

**ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP HARGA
DAN KUALITAS LAYANAN DI HOTEL LOMBOK TIMUR
(Studi Kasus Lombok Syariah Hotel)**



Oleh:
M. JUHAIRUL AFKAR
190501151

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
MATARAM
2023**

**ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP HARGA
DAN KUALITAS LAYANAN DI HOTEL LOMBOK TIMUR
(Studi Kasus Lombok Syariah Hotel)**

Skripsi

**Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram untuk
melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

M. JUHAIRUL AFKAR

NIM 190501151

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
MATARAM
2023**



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh M. Juhairul Afkar, NIM 190501151 dengan judul “Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Harga Dan Kualitas Layanan di Hotel Syariah (Studi Kasus Lombok Syariah Hotel)” telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: 25 - 08 - 2023

Pembimbing I,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag.

NIP. 196508171997031001

Pembimbing II,

Jumaidin, MM. Par

NIP 2015097092

Perpustakaan UIN Mataram

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 25 - 08 - 2023

Hal: Ujian Skripsi

Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islamdi Mataram

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama Mahasiswa : M.Juhairul Afkar

NIM : 190501151

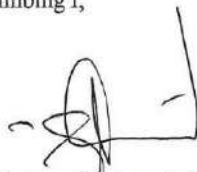
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Harga Dan Kualitas Layanan Di Hotel Syariah (Studi kasus Lombok Syariah Hotel)

telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing I,



Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag.

NIP. 196508171997031001

Pembimbing II,



Jumaidin, MM. Par

NIP 2015097092

PENGESAHAN

Skripsi oleh: M. Juhairul Afkar dengan Judul Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Harga Dan Kualitas Layanan Di Hotel Syariah (Studi Komparasi Lombok Syariah Hotel)" telah dipertahankan di depan dewan penguji Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal

Dewan Penguji

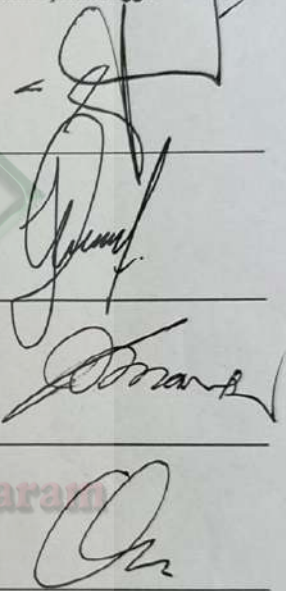
Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag.
(Ketua Sidang/Pemb.I)

Jumaidin, MM. Par
(Sekretaris Sidang/Pemb.II)

Dr. Mustihun, M.Ag.
(Penguji I)

Imronjana Svapriatma, M.SEI

(Penguji II)




Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



MOTTO



“Tidak ada impian yang mustahil terwujud, selama kamu masih mengandalkan Allah dan sujudmu.”

“Kesabaran itu ada dua macam: sabar atas sesuatu yang tidak kau ingin dan sabar menahan diri dari sesuatu yang kau ingin.”¹
(Ali Bin Abi Thalib)

¹ https://jagokata.com/kata-bijak/ali_bin_abi_thalib/5363/kesabaran-itu-ada-dua-macam-sabar-atas-sesuatu-yang-tidak-kau.html

PERSEMBAHAN



"Saya persembahkan skripsi ini kepada mamak dan bapak Ryang tidak putus-putusnya mendo'akan, mensupport dan terus membangkitkan anaknya disaat mulai lemah dan tidak tau arah, sehingga sampai saat ini keduanyalah alasan mengapa sampai saat ini anaknya mampu sampai di titik ini".

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji syukur atas nikmat dari Allah SWT yang telah mengizinkan penulis menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Harga Dan Kualitas Layanan Di Hotel Syariah (Studi Komparasi Lombok Syariah Hotel)" dalam keadaan sehat walafiat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Dosen pembimbing I, Bapak Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag. dan Bapak Jumaidin, MM. Par selaku pembimbing II yang tidak henti-hentinya membimbing dan menyemangati penulis.
2. Ibu Dr. Hj. Zulfawati, M.A selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
3. . Ibu Dr. Baiq El Badriati, M.E.I selaku Wakil Dekan I sekaligus dosen wali, Bapak Dr. Khairul hamim, M.A selaku Wakil Dekan II dan Bapak Dr. Muhammad Yusup, M.Si selaku Wakil Dekan III.
4. Bapak Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak Prof. Dr. H. Masnun, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Mataram
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan materi perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram.
7. Seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram.
8. Kepada NIM P071340022044 terimakasih sudah mendengar keluh kesah, telah berkontribusi banyak mulai dari awal penulisan proposal sampai penulisan skripsi ini, meluangkan waktu, tenaga, materi kepada saya dan tetap sabar menghadapi

saya selama ini. Terimakasih telah menjadi rumah tempat untuk pulang disaat salah arah menggapai tujuan utama saya. Tetap kebersamai dan memperbaiki semua kekurangan kita masing-masing.

