

**PENGARUH SHARIA VALUE, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA
HOTEL NAMIRA SYARIAH PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

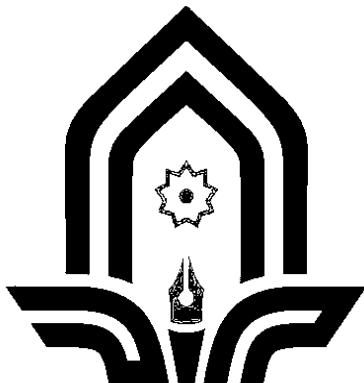
NORMA YUNITA
4119064

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**PENGARUH SHARIA VALUE, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA
HOTEL NAMIRA SYARIAH PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

NORMA YUNITA
4119064

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAM WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Norma Yunita

NIM : 4119064

Judul Skripsi : **Pengaruh Sharia Value, Harga, dan Kualitas Pelayanan**

Terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Namira Syariah

Pekalongan.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 27 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Norma Yunita

NIM: 4119064

NOTA PEMBIMBING

Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.

Jl. Pahlawan, KM 5, Kajen, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah

Lamp : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Norma Yunita

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

UIN K.H. Abdurrahman Wahid

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan
naskah skripsi Saudara/i :

Nama : Norma Yunita

NIM : 4119064

Judul Skripsi : Pengaruh Sharia Value, Harga dan Kualitas Pelayanan

Terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Namira Syariah Pekalongan

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 27 Juni 2023

Pembimbing,



Dr. Mansur Chadi Mursid,M.M.

NIP. 198205272011011005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : Norma Yunita
NIM : 4119064
Judul Skripsi : Pengaruh *Sharia Value*, Harga, dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Namira
Syariah Pekalongan.

Dosen Pembimbing : Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 18 Juli 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I


Dr. Tamamudin, S.E. M.M
NIP.197910302006041018

Penguji II


Bahtiar Effendi, M.E.
NIP.198510012019081001

Pekalongan, 18 Juli 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H.,M.H
NIP.197502201999032001

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengunah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”

(Q.S. Ar Rad: 11)

“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu”

(Ali bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua, Alm. Ayah Sutopo dan Mamah Tasripah yang telah memberikan dukungan materil, moril, dukungan, tuntunan, serta do'a dan memberikan yang terbaik untuk anaknya. Segala cinta, kasih sayang dan kerja keras kalian tak ternilai harganya. Tanpa kalian saya tidak akan sampai pada titik ini, Terimakasih atas semua cinta yang Ayah dan Mamah berikan pada saya. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan keberkahan dalam hidupnya.

2. Keluarga tercinta Bapak Prayitno dan Ibu Supriyati yang memberikan do'a, serta keluarga dan seseorang tercinta yang selalu memberikan semangat, do'a, dukungan dan menemani dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dosen Pembimbing Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M. yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan memberikan pengarahan kepada saya. Sehingga mampu menyelesaikan dalam penyusunan skripsi ini, terimakasih atas semua saran yang telah diberikan selama penggerjaan skripsi.
5. Dosen Wali Bapak Dr. Agus Fakhrina, M.S.I. H. yang selalu memberikan saran dan bimbingan selama di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Sahabat serta teman-teman yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta doa selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

NORMA YUNITA. Pengaruh *Sharia Value*, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Namira Syariah Pekalongan.

Indonesia memiliki banyak potensi untuk mengembangkan pariwisata halal. Bahkan, tercatat memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Pesatnya perkembangan wisata halal di Indonesia turut memperkaya sektor lainnya. Ini termasuk industri perhotelan berbasis syariah. Keberhasilan atau kegagalan industri perhotelan bergantung pada sejumlah faktor, yaitu kemampuan hotel untuk menarik dan mempertahankan tamu dengan menawarkan layanan. tetapi harga juga mempengaruhi wisatawan untuk membelinya. Penetapan harga juga dapat berdampak pada apakah pelanggan memutuskan untuk tetap tinggal atau tidak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari dan menganalisis informasi berdasarkan bagaimana masalah telah dirumuskan Pengaruh *Sharia Value*, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan.

Metode kuantitatif digunakan dalam strategi penelitian penelitian ini. Penelitian yang menggunakan metode kuantitatif melibatkan analisis data sebagai numerik atau angka. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Untuk mendemonstrasikan bagaimana penelitian ini mencoba menemukan sebab dan akibat antara Nilai Syariah, harga, dan kualitas layanan terhadap pilihan menginap di Hotel Namirah Syariah Pekalongan, digunakan teknik kuantitatif untuk menggambarkan data sebagai angka dan mengevaluasinya menggunakan analisis statistik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sharia value, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap pada hotel namira syariah pekalongan. Kemudian secara simultan sharia value, harga dan kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di hotel namira syariah pekalongan.

