleh MA

NIP 19650111 199303 1 001



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 2799/ln.28/D.1/TL.01/12/2018

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
 menugaskan kepada saudara:

Nama : **NADIA ALMAS**
 NPM : 14118834
 Semester : 9 (Sembilan)
 Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di Hotel Grand S`kuntum Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAM PADA HOTEL BERBASIS SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS DI HOTEL SYARIAH GRAND S`KUNTUM METRO)".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
 Pada Tanggal : 11 Desember 2018

Mengetahui,
 Pejabat Setempat



Wakil Dekan I,
Drs. H. M. Saleh MA
 NIP. 19650111 199303 1 001

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah Manajer Hotel Syarah Grand S'Kuntum Kota Metro, menerangkan bahwa mahasiswa IAIN Metro yaitu:

Nama : Nadia Almas
NPM : 14118834
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Penelitian Berjudul : PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAM PADA HOTEL BERBASIS SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Hotel Syariah Grand S'Kuntum Kota Metro)

Telah melakukan penelitian di Hotel Syarah Grand S'Kuntum Kota Metro selama dua hari, yaitu dari hari Jum'at dan Rabu pada tanggal 14 dan 19 bulan Desember 2018.

Demikian surat keterangan ini dibuat supaya dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 28 Desember 2018

Manajer



Efril Hadi, SE, M.Kes



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nadia Almas
NPM : 14118834

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis/ 3-1-2018	✓	- Kesimpulan harus menjawab pertanya Penelitian. - Motto superbiki	
2.	Senin/ 7-1-2018	✓	- Ace Skripsi untuk diumumkan	

Dosen Pembimbing I,

Suci Hayati, S.Ag., M.S.I
NIP. 19740104 199303 1 004

Mahasiswa Ybs,

Nadia Almas
NPM. 14118834



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nadia Almas
NPM : 14118834

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
3.	Kamis / 13-12-2018	✓	- Ace APD	

Dosen Pembimbing I,

Suci Havati, S.Ag., M.S.I
NIP. 19740104 199303 1 004

Mahasiswa Ybs,

Nadia Almas
NPM. 14118834



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nadia Almas
NPM : 14118834

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

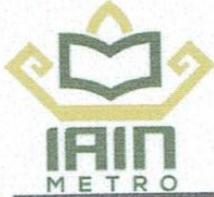
No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis/ 6-12-2018	✓	Acc Outline	
2.	Kamis/ 6-12-2018	✓	- Acc bab I, II & III	

Dosen Pembimbing I,


Suci Hayati, S.Ag., M.S.I
NIP. 19740104 199303 1 004

Mahasiswa Ybs,


Nadia Almas
NPM. 14118834



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nadia Almas
NPM : 14118834

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	21 / 12 / 2018		ACC bab 1 - V dian. gulfhan ke pers. 6 !	

Dosen Pembimbing II,

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Nadia Almas
NPM. 14118834



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nadia Almas
NPM : 14118834

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

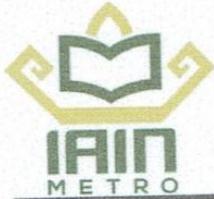
No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
3	18/12 2018		Tambahkan analisis the loyalitas konsumennya	

Dosen Pembimbing II,

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Nadia Almas
NPM. 14118834



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nadia Almas
NPM : 14118834

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
2	1/12 ²⁰¹⁸		Acc 626 1 - (ii)	

Dosen Pembimbing II,

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Nadia Almas
NPM. 14118834



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nadia Almas
NPM : 14118834

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1	3/12/2018		Acc Outline dan APD	