9. Terimakasih kepada semua teman kelas D Ekonomi Syariah angkatan 2019 yang telah membantu saya menyusun skripsi ini, semoga kalian tetap sehat walafiat.
10. Terimakasih kepada alfath, darmala, wanda, dan semua rekan-rekan KKP Desa Kesik 2022.

Penulis menyadari bahwa isi skripsi ini jauh dari kata sempurna, tapi selaku manusia yang masih dalam proses pembelajaran, penulis sangat berharap tulisan ini bermanfaat bagi pembaca dan sebagai referensi untuk penelitian kedepannya.

Semoga skripsi ini dapat menghantarkan penulis agar bisa menjadi pribadi yang berfikir baik kedepannya. Aamiin.

Mataram, _____

Penulis,

Perpustakaan UIN Mataram

M. Juhairul Afkar

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	17
A. Latar belakang	17
B. Rumusan Masalah.....	19
C. Tujuan Dan Manfaat	19
1. Tujuan.....	19
2. Manfaat.....	20
D. Ruang Lingkup dan <i>Setting Penelitian</i>	20
1. Ruang Lingkup.....	20
2. <i>Setting Penelitian</i>	20
E. Telaah Pustaka	21
F. Kerangka Teori	24
1. Perilaku Konsumen	24
2. Harga	25
3. Kualitas layanan	26
4. Persepsi Pelanggan	30

G. Metode Penelitian	33
1. Pendekatan Penelitian.....	33
2. Lokasi Penelitian	33
3. Jenis dan Sumber Data	33
4. Teknik Pengumpulan Data.....	34
5. Teknik Analisis Data	36
H. Sistematika Pembahasan	37
BAB II PAPARAN DAN TEMUAN DATA.....	39
A. Sejarah Singkat Syariah Lombok Hotel.....	39
1. sejarah Singkat Lombok Syariah Hotel.....	39
2. Visi dan Misi Lombok Syariah Hotel.....	39
3. Struktur organisasi.....	40
4. Klasifikasi Hotel.....	49
B. Profil Usaha	50
C. Persepsi Pelanggan Terhadap Harga dan di Hotel Lombok Syariah Lombok Timur	55
D. Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan di Hotel Lombok Syariah Lombok Timur.....	57
BAB III PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Harga Hotel Syariah ..	60
B. Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap kualitas layanan di Hotel Syariah	64
BAB IV PENUTUP	68

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
1. Pedoman Wawancara	75
2. Dokumentasi	5



Perpustakaan UIN Mataram

**ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP HARGA
DAN KUALITAS LAYANAN DI HOTEL LOMBOK TIMUR
(Studi Komparasi Lombok Syariah Hotel)**

Oleh:

M. Juhairul Afkar

NIM 190501151

ABSTRACT

The ups and downs of the number of tourist visits affect the hospitality industry. The rapid growth of the hospitality business has resulted in a very high level of competition between hotels. Like the Syariah Lombok Hotel, the research approach used in this proposal is a qualitative descriptive approach. Qualitative research is research that aims to understand the phenomenon of what is experienced by research subjects by means of descriptions in the form of words and language in special contexts that are reasonable and by utilizing various natural methods. Types of data Based on the scale of measurement, research data are divided into four types, namely: other nominal, ordinal, interval and ratio data.

As for the results of research at the Lombok Syariah Hotel, very friendly service, providing complete facilities, fast in providing services. The price offered is also in accordance with the contents of the pockets of visitors who stay. The price offered by Lombok Syariah Hotel includes East Lombok HR and has been received from visitors. Customer satisfaction in the view of sharia is the level of comparison between expectations for products or services that should be in accordance with sharia with the reality received. As for the perception of visitors at the Lombok Syariah Hotel, very friendly service, providing complete facilities, fast in providing services.

Keyword: price, service quality

ABSTRAK

Naik turunnya jumlah kunjungan wisatawan mempengaruhi industri perhotelan. Pesatnya pertumbuhan bisnis perhotelan mengakibatkan tingkat persaingan antar hotel sangat tinggi, Seperti Syariah Lombok Hotel pendekatan penelitian yang digunakan dalam proposal ini adalah Pendekatan Deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena dari apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara deskripsi berupa kata-kata dan bahasa dalam konteks khusus yang wajar dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Jenis data Berdasarkan skala pengukuran data penelitian dibagi menjadi empat jenis, antara lain data nominal, ordinal, interval dan rasio.