Kata kunci: *Sharia Value*, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Menginap

ABSTRACT

NORMA YUNITA. The influence of Sharia Value, Price and Service Quality on the Decision to Stay at Hotel Namira Syariah Pekalongan.

Indonesia has a lot of potential to develop halal tourism. In fact, it has the largest Muslim population in the world. The rapid development of halal tourism in Indonesia has also enriched other sectors. This includes the sharia-based hospitality industry. The success or failure of the hospitality industry depends on a number of factors, namely the ability of hotels to attract and retain guests by offering services. but prices also influence tourists to buy them. Pricing can also impact whether a customer decides to stay or not. The purpose of this study is to study and analyze information based on how the problem has been formulated. The influence of Sharia Value, Price and Service Quality on the decision to stay at Hotel Namira Syariah Pekalongan.

Quantitative methods are used in the research strategy of this research. Research using quantitative methods involves analyzing data as numeric or numbers. The data collection method in this study was a questionnaire using a sample of 100 respondents. To demonstrate how this research tries to find cause and effect between Islamic Value, price, and service quality on the choice of staying at the Namirah Syariah Pekalongan Hotel, quantitative techniques are used to describe the data as numbers and evaluate them using statistical analysis.

The results of this study indicate that the variables of sharia value, price and service quality have a positive and significant effect on the decision to stay at the Namira Syariah Pekalongan hotel. Then simultaneously sharia value, price and service quality also have a significant effect on the decision to stay at the Namira Syariah Pekalongan hotel.

Keywords: Sharia Value, Price, Quality of Service, Decision to Stay

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT. karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. H. Tamamudin, M.M selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Agus Fakhrina, M.S.I. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)

7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan hingga akhirnya skripsi ini selesai serta staf dan pegawai yang telah banyak membantu selama proses penulisan skripsi.
8. Seluruh responden yang berpartisipasi dan meluangkan waktunya untuk penelitian ini sehingga penelitian ini berjalan lancar.
9. Kedua orang tua, Alm. Ayah Sutopo dan Mamah Tasripah serta keluarga yang telah memberikan dukungan material dan moral.
10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 27 Juni 2023



Norma Yunita

NIM: 4119064

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiv
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Tujuan dan Manfaat.....	12
E. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Landasan Teori	15
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	15
2. <i>Sharia Value</i>	17
3. Harga	20
4. Kualitas Pelayanan	22
5. Keputusan Menginap.....	24
B. Telaah Pustaka.....	28
C. Kerangka Berfikir.....	36
D. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	43
B. Pendekatan Penelitian	43
C. Setting Penelitian.....	43

D. Populasi dan Sampel Penelitian	44
E. Variabel Penelitian	45
F. Sumber Data.....	48
G. Teknik Pengumpulan Data	48
H. Metode Analisis Data	49
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	 55
A. Hasil Penelitian	55
B. Analisis Data	71
 BAB V PENUTUP	 89
A. Simpulan.....	89
B. Keterbatasan Penelitian	90
C. Keterbatasan Penelitian	90

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ه	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zeta (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ء	Hamzah	'	Apostrof
ء	Ya	Y	Ya

2. Vokal

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

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
܀	Fathah	A	A
܁	Kasrah	I	I
܂	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
܀܂	Fathah dan ya	Ai	a dan i
܀܃	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كتاب : kataba

ذكراً : žukira

يذهب : yažhabu

3. Maddah

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

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
... ۚ ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
... ۤ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
... ۖ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قل - qāla

رمى - ramā

قيل - qīla

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrahdan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالُ - rauḍah al-aṭfāl

-- rauḍatulāṭfāl

طَلْحَةُ - talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَّازِلٌ - nazzala

الْبَرَّ - al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang

yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditranslite-rasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditranslite-rasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُل - ar-rajulu

السَّيِّد - as-sayyidu

الشَّمْسُ - as-syamsu

القَلْمَنْ - al-qalamu

البَدِيعُ - al-badi'u

الجَلَالُ - al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila

hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

النَّوْءُ - an-nau'

إِنْ - inna

شَيْءٌ - syai'un

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَأُوفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ Wa auf al-kaila wa-al-mizān

Wa auf al-kaila wal mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmul-Khalīl

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk

menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

Alhamdulillahirabbil'alamina الحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعٰلَمِينَ

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ Wa mā Muhammadun illā rasl

وَلَقَدْ رَأَهُ بِالْأَقْرَبِ الْمُبِينِ Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubin

Walaqadra'āhubil-ufuql-mubin

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pada tahun 2022, Jumlah tamu yang menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan.....	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Definisi Oprasional Variabel	46
Tabel 4.1	Type Kamar Hotel Namira Syariah	56
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	65
Tabel 4.4	Hasil Jawaban Responden Terkait Variabel <i>Sharia Value</i>	66
Tabel 4.5	Hasil Jawaban Responden Terkait Variabel Harga	67
Tabel 4.6	Hasil Jawaban Responden Terkait Variabel Kualitas pelayanan.....	68
Tabel 4.7	Hasil Jawaban Responden Terkait Variabel Keputusan Menginap	70
Tabel 4.8	Hasil Analisis Uji Validitas Variabel.....	71
Tabel 4.9	Hasil Uji Reabilitas	73
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	75
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolonieritas	76
Tabel 4.12	Hasil Uji Gletser	78
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	79
Tabel 4.14	Hasil Uji Statistik t.....	81
Tabel 4.15	Hasil Uji Statistik F.....	83
Tabel 4.16	Hasil Koefisien Determinasi (R_2)	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	36
Gambar 4.1 <i>Type Kamar Superior</i>	56
Gambar 4.2 <i>Type Kamar Deluxe</i>	57
Gambar 4.3 <i>Type Kamar Executive</i>	58
Gambar 4.4 <i>Type Kamar Suite</i>	58
Gambar 4.5 <i>Type Kamar President Suite</i>	59
Gambar 4.6 Ruang Pertemuan <i>Arafah</i>	60
Gambar 4.7 Ruang Pertemuan <i>Mina</i>	60
Gambar 4.8 Ruang Pertemuan <i>Madinah</i>	61
Gambar 4.9 <i>Khazannah Restaurant</i>	61
Gambar 4.10 <i>Gahwaji Sky Lounge</i>	62
Gambar 4.11 <i>Jumeirah Lounge</i>	62
Gambar 4.12 Grafik Normal Probability Plot.....	74
Gambar 4.13 Scatterplot.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Mentah Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 3 Data Mentah Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 4 Uji Validitas dan Reabilitas
- Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 7 Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 8 Tabel f
- Lampiran 9 Tabel r
- Lampiran 10 Tabel t
- Lampiran 11 Dokumentasi
- Lampiran 12 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 13 Surat Pernyataan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, ekonomi berbasis syariah saat ini berkembang sangat pesat. Hal ini didorong dari meningkatnya jumlah populasi penduduk serta peningkatan kemudahan berinvestasi. Pertumbuhan bisnis yang berbasis syariah juga ditopang fakta bahwa indonesia adalah satu satunya Negara didunia dengan muslim terbesar. Kesadaran akan pentingnya kegiatan muamalah yang sesuai dengan ketentuan hukum islam menjadi salah satu faktor penting dalam peningkatan bisnis berbasis syariah ini. Industri syariah potensial untuk dikembangkan beberapa bisnis berbasis syariah memiliki prospek usaha yang bagus antara lain yaitu investasi syariah, wisata spiritual, makanan halal, dan cara hidup muslim (Fitriani.H, 2018).

Berdasarkan data yang di realisi oleh Mastercard Crescentrating Global Market Travel Index (GMTI) 2019, jumlah wisatawan muslim tahun 2026 nanti sekitar 230.000.000 wisatawan. Jumlah tersebut naik dari tahun 2018 yang hanya sebesar 140.000.000 wisatawan. Sejalan dengan gagasan ini, Laporan Ekonomi Islam Global memproyeksikan bahwa bisnis pariwisata halal global akan menghasilkan pendapatan US\$274 miliar pada tahun 2023, naik dari US\$177 miliar pada tahun 2017. Sebagai hasil dari tingkat pertumbuhan yang memikat ini, pariwisata halal

sekarang sedang dikembangkan. dikembangkan secara substansial di berbagai negara.

Para pelaku ekonomi kini berlomba-lomba mengembangkan ekonomi halal akibat pertumbuhan tersebut, seperti sektor gaya hidup yang terdiri dari sektor perjalanan, hotel dan restoran, destinasi wisata (rekreasi), dan sektor pelayanan kesehatan, dengan ide syariah. Potensi wisata halal di Indonesia telah mendapat perhatian internasional. Mengingat Indonesia telah mendapatkan banyak penghargaan untuk wisata halal, hal ini tidak sia-sia. Misalnya, Indonesia mengungguli 130 negara peserta lainnya untuk dinobatkan sebagai tujuan wisata halal terbaik di dunia oleh Global Market Tourism Index (GMTI) 2019. Pesatnya perkembangan wisata halal di Indonesia turut memperkaya sektor lainnya. Ini termasuk industri perhotelan berbasis syariah. Pertumbuhannya juga cukup pesat, bahkan jumlahnya bisa dua kali lipat. (Vijayanti, 2015).

Indonesia memiliki banyak potensi untuk mengembangkan pariwisata halal. Bahkan, tercatat memiliki jumlah umat Islam terbesar di dunia. Pengalaman mengembangkan lokasi, populasi Muslim di Indonesia kini telah muncul sebagai motor penggerak wisata halal. Muslim yang bepergian ke Indonesia untuk berlibur tidak perlu khawatir dengan Islamophobia karena modal negara yang sangat besar.