Dosen Pembimbing II,

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Nadia Almas
NPM. 14118834

FOTO-FOTO PENELITIAN



wawancara dengan *Resepsionis* Ike ningtiyas dan Triana kurnia putri





Wawancara Dengan Pengunjung



Wawancara Dengan Pengunjung



Wawancara Dengan Pengunjung



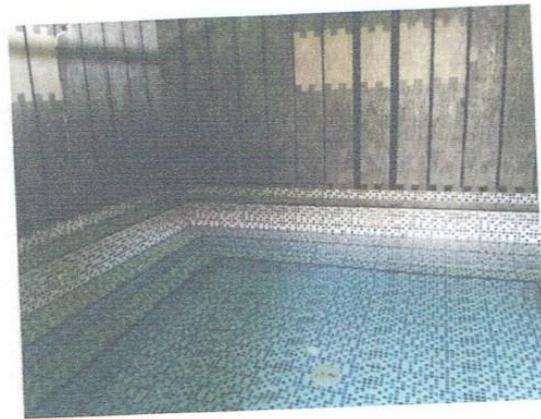
Fota Dengan Pengunjung Hotel



Ball Room



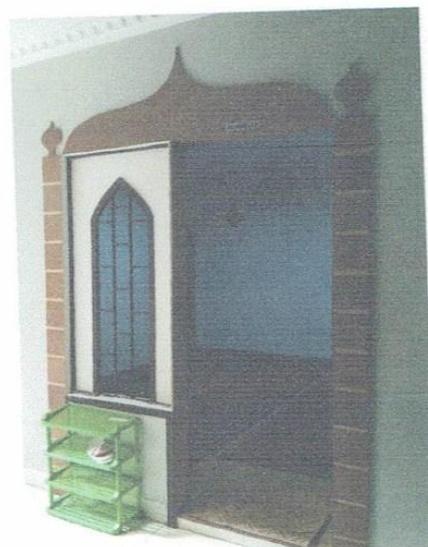
Kolam Kaki Tampak Depan



Kolam Pria



Mini Garden



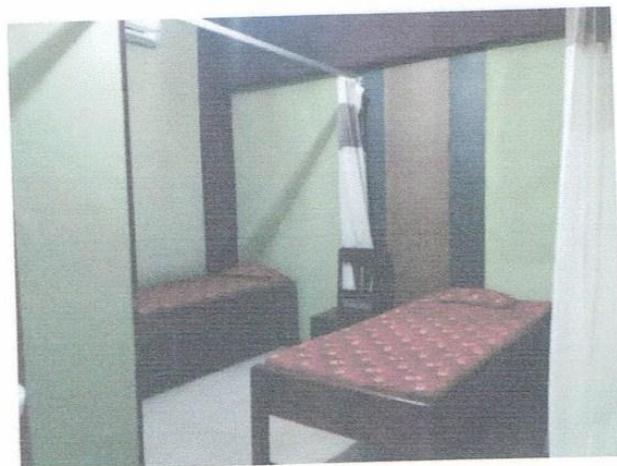
Mushola Tampak Depan



Kolam Hangat Wanita



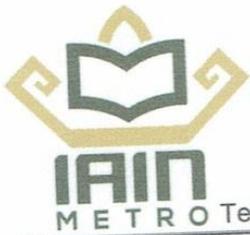
Ruang Siger 1



Ruang Spa Wanita



Tempat Wudhu



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-36/In.28/S/OT.01/01/2019

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

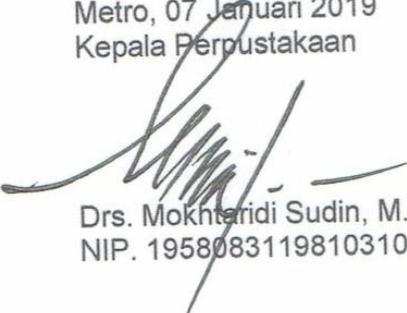
Nama : Nadia Almas
NPM : 14118834
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 14118834.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 07 Januari 2019
Kepala Perpustakaan



Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Nadia Almas dilahirkan di Kota Bumi Lampung Utara, pada tanggal 21 November 1996. Peneliti adalah anak ke dua dari tiga bersaudara. Peneliti menempuh pendidikan pertama di SD Negeri 3 kali cinta Kota Bumi yang diselesaikan pada tahun 2008, lalu pendidikan dilanjutkan di SMP Negeri 7 Metro yang diselesaikan tahun 2011, kemudian peneliti melanjutkan pendidikan tingkat menengah atas di SMA 1 Muhammadiyah Metro yang diselesaikan pada tahun 2014. Setelah itu pada tahun 2014 peneliti mendaftar di STAIN Jurai Siwo Metro dimana sekarang telah beralih status menjadi IAIN Metro. Peneliti terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Metro.