Adapun hasil dari penelitian di Lombok Syariah Hotel, pelayanan yang sangat ramah, memberikan fasilitas lengkap, cepat dalam memberikan pelayanan. Harga yang ditawarkan juga sesuai dengan isi kantong pengunjung yang menginap. Adapun harga yang di tawarkan oleh Lombok Syariah Hotel sudah mencakup SDM Lombok Timur dan sudah diterima dari pengunjung. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima Adapun persepsi pengunjung di Lombok Syariah Hotel, pelayanan yang sangat ramah, memberikan fasilitas lengkap, cepat dalam memberikan pelayanan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Layanan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Masyarakat umum sekarang jauh lebih sadar akan barang bersertifikat syariah. Dalam sepuluh tahun terakhir semangat industri syariah semakin merajalela di seluruh dunia, termasuk di negara-negara dimana Muslim merupakan minoritas penduduknya. Inggris, Jepang, Korea, Thailand, dan negara lain berlomba-lomba merebut pangsa pasar industri syariah negara asalnya. Syariah tidak hanya dilihat sebagai ide yang dapat digunakan atau dimiliki negara Muslim di dunia moderen. Namun, karena gagasan ini telah diadopsi di wilayah dunia yang terdapat minoritas Muslim, masyarakat Internasional telah berkembang menjadi masyarakat kosmopolitan. Yang secara umum kosmopolitanisme merupakan harapan ideal tentang warga dunia tanpa perbatasan dan bersumber dari inspirasi pemikiran humanitas rasional, sebuah nilai yang terkandung dalam diri setiap manusia.²

Slogan “*Visit Indonesia Year*” menjadi simbol semangat bangsa Indonesia mendorong industri pariwisata untuk berkembang, salah satu karakteristik yang ingin ditonjolkan oleh pemerintah adalah mengembangkan pariwisata halal, sesuai dengan sifat religiusitas bangsa Indonesia.³

Pada zaman ini perkembangan bisnis di Indonesia pada bidang perhotelan semakin berkembang pesat. Di setiap provinsi atau perkotaan munculah hotel-hotel melati hingga hotel berbintang. Banyak orang-orang yang

² HM.Syamsudin, “Cinta dan Toleransi Perspektif Fethullah Gulen”, *Jurnal Edu islamik*, Vol.5, Nomor 2, September 2013, hlm. 378.

³ Hanif Aidhil Alwana, “konstruksi Epistemologi Fikih Pandemik: Analisis Fatwa-Fatwa MUI”, *Jurnal Al-Manahij Kajian Hukum Islam*, Vol.15 Nomor 1, Juni 2021

minat akan usaha perhotelan karena pendapatan yang dihasilkan cukup memuaskan dan usaha ini bisa berkembang dimana saja. Baik di kota besar ataupun kota kecil.⁴

Banyak metode yang bisa dilakukan pengelola hotel agar usaha yang dijalankan tetap bertahan di tengah-tengah persaingan yang ada, suatu usaha didirikan dan dikelola untuk menghasilkan suatu produk baik berupa barang maupun jasa. Dengan demikian diperlukan pemasaran yang baik, karena sebuah prinsip pemasaran mengatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada seberapa mampu organisasi memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dan memenuhinya secara lebih efisien dan efektif dibandingkan pesaingnya.⁵

Kepuasan konsumen adalah tingkat kesesuaian antara produk dan/atau jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut adalah hasil penilaian yang dilakukan oleh tamu berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari lima unsur, yaitu: *Reliabilitas*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangible*.

Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (reasonable).

⁴ Jeni Susyanti, *Pengelolaan Lembaga Keuangan syariah*, (Malang: Empat Dua Media, 2016), hlm. 5

⁵ Yuyus Suryana, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 195

Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai lembaga yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya.⁶

Seperti Syariah Lombok Hotel Lombok *Hot water* untuk mandi beberapa kamar tidak berfungsi dan tidak ada telepon di kamar hotel sehingga jika membutuhkan pelayanan harus ke resepsionis diluar kamar.

Maka dari itu, berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengangkat permasalahan yang berkaitan dengan “Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Harga Dan Kualitas Layanan Di Hotel Syariah (Studi Komparasi Lombok Syariah Hotel)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan pada peneliian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis persepsi pelanggan terhadap harga di Hotel Lombok Syariah?
2. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di Hotel Lombok Syariah?

C. Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui Analisis persepsi pelanggan terhadap harga di Hotel Lombok Syariah
- b. Untuk mengetahui Analisis persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di Hotel Lombok Syariah

⁶ <http://repository.uin-suska.ac.id/4154/2/BAB%20I%282%29.pdf>

2. Manfaat

Berikut ini adalah daftar aplikasi potensial untuk komponen teoritis (ilmiah) dan praktis (eksekutif) studi ini, menurut penulis.:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan bisa menambah pengetahuan terhadap pelanggan untuk mengetahui layanan kualitas hotel syariah.

b. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.