Globalisasi ekonomi yang semakin membuka peluang bagi pemilik bisnis asing untuk bersaing merebut konsumen lokal, tumbuhnya

persaingan bisnis di Indonesia menjadi topik yang sangat menyerap untuk kita cermati. Sektor jasa pariwisata, yang mencakup sejumlah perusahaan termasuk di bidang telekomunikasi, transportasi, dan perhotelan, tumbuh pesat di bawah pengaruh globalisasi.

Sektor perhotelan merupakan sektor berbasis jasa yang mengandalkan baik barang maupun jasa. Yaitu Hotel Namira syariah Pekalongan yang terdiri dari Arsitektur bangunan, lingkungan yang tercipta di sana, desain interior dan eksterior hotel dan restoran, masakan dan minuman yang ditawarkan, dan semua layanan yang tersedia adalah beberapa produk yang ditawarkan. Sedangkan keahlian staf dan karyawan hotel di Pekalongan untuk memuaskan tamunya diperhitungkan sebagai salah satu jasa yang dijual.

Menanggapi Peraturan Penataan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah, Fatwa Dewan Syariah Nasional 108/DSN-MUI/X/2016. Menurut Fatwa DSN-MUI, Hotel Namira syariah Pekalongan didefinisikan sebagai penginapan yang terdiri dari satu kamar dengan akses makan sehari-hari dan layanan kamar, serta fasilitas lainnya. Secara persyaratan hotel bisnis meliputi standar untuk manajemen, perilaku karyawan, dan semua produk yang ditawarkan (Fathoni et al., 2020).

Hotel syariah beroperasi sebagai tempat sementara dan ditawarkan kepada publik, dioperasikan secara komersial atas dasar untung dan rugi, bertujuan untuk menghasilkan pengembalian uang sebagai tolok ukur (Gaffar, 2007). Terdapat berbagai tempat menginap bagi wisatawan berkat

tersedianya Hotel Namira syariah Pekalongan. Pengunjung Kota Pekalongan yang mayoritas wisatawan domestik muslim menjadi pasar potensial bagi hotel berbasis syariah. Apalagi menarik wisatawan dari negara mayoritas muslim menjadi tujuan utama didirikannya wisata halal di Kota Pekalongan. Keadaan ini dapat mengarah pada pembangunan hotel syariah (Fathoni et al., 2020).

Hotel Namira Syariah Pekalongan menawarkan berbagai layanan untuk memfasilitasi ibadah sehingga para tamu dapat berdoa dengan nyaman. Dibandingkan dengan hotel konvensional, Hotel Namira Syariah mungkin menawarkan preferensi yang berbeda. Untuk mengantisipasi perubahan perilaku pelanggan dan mempersiapkannya, perusahaan hotel harus terus melacak perubahan perilaku konsumen di seluruh aspek operasi perusahaan (Katemung et al., 2018).

Afiliasi keagamaan dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam hanyalah dua dari banyak elemen yang memengaruhi preferensi wisatawan saat memilih hotel syariah (Ulfa, 2018). Kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh nilai layanan dari sudut pandang ekonomi Islam.(Salma, 2015).

Keberhasilan atau kegagalan industri perhotelan bergantung pada sejumlah faktor, yaitu kemampuan hotel untuk menarik dan mempertahankan tamu dengan menawarkan layanan kaliber setinggi mungkin. Meskipun menjual produk yang sama, layanan merupakan komponen terpenting dari strategi diferensiasi perusahaan dalam

lingkungan bisnis yang bersaing saat ini. Makan malam yang buruk diselamatkan oleh pelayanan yang baik. Di sisi lain, hidangan utama yang fantastis tidak dapat menggantikan atau mencegah layanan yang buruk. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya bagi bisnis untuk mempertimbangkan kualitas layanan.

Pelayanan merupakan faktor yang paling krusial bagi bisnis dalam persaingan dunia bisnis saat ini. Tingkat pelayanan yang mempengaruhi kepuasan klien. Organisasi harus mempertimbangkan pentingnya kualitas layanan. Untuk memenuhi harapan klien, Untuk memberikan layanan berkualitas tinggi, permintaan dan kebutuhan harus segera dipenuhi. Layanan apa pun yang ditawarkan oleh hotel kepada klien atau pengunjung selama mereka ada termasuk di sini, termasuk dari agen meja depan, pelayan, layanan kamar, keamanan, layanan kebersihan, dan lain-lain (Katemung et al., 2018).

Di era globalisasi saat ini, daya saing bisnis dan komersial meningkat dengan cepat. Hotel namira harus memiliki keunggulan bersaing agar dapat berkembang dan bersaing dengan usaha lain dalam lingkungan persaingan yang semakin ketat. Kualitas produk dan layanan dapat ditingkatkan melalui tindakan yang dapat diambil (Wildsan Sulaksana, 2017).