D. Ruang Lingkup dan *Setting Penelitian*

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup peneliti mencakup bidang pariwisata, khususnya dibidang perhotelan. Ruang lingkup penelitian ini hanya berkaitan dengan kualitas harga dan layanan di Hotel Syariah Di antaraya:

Lombok Syariah Hotel memiliki harga terjangkau, memiliki kualitas pelayanan yang bagus, resepsionis 24 Jam tersedia dan fasilitas yang lengkap seperti No smoking rooms, Restaurant, Coffee Shop, Lounge, Morning Call, Layanan Kamar, dan layanan Cleaning service Internet dan Wifi Bebas akses Wi-Fi di lobby, serta proses check in dan check out cepat, petugas ramah dan sangat membantu, kamar bersih dan nyaman, menu makan pagi bervariasi.

2. *Setting Penelitian*

Lokasi penelitian dilaksanakan di tempat yaitu Syariah Lombok Hotel yang beralamatkan di Jalan Pangeran Diponegoro Nomor 9, pancor, Kecamatan Selong, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat.

E. Telaah Pustaka

Dalam penulisan ini, peneliti menggunakan acuan dari peneliti terdahulu. Diantaranya adalah:

1. Hasil penelitian dari Siti Fatimah, Mahasiswa UIN Mataram (2020) yang berjudul “Studi Komperatif Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah *Customer* (Studi Kasus Lina Hotel Senggigi dan Mascot Hotel Senggigi)” dalam meningkatkan jumlah customer Lina Hotel dan Mascot Hotel menggunakan empat startegi, yaitu strategi produk, strategi harga, tempat usaha dan strategi promosi, keempat strategi tersebut mempunyai peran masing-masing dalam memasarkan hotel, implikasi dari keempat strategi tersebut ialah peningkatan jumlah customer Lina Hotel dan Mascot Hotel.⁷ Persamaan penelitian saya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang meningkatkan jumlah *customer* dan pelayanan.
2. Hasil penelitian dari Ayu Nanda Nurul Aini, Mahasiswa UIN Mataram (2021) yang berjudul “Pentingnya Etika Pelayanan Bagi Pramusaji Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Makanan dan Minuman di Hotel Lombok Garden Mataram” Menyimpulkan Bahwa pencapaian kualitas pelayanan dan kepuasan konsumend yang lebih baik. Hotel Lombok Garden adalaah salah satu perusahaan perhotelan yang bergerak dalam bidang jasa, yang memberikan pelayanan penginapn berupa perseewaan kamar atau *ballroom* dan berbagai akomodasi lainnya.⁸ Persamaan Penelitian saya dengan Penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan yang ad di hotel.

⁷ Siti Fatimah, “Studi Kompratif Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Customer (Studi Kasus Lina Hotel Senggigi dan Mascot Hotel Senggigi)”, (*Skripsi*, UIN Mataram, 2020)

⁸ Ayu Nanda Nurul Aini, “Pentingnya Etika Pelayanan Bagi Pramusaji Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Makanan dan Minuman di Hotel Lombok Garden Mataram, (*Skripsi*, UIN Mataram, 2020.)

3. Hasil Penelitian dari Muhammad Ihdal Karomi, Firman Koma Febdilan, Dosen Dari AKPAR Mataram (2020) yang Berjudul “Strategi Pemasaran Hotel Pasca Bencana Gempa Bumi Di Hotel Kota Mataram Dan Daerah Istimewa Yogyakarta” Menyimpulkan Bahwa beberapa Hotel di Kota Mataram dan beberapa Hotel di Yogyakarta karena di dasarkan pada beberapa pertimbangan: dua lokasi penelitian ini pernah mengalami bencana yang sama (gempa bumi) dan merupakan daerah wisata yang menjadi kunjungan favorit wisatawan domestik maupun mancanegara. Strategi pemasaran internal pasca bencana gempa bumi oleh hotel di Kota Mataram dan Yogyakarta yang berfokus pada karyawan dan strategi pemasaran eksternal dengan fokus tamu atau pelanggan menggunakan dan melibatkan semua sumber daya yang dimiliki. Strategi penentuan harga, hotel yang ada di Kota Mataram dan Yogyakarta. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan tingkat okupansi.⁹ Persamaan penelitian saya dari penelitian sebelum nya adalah sama-sama membahas tentang harga dan pelayanan, namun yang membedakan penelitian ini adalah peneliti terdahulu membahas pascagempa.
4. Hasil Penelitian Dari Sri Ismiati, Mahasiswa UIN Mataram (2020) yang berjudul “Analisis Pertumbuhan Hotel Dengan Label Syariah (Studi Kasus Hotel Grand Madani Mataram)” Menyimpulkan Bahwa hotel syari'ah dikenal memenuhi standarisasi konsep hotel syari'ah baik dari segi pelayanan dan fasilitas lainnya. Hasil terbaru dari keseluruhan pelayanan hotel Grand Madani dari tahun 2017, 2018 dan 2019 sebesar 32% termasuk kriteria pertumbuhan yang kurang berhasil dihitung dengan rumus pertumbuhan pendapatan hotel.

⁹ Muhammad Ihdal Karomi dan Firman Koma Febdilan, “Strategi Pemasaran Hotel Pasca Bencana Gempa Bumi di Hotel Kota Mataram dan Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, Vol 6. Nomor 2, Oktober 2020

Hal ini menunjukkan bahwa hotel Grand Madani belum dapat mencapai kriteria keberhasilan dengan persentase 70-80% terlihat pada pertumbuhan pendapatan dalam hal pelayanan.¹⁰ Persamaan penelitian saya dengan penelitian ini, sama sama Membahas tentang standar kualitas pelayanan Berlabel halal.

5. Hasil Penelitian dari Salma Durroh Salsabilati, Mahasiswa Universitas Islam Indonesia (2018) yang berjudul “Analisis strategi Bersaing Namira Hotel Syariah Dengan Porter Five Forces” menyimpulkan bahwa Untuk dapat bertahan dalam persaingan industri perhotelan dibutuhkan perencanaan dan pengembangan strategi perusahaan yang tepat dan efektif. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi bersaing yang digunakan Namira Hotel Syariah dengan Porter Five Forces yang diantaranya yaitu ancaman pendaatang baru, persaingan diantara para pesaing, kekuatan tawar menawar pemasok, kekuatan tawar menawar pembeli dan ancaman produk pengganti. strategi bersaing yang digunakan Namira Hotel Syariah dengan model Porter five forces adalah strategi pemusatan (fokus). Namira Hotel Syariah berfokus pada pangsa pasar yaitu sebagai hotel budgeting dan pelanggan yang interest dengan hotel syariah serta sebagai hotel alternatif bagi pengunjung.¹¹ Persamaan dari Penelitian ini adalah, samasama membahas tentang persaingan Hotel Syariah denga Hotel Konvesional.

¹⁰ Sri Ismiati, “Analisis Pertumbuhan Hotel Dengan Label Syariah” (Studi Kasus Hotel Grand Madani Mataram), Vol. 7 No. 2, *Jurnal Schemata*, Desember 2018

¹¹ Salma Durroh Salsabilati, “Analisis strategi Bersaing Namira Hotel Syariah Dengan Porter Five Forces”, (*Skripsi*, FEB UI Indonesia, April 2018) .

Kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi moderen tidak di akui oleh ajaran Islam. Etika ekonomi Islam berusaha untuk mengurangi kebutuhan material manusia yang luar biasa sekarang ini, untuk menghasilkan energi manusia dalam mengejar cita-cita spritualnya.¹⁴

2. Harga

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk jika memungkinkan) dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi dari produk dan jasanya. Dari definisi kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh Pembeli termasuk layanan yang disediakan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan keuntungan dari harga tersebut itu.

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak milik atau penggunaan barang atau jasa. Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau income bagi perusahaan, sedangkan tiga elemen lainnya (produk/kualitas, distribusi dan promosi) menimbulkan biaya/pengeluaran.¹⁵

Menurut Ibnu Taimiyah naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya. Kelangkaan dan melimpahnya

¹⁴ Abdul Mannan, *Teori Dan Praktek Ekonoi Islam*, Terjemahan Drs. M. Nastangin, (Yogyakarta: PT Dana Bakhti Prima Yasa, 1997), hlm. 44-45.

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga (ed.), (Yogyakarta: Bayu Media publishing, 2008)

barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil.¹⁶

Adapun firman Allah SWT mengenai harga dalam suah Al- Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

artinya; Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.¹⁷

3. Kualitas layanan

Kualitas layanan merupakan standar keberhasilan pelayanan yang ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan. Sedangkan tingkat kepuasan penerima akan dapat di peroleh apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Dengan demikian maka kebutuhan penerimaan layanan harus sebisa mungkin dipenuhi agar di peroleh kepuasan.¹⁸ Diartikan secara sederhana sebagai produk yang bebas, dengan kata lain produk sesuai dengan standar target, sasaran, atau persyaratan yang bisa di definisikan diobservasi dan di ukur merupakan pengertian kualita. Dari segi kemajuan teknologi yang semakin menjadikan aktifitas manusia semakin mudah, maka perusahaan harus berupaya

¹⁶Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2011), hlm.144

¹⁷<https://www.merdeka.com/quran/al-baqarah/ayat>

¹⁸Ratinto dan Atik, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar 2008), hlm. 51

memberikan pelayanan untuk menciptakan kepuasan anggota dengan baik.¹⁹

Kualitas pelayanan sebagai tolak ukur seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dapat sesuai ekspektasi konsumen. Menurut definisi tersebut, kualitas pelayanan dilihat dari kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasinya.

Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan pengiriman untuk mengimbangnya harapan konsumen, yaitu kesesuaian antara harapan dan persepsi manajemen, terdapat kecocokan antara persepsi harapan konsumen dengan standar kerja pegawai, terdapat kesesuaian antara standar kerja pegawai dengan pelayanan yang diberikan disediakan dengan layanan yang dijanjikan dan kompatibilitas antara layanan diterima dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.²⁰

Untuk mengevaluasi jasa pelayanan dan kualitas pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi, yaitu:

a. Bukti Langsung (*Tangibels*)

Tangibels merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang di berikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya aspek ini akan menumbuhkan *image* penyedia jasa terutama bagi konsmen baru dalam mengukur kualitas jasa. Jika perusahaan tidak memperhatikan kualitas fisiknya, maka *image* perusahaan akan rusak.

b. Keandalan (*Reability*)

¹⁹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, “Pemasaran Strategi(ed), (Yogyakarta: ANDI, 2012), hlm.75.

²⁰ Dian Ekaa, Yulia Hamdani Putri, “Kualitas Pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya , *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Menurut Sunyoto (2012), Vol.16 Nomor 2, 2018

Reability merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah di janjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang di berikan di berikan tidak cocok dengan apa yang di janjikan. Jadi komponen atau elemen dari dimensi ini adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara tepat dan membebaskan biaya secara tepat.

c. Ketanggapan (*Rersponsiveness*)

Rersponsiveness atau ketanggapan adalah kemampuan perusahaan yang di lakukan karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Pelayanan yang baik dapat menumbuhkan presepsi yang baik terhadap kualitas jasa yang di berikan. Termasuk jika didalamnya terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam menyimpan jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau memimalisir kerugian konsumen dengan cepat.

d. Jaminan (*Assurance*)

Assurance atau jaminan adalah pengetahuan dan perilaku membangkitkan kepercayaan dan kepercayaan diri konsumen mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Aspek ini sangat penting karena menanamkan persepsi konsumen tentang risiko keraguan yang tinggi kepada kemampuan penyedia layanan. Perusahaan membangkitkan kepercayaan dan loyalitas konsumen melalui karyawan yang langsung terlibat menangani konsumen. Jadi unsur dari aspek lain terdiri dari kompensasi karyawan yang meliputi keterampilan, pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan untuk

melakukan pelayanan dan kejujuran perusahaan yang meliputi halhal yang berkaitan dengan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

e. Empati (*Emphaty*)

Empati adalah kemampuan perusahaan untuk langsung melakukan oleh karyawan agar memperhatikan konsumen individual, termasuk kesadaran terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Jadi unsur dari aspek ini adalah perpaduan dari akses yaitu kemudahan untuk memanfaatkan layanan yang diberikan oleh perusahaan, Komunikasi adalah kemampuan untuk melakukan informasi yang disampaikan kepada konsumen untuk memperoleh memperoleh masukan dari konsumen, dan pemahaman adalah upaya untuk mengetahui dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.²¹

suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Pelayanan dapat terjadi antara:

- a. Seorang dengan seorang
- b. Seorang dengan kelompok
- c. Kelompok dengan seorang
- d. Orang-orang dalam organisasi

Adapun di sebutkan dalam al-qur'an, Allah berfirman dalam Alqur'an Surah Al-Baqarah Ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

²¹ *ibid.* hlm 75.

Artinya:”Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji”.

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Tolok ukur kualitas pelayanan dalam Islam disebut dengan standardisasi syariah. Inilah yang kemudian dijadikan sebagai standar penilaian.²²

4. Persepsi Pelanggan

Persepsi pelanggan (*customer perception*) merujuk pada kesan, kesadaran, atau penilaian pelanggan terhadap perusahaan atau produk. Persepsi ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman pribadi, iklan, media sosial, ulasan dari website terkemuka dan lain sebagainya.²³

Persepsi pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelahnya membandingkan antara apa yang diterima dan dia berharap. Seorang pelanggan, jika puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau layanan, sangat besar kemungkinan menjadi pelanggan pada saat itu panjang.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari kinerja (atau Hasil)

²² Sunardi.dan Sri Handayani, “*Jurnal Ekonomi dan Perbankan syariah*, Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia, Juni 2019.