Meningkatkan kualitas layanan membantu bisnis menjadi lebih kompetitif. Karena harapan pelanggan selalu berkembang, kualitas layanan yang ditawarkan juga harus demikian. Pelanggan akan

menevaluasi layanan yang ditawarkan oleh suatu bisnis dengan membandingkannya dengan yang ditawarkan oleh bisnis lain yang sebanding dan dengan membandingkan layanan yang diperoleh dengan layanan yang diantisipasi (Indra Wahyu Dianto, 2013). Sejauh mana penyedia layanan dapat memberikan bentuk layanan yang memenuhi harapan kliennya adalah kriteria yang terkait dengan kualitas layanan tersebut (Rohman, 2017).

Komponen kunci dari upaya memfasilitasi penjualan dan pembelian adalah layanan pelanggan. Memberikan pelayanan prima kepada semua klien akan berdampak besar pada penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus mempertimbangkan nilai layanan pelanggan dengan kematangan yang lebih besar. Kebahagiaan pelanggan, sementara itu, didasarkan pada bagaimana bisnis menawarkan layanan. Tindakan menyediakan kebutuhan orang lain atau pelanggan inilah yang dimaksud dengan kata “pelayanan” (Dewi Reni dan Sriasmawati, 2016).

Fasilitas, selain memberikan layanan berkualitas tinggi, juga penting untuk memikat pelanggan. Konsumen dapat melakukan suatu kegiatan dengan lebih mudah dengan bantuan fasilitas. Orang-orang saat ini sangat berhati-hati saat melakukan pembelian. Saat memilih barang atau jasa, mereka mempertimbangkan berbagai kriteria, termasuk layanan perhotelan. Salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen pada saat memilih adalah fasilitas. Pada titik harga yang hampir sama, konsumen akan semakin puas dengan fasilitas hotel yang semakin lengkap, dan dia

akan terus memprioritaskan perusahaan berdasarkan kesannya terhadap fasilitas yang ditawarkan.

Faktor selain kualitas pelayanan dapat mendorong wisatawan untuk memilih hotel syariah, tetapi harga juga mempengaruhi wisatawan untuk membelinya. Penetapan harga juga dapat berdampak pada apakah pelanggan memutuskan untuk tetap tinggal atau tidak. Harga adalah faktor yang harus jelas bagi pembeli. Saat membeli layanan, pelanggan yang tidak sepenuhnya memahami masalah teknologi biasanya hanya memperhitungkan harga. Pelanggan sangat sensitif terhadap harga; kelompok pembeli tertentu percaya bahwa harga adalah satu-satunya bagian yang mempengaruhi pilihan mereka untuk membeli suatu produk, sementara yang lain tidak. Namun, mayoritas pembeli cukup sadar harga. Dengan menyamakan barang atau jasa dengan uang atau produk lain pada waktu dan lokasi tertentu, penetapan harga memungkinkan seseorang atau kelompok mendapatkan keuntungan darinya. Peran alokatif dan peran informatif harga memainkan peran utama dalam pilihan untuk tinggal (Susanti & Gunawan, 2019).

Strategi penetapan harga suatu produk sangat penting untuk tujuan pemasaran karena diyakini akan memengaruhi tingkat churn pengguna. Satu perusahaan atau organisasi hanya dapat memperoleh keuntungan dari harga sebagai bagian dari bauran pemasaran. Jadi, tidak dapat disangkal bahwa harga memainkan peran penting dalam kemampuan perusahaan untuk mempengaruhi pelanggan dan berhasil di pasar yang kejam.

Penetapan harga memiliki dampak signifikan pada pandangan pelanggan serta kinerja keuangan. Harga mengacu pada semua biaya keuangan yang dilepaskan konsumen untuk membeli, memiliki, dan menggunakan berbagai kombinasi komoditas dan layanan dari suatu produk. Bahwa layanan yang ditawarkan oleh penjual termasuk dalam jumlah yang dibayar pembeli, dan bahwa penjual juga mengharapkan keuntungan. Nilai didefinisikan sebagai proporsi dari apa yang diterima klien dengan apa yang mereka berikan. Konsumen mendapatkan dan membayar biaya. Manfaat fungsional dan emosional adalah salah satu keuntungannya. Biaya keuangan, biaya waktu, biaya energi, dan biaya fisik adalah semua jenis biaya (Pangdugi & Gunawan, 2021).

Dengan harapan pelanggan tetap menginap dihotel namira dan memanfaatkan fasilitas hotel yang disediakan, sebuah perusahaan jasa menawarkan Hotel Namira Syariah Pekalongan sebagai produk jasa penginapan. Selain itu, hotel ini menawarkan sejumlah fasilitas yang sangat bersaing dengan yang ditawarkan oleh hotel lain, menampilkan layanan kamar, layanan kamar 24 jam, dan layanan penjemputan dan pengantaran. Kamarnya bersih wangi terdapat alat solat, Al-qur'an, buku doa dan hadist- hadist serta selalu diiringi murrotal, setiap koridor juga diiringi lantunan tilawah terdengar indah.