²³ Ahmad Nasrudin, “Persepsi Pelanggan” cerdasco.com/persepsi-pelanggan, diakses pada juli 14, 2019.

produk yang dirasakan perusahaan sehubungan dengan harapannya.²⁴ Keadaan mental yang dihasilkan dari perbandingan pelanggan (harapan sebelum pembelian, persepsi kinerja setelah pembelian). Definsi tersebut menjelaskan juga bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara apa yang diharapkan dari sebuah produk setelah di membeli atau mengkonsumsinya.²⁵

Kini, perusahaan modern menekankan fokus bisnis mereka pada peningkatan kualitas pengalaman pelanggan. Namun, kebanyakan perusahaan belum mengetahui apakah mereka telah menciptakan nilai berharga di mata para pelanggan. Sejatinya, untuk mencapai tujuan tersebut, para marketer harus memahami tiga tahap dari proses kerja persepsi konsumen. berikut tiga tahap penting dalam proses kerja customer perception:

1. *Sensing*(Penginderaan)

Tahap pertama dalam proses kerja persepsi konsumen adalah *sensing*. Kerap dicirikan dengan kemampuan indra fisik, pelanggan akan menggunakan tahap ini untuk mengumpulkan pengetahuan tentang produk perusahaan. Contoh pada tahap ini adalah pelanggan yang sedang melihat ukuran, bahan, dan nilai estetika sebuah produk pakaian.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Tahap berikutnya dalam proses kerja customer perception adalah *organizing*. Pada tahap ini, pelanggan akan memproses seluruh informasi yang telah mereka peroleh dan menafsirkan nilainya berdasarkan konteks, kebutuhan pribadi, serta faktor

²⁴ Kotler dan Keller, "Manajemen Pemasaran", Dalam Pengertiannya (ed.), *Edisi 12*, (Jakarta: Erlangga, 2012, hlm.36.

²⁵ Soderlund, M, and O hman, N , "Behavioral intentions in satisfaction research revisited." *Journal of Consumer satisfaction, dissatisfaction and complaining behavior*, 2003, hlm. 16:53-66

lainnya yang sangat subjektif. Selain itu, pelanggan juga akan menentukan kebutuhan mereka dan membandingkannya dengan aspek lain yang mereka anggap penting. Sebagai contoh, konsumen yang ingin membeli sepatu olahraga dapat memprioritaskan harga, tetapi juga warna dan kualitas solnya.

3. Reacting (Reaksi)

Tahap terakhir pada proses kerja persepsi konsumen adalah reacting. Umumnya, pelanggan akan bertindak berdasarkan informasi dan keputusan yang mereka ambil selama tahap sensing dan organizing.²⁶

Adapun empat faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan, yaitu sebagai berikut :

1. Apa yang telah didengar pelanggan dari pelanggan lainnya (*word of mouth communication*). Dimana hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan harapan pelanggan tersebut. Misalnya, pelanggan memiliki perusahaan yang diharapkan dapat memberikan layanan yang kualitas tinggi berdasarkan rekomendasi dari teman-teman atau tetangganya.
2. Harapan pelanggan sangat bergantung dari kepribadian individu dimana kebutuhan pribadi (*personnel needs*).
3. Pengalaman masa lalu (*past experience*) dalam memberikan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat harapan pelanggan.
4. Komunikasi dengan pihak eksternal (*external communication*) dari penyedia layanan memainkan peranan kunci dalam membentuk harapan pelanggan. Berdasarkan *External communication*,

²⁶ Andre Olivier, "Tingkat Kualitas User Experience", dalam <https://glints.com/id/lowongan/persepsi-konsumen/#.ZCFcb3ZBzIU>, di akses tanggal 20 Januari 2021

perusahaan penyedia layanan dapat menyampaikan pesan secara langsung maupun tidak langsung kepada pelanggannya. Sebagai contoh pengaruh eksistensi external communication adalah harga dimana biaya pelayanan sangat berperan penting dalam membentuk ekspektasi pelanggan.²⁷

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah Pendekatan Deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena dari apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara deskripsi berupa kata-kata dan bahasa dalam konteks khusus yang wajar dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.²⁸

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Syariah Lombok Hotel yang beralamatkan di Jalan Pangeran Diponegoro Nomor 9, Pancor, Kecamatan Selong, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data adalah berdasarkan skala pengukuran, data penelitian dibagi menjadi empat jenis, antara lain data nominal, ordinal, interval dan rasio. Keempat jenis data penelitian berdasarkan skala pengukuran ini memiliki makna dengan karakteristik masing-masing. Yang digunakan dalam pendekatan penelitian ini adalah data internal dimana Data yang diperoleh dari

²⁷ Zeithaml2003:162,<https://www.kumpulanpengertian.com/2019/01/pengertian-kepuasan-pelanggan-menurut.html>

²⁸ Lexy J. Moleong “*Metodologi Penelitian Kualitatif*(ed), (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 6

suatu organisasi atau perusahaan dan data ini menggambarkan kondisi bagaimana organisasi tersebut digunakan sebagai penelitian. Data internal merupakan hasil dari penelitian atau juga bisa diperoleh seorang peneliti. Contohnya seperti kepegawaian, penjualan, pengeluaran, dan sebagainya.

b. Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti memakai jenis-jenis sumber data diantaranya:

1) Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh dari informant untuk mendapatkan data atau informasi yang akurat di Lombok Syariah Hotel. Pelanggan yang menerima pelayanan Hotel Lombok Syariah akan menjadi informant dari penelitian ini.