Dalam wawancara dengan pengelola Hotel Namira syariah Pekalongan, peneliti mengetahui bahwa meskipun target penjualan harian hotel adalah 43 kamar, dengan total 73 kamar, sebenarnya hanya berhasil

mendapatkan rata-rata 15 kamar per hari. Hal ini mirip dengan perusahaan jasa perhotelan lainnya yang juga mengalami tantangan seperti fluktuasi jumlah tamu hotel.

Tabel 1.1
Pada tahun 2022, Jumlah tamu yang menginap di
Hotel Namira Syariah Pekalongan

No	Bulan	Orang
1	Januari	617
2	Februari	601
3	Maret	586
4	April	553
5	Mei	549
6	Juni	548
7	Juli	563
8	Agustus	552
9	September	534
10	Oktober	513
11	November	557
12	Desember	596

Pada tabel diatas menunjukan bahwa jumlah tamu hotel namira syariah Pekalongan pada tahun 2022 mengalami naik turun pada setiap bulannya. Tujuannya adalah untuk menjaga dan meningkatkan berapa banyak tamu yang memilih untuk menginap di Hotel Namira Syariah

Pekalongan. Hal ini didasarkan pada gagasan bahwa jika tingkat layanan memuaskan atau memenuhi harapan, pelanggan akan kembali dan untuk mencerminkan kualitas layanan tersebut.

Disamping itu, pilihan konsumen untuk menginap sangat penting untuk pengembangan bisnis karena meningkatkan kemungkinan bisnis akan berhasil dan menarik bisnis yang berulang. Tinggal tidak hanya memberikan bisnis peluang untuk keuntungan finansial karena semakin banyak pelanggan memilih untuk melakukannya, perusahaan akan menjadi terkenal dan memenangkan pelanggan setia. Ada beberapa cara perusahaan dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkannya, termasuk dengan menawarkan produk terbaik itu sendiri (Imamuddin et al., 2017).

Pelanggan memiliki banyak pilihan karena persaingan sengit di industri jasa perhotelan. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang menginap, pihak hotel Namira syariah Pekalongan harus menentukan variabel-variabel sharia value, harga dan kualitas pelayananlah yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk memesan kamar dan mempraktekkan aspek-aspek tersebut (Bellia Annishia et al., 2019).

Nilai syariah, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan hanyalah beberapa variabel yang mempengaruhi pilihan menginap di hotel Syariah.

B. Rumusan Masalah

Berikut topik yang diangkat dalam penelitian ini, seperti yang ditunjukkan oleh uraian di atas:

1. Apakah *Sharia Value* berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan?
4. Apakah *Sharia Value*, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan?

C. Batasan Masalah

Harus ada pembatasan terhadap masalah-masalah tersebut di atas agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terfokus secara sempit dan tidak terlalu umum.

1. Penelitian ini dilaksanakan di Hotel Namira Syariah Pekalongan.
2. Keputusan menginap digunakan dalam penelitian ini sebagai media untuk mengkaji bagaimana pengaruh faktor nilai syariah, harga, dan kualitas layanan terhadap pilihan tersebut.

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk memeriksa dan mengevaluasi data berdasarkan rumusan masalah. Pengaruh harga, kualitas layanan, dan nilai syariah terhadap pilihan menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan.

- a. Menganalisis pengaruh Sharia Value terhadap keputusan menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan
- b. Menganalisis pengaruh Harga terhadap keputusan menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan
- c. Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan
- d. Menganalisis pengaruh Sharia Value, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan.

2. Manfaat

Pemangku kepentingan berikut umumnya diharapkan mendapat manfaat dari temuan penelitian:

a. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti lain yang bekerja pada topik yang sebanding sebagai bahan pertimbangan dan referensi. Di sisi lain, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan tulisan.

- 1) Mampu menjadi melayani batu loncatan dan referensi untuk penelitian lebih lanjut serta bahan sumber.
- 2) Hasil penelitian diantisipasi itu menjadi sumber informasi untuk pembelajaran selanjutnya.
- 3) Akan menyediakan lebih banyak informasi dan wawasan tentang elemen – elemen yang memengaruhi bisnis.
- 4) Bahwa itu akan menjadi metode untuk memperluas informasi teoretis yang dipelajari dalam kuliah.

b. Secara Terapan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menemukan solusi untuk masalah dunia nyata atau sebagai alternatif solusi yang ada.

- 1) Bagi peneliti : Penelitian ini dimaksudkan untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang hubungan antara Nilai Syariah, Harga, dan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Tamu di Hotel Namira Syariah Pekalongan.
- 2) Bagi Perusahaan : Menurut temuan studi ini, bisnis terkait harus dapat mempelajari bagaimana Nilai Syariah, Harga, dan Kualitas Layanan memengaruhi kesenangan tamu dengan pengalaman hotel Namira di Pekalongan.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya : Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sasaran dalam memperluas menambah pengetahuan atau referensi.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penelitian dan pemahaman, karya ini dibagi menjadi lima bab. Bab-bab tersebut disusun dengan urutan sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

2. Bab II Landasan Teori

Menguraikan tentang teori, tinjauan literatur, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian yang digunakan untuk menjelaskan pembahasan semua variabel.

3. Bab III Metode Penelitian

Menjelaskan metode penelitian, populasi, sampel, sumber data, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uraian data, ciri-cirinya, uraian tanggapan responden, dan analisis data (uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi konvensional, uji regresi berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi) semuanya termasuk dalam penjelasan data tersebut, Temuan penelitian.

5. Bab V Penutup

Menggambarkan kesimpulan akhir investigasi dan menawarkan rekomendasi untuk peningkatan metode penelitian berdasarkan pengalaman lapangan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah harga, tingkat pelayanan, dan kepatuhan terhadap Nilai-Nilai Syariah mempengaruhi pilihan masyarakat untuk menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan. Sampel dalam penelitian ini digunakan 100 partisipan, termasuk tamu hotel Namira Syariah Pekalongan yang memenuhi persyaratan. Berikut ringkasan temuan dari uji t dan uji f yang digunakan untuk menguji hipotesis:

1. *Sharia Value* secara tersendiri (parsial) berpengaruh terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Namira syariah Pekalongan.
2. Harga secara tersendiri (parsial) berpengaruh terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Namira syariah Pekalongan.
3. Kualitas Pelayanan secara tersendiri (parsial) berpengaruh terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Namira syariah Pekalongan.
4. *Sharia Value*, Harga dan Keputusan Menginap secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Namira syariah Pekalongan.

B. Keterbatasan Penelitian

Diharapkan dapat menggunakan keterbatasan penelitian ini sebagai landasan referensi, antara lain:

1. Penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan variabel lain, selain empat variabel dalam riset ini yang kiranya dapat mempengaruhi keputusan menginap
2. Perlunya responden yang lebih banyak supaya bisa mengetahui realita aslinya, karena dalam penelitian ini hanya menggunakan 100 responden.

C. Keterbatasan Penelitian

Harapan pada keterbatasan penelitian ini yaitu dapat menjadi bahan untuk mengacu penelitian selanjutnya, diantaranya ialah:

1. Penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan variabel lain, selain empat variabel dalam riset ini yang kiranya dapat mempengaruhi keputusan menginap
2. Perlunya responden yang lebih banyak supaya bisa mengetahui realita aslinya, karena dalam penelitian ini hanya menggunakan 100 responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Process*,. 50(2), 179–211.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). *The Influence of Attitudes on Behavior*. In Albarracin, D. Johnson, BT. Zanna MP (Eds): *The Handbook of Attitudes*, Lawrence Erlbaum Associates.
- Albab Al Umar, A. U., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641–647. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.348>
- Alkausar, A. (2017). *Implementasi Nilai-Nilai Islam Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Amin, M., Hamdan, H., & Yani, A. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen. *JEM Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(2), 58–78.
- Anshori, A. G. (2018). *Perbankan syariah di Indonesia*. Gadjah Mada University Press Yogyakarta. 57–60.
- Bawono, A. (2017). *Kontribusi Religiusitas dalam Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumsi*. MUQTASID Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 2(1), 115. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v2i1.115-134>.
- Bellia Annishia, F., Prastiyo, E., Dewi Sartika, J., & Timur, J. (2019). PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP TAMU DI HOTEL BEST WESTERN PREMIER THE HIVE JAKARTA The Effect Of Prices And Facilities On Guest Stay At The Best Western Premier The Hive Hotel Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 1–85. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Chang, M. K. (2013). Predicting Unethical Behavior: A Comparison of the Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Business Ethics*, 17(6), 433–445. <https://doi.org/DOI10.1007/978-94-007-4126-3-21>

- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Further Research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429–1464.
- Desembrianita, E., & Ruslin. (2016). Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(2), 345–354.
- Dewi Reni dan Sriasmawati. (2016). “*Kualitas Pelayanan Ffrontliner Dan Kepuasan Nasabah.*” *Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah*, No.2, kolom 5, h.5.
- Dwinastiti S.E. (2015). *Pengaruh Nilai- Nilai Islam dan Budaya Organisasi Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan.*
- Eddy, C., Hotlan, I., Sc, M., Bisnis, P. M., Studi, P., Fakultas, M., Universitas, E., Petra, K., & Siwalankerto, J. (2019). *LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL KASUARI*. 7(1).
- Ema Salma. (2017). “*Skripsi nilai-nilai islam pada bank berbasis syariah*”,. h.35.
- Fathoni, H., Yusup, D. D. K., & ... (2020). Relasi sharia value dan brand image terhadap keputusan menginap di hotel syariah, Bandung, Jawa Barat. <Http://Digilib. Uinsgd ...>, 1–12. <http://digilib.uinsgd.ac.id/31281/>
- Fitriani.H. (2018). *Proyeksi Potensi Pengembangan Pariwisata Perhotelan dengan konsep syariah. muslim heritage.*, Vol 3, No.1,41-60.
- Gaffar, V. (2007). *Crm Dan Mpr Hotel (Customer Relations Management Dan Marketing Public Relations).* Bandung; Alfabeta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS 23.* Universitas Diponegoro.
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2016). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal EMBA Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1313–1322.
- Hendradty, S. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi.* Kencana.
- Imamuddin, M., Isnaniah, & Dewi, S. (2017). M. Imamuddin. *Humanisma*, 1(2), 38–47.
- Indra Wahyu Dianto. (2013). *Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Yogyakarta.* h.2.