2) Data Sekunder

Sumber data yang sekunder sebagai bahan pendukung untuk memberikan kemudahan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan buku-buku, literatur dan dokumen lain yang relevan dengan masalah yang sedang diteliti.²⁹

4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Karena itu observasi adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan pengamatanya melalui kerja panca

²⁹ *Ibid*, hlm. 302

inderanya dan dibantu oleh panca indra lainnya.³⁰ Penelitian ini menggunakan jenis observasi partisipan dimana dilakukan dengan membuat kedekatan secara mendalam dengan suatu komunitas atau lingkungan alamiah dari objek.

b. Wawancara

Wawancara adalah interaksi bahasa yang berlangsung antara dua orang dalam situasi saling berhadapan salah satunya adalah satu melakukan wawancara untuk meminta informasi atau pernyataan kepada orang yang sedang dipelajari bergerak di area pendapat dan keyakinannya.³¹ Wawancara memiliki jenis diantaranya: wawancara terstruktur, semi terstruktur, dan tidak terstruktur.³² Jenis penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur dimana seluruh wawancara didasarkan pada suatu sistem atau daftar pertanyaan yang ditetapkan sebelumnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang di tunjukan kepada topik penelitian.³³ Jenis penelitian ini menggunakan Dokumentasi dinamis, yakni dokumen yang digunakan secara langsung dalam penyelesaian pekerjaan (dinamis aktif, dinamis semi aktif, dan dinamis inaktif).

³⁰ Burhan bungin, “*Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Ilmu Sosial Lainnya*”, (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2010), hlm. 115

³¹ Emzir, Metode Penelitian Kualitatif (ed.), *Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 50

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (ed.), (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 317

³³ Sukandar Rumaidi, *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Pemula*, (Yogyakarta: UGM Press, 2004), hlm.100.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pencarian dan pengaturan secara sistematis hasil wawancara, catatan-catatan, dan bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkinkan menyajikan apa yang ditemukan.³⁴ Analisis data ini disusun secara sistematis dan dideskripsikan dan ditarik kesimpulan sehingga dapat diceritakan orang lain. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan model Miles dan Huberman. Dalam model ini dibagi menjadi empat tahap yaitu:

a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti meringkas, memilih data dan fokuskan itu. Reduksi data adalah proses berpikir yang sensitif yang membutuhkan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Semua data diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dari Hotel Lombok Syariah dan Hotel Green Hayaq. Disesuaikan dengan fokus penelitian.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah tahapan dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan penyusunan sekumpulan data secara sistematis dan mudah dipahami, sehingga memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan ataupun bagan. Dengan penyajian data tersebut, maka data akan tertata dan tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah untuk dipahami.

c. Verifikasi Data

³⁴ Imam Gunawan, "Metode Penelitian Kualitatif (ed.), *Teori dan Praktik*, (Jakarta: BumiAksara, 2015), hlm.210.

Catatan diperoleh dari berbagai sumber dan dari observasi disimpulkan dan disesuaikan dengan fokus penelitian. Setelah data Hasil penelitian ditampilkan dalam bentuk naratif dan dipelajari lebih lanjut.³⁵

Dengan kegiatan reduksi data, dan kesimpulan terhadap hasil Penelitian yang dilakukan memudahkan pembaca untuk memahaminya proses dan hasil penelitian pengelolaan di Hotel Lombok Syariah dan Hotel Green Hayaq.

H.Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan. Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup dan *setting* penelitian, telaah pustaka, kerangka teori dan sistematika penulisan.

BAB II Paparan Data, Temuan, dan Pembahasan. Bab ini berisi data hasil penelitian baik berupa hasil observasi maupun wawancara yang dilakukan di lapangan. Adapun penemuan data tersebut mengenai profil usaha, persepsi pelanggan terhadap harga, kualitas layanan dan persepsi pelanggan di Lombok Syariah Hotel.

BAB III Paparan Data, Temuan, dan Pembahasan. Bab ini berisi mengenai hasil analisis dari penelitian yang sesuai dengan hasil lapangan berdasarkan dari penemuan yang terdapat pada bab II. Analisis yang dilakukan pada bab ini yaitu persepsi pelanggan terhadap harga, kualitas layanan dan persepsi pelanggan di Lombok Syariah Hotel.

BAB IV Penutup. Bab ini berisi kesimpulan dan saran