- Indriyanto, N & Sutomo, B. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- janet arlita rewa. (2019). pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dihotel grand aquila bandung. *Managemen Dan Bisnis*, 3, 576.
- Juanda, B. (2009). *Ekonometrika Pemodelan dan Pendugaan*. Bogor: IPB Press.
- Katemung, L. T. S., Kojo, C., & Rumokoy, F. S. (2018). the Effect Service Quality , Price and Location Toward Decision To Stay in. *Ekonomi,Manajemen,Ekonomi Bisnis,Auntansi*, 6(2), 978–987.
- Kavanillah, D., & Ridlwan, A. A. (2018). *Desy Kavanillah, Ahmad Ajib Ridlwan*. 7(2), 146–164.
- Kesuma, M., Fitria, D., Ulil, A., & ... (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. In *Jurnal Ilmiah Manajemen* scholar.archive.org. <https://scholar.archive.org/work/pkq5oiikzvblfhnsqj7schm6um/access/wayback/http://jurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/manajemen-ubhara/article/download/845/pdf>
- Koesoemaningsih. (2013). *Pengaruh Budaya, sosoal, pribadi daan psikologi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih pendidikan pada prodi manajemen fakultas ekonomi universitas soerjo ngawi*. Vol.13, h.2.
- Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A Comparison of The Theory of Planned Behavior and The Theory of Reasoned Action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(1), 3–9.
- Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Pres., h. 58-61.
- Muhammad. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*.
- Mukarom, zaenal dan muhibudin wijaya laksana. (2015). *Menejement pelayanan publik, Bandung*.
- Nina Rahmayanty. (2013). *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu,. h.18.
- Nugroho, B. A. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*.Andi.

- Pangdugi, G. A., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Di Kota Sukabumi. In *Jurnal Disrupsi Bisnis*.
- Produk, K., Kepuasan, T., & Bank, N. (2022). *1a , 2 , 3.* 156–167.
- Putri, T., & Bulan, L. (2016). *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.* 5(1), 430–439.
- Rachma, S., & DS, A. H. (2018). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik sariayu martha tilaar di konter martha tilaar pasar swalayan ada semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/21935>
- Rachman, T. (2018). Jurnal Harga dan keputusan pembelian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Rohman, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.* h.21.
- Salma, F. S. (2015). *Pengaruh Kualitas Jasa Perpektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grend Kalimas Surabaya.* Jesstt., Vol.2, No. 325-327.
- Sangadji, E. M. dan S. (2013). *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Andi Offset.
- setyo, P. E. (2017). *Pengaruh kualitas produk dan harga terdapat kepuasan konsumen" best autoworks".* *Jurnal manjement dan start-up bisnis.* 1, 755–764.
- Siregar, S. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* h.85.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung : Alfabet.
- Sujarweni, v, w. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunardi, & Handayani, S. (2013). *Kualitas Pelayanan Dalam Islam Dan Kepercayaan Terhadap Lembaga.* Islaminomic Jurnal. Retrieved November

- 2, 2019, From <Http://Jurnal/Articloe/Download/24/19>.
- Sunyoto danang. (2015). *Perilaku konsumen dan pemasaran*, CAPS Yogyakarta.
- Suparyanto dan Rosad. (2020). Pengaruh lokasi dan servicecape terhadap keputusan menginap konsumen pohon inn hotel. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253.*
- Supriyanti. (2012). *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*,. Vol.1, No. 8 (2012), h.1–23.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. osf.io. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>
- Ulfah, R. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Memilih Hotel Syariah*.
- Vijayanti, A. (2015). *Pengaruh Service Recovery Dan Customer Emotions Terhadap Kepuasan Tamu DiGrend Serela Setiabudhi Hotel Bandung*. Perpustakaan.Upi.Edu.
- Wijaya, A., Wulandari, J., & Nugeraha, P. (2020). Kajian Tentang Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan dalam Perspektif Theory of Planned Behavior. *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(2), 141–151.
- Wijaya, T. (2013). *Metodologi, Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graga Ilmu.
- Wildsan Sulaksana. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Yogyakarta*. h.1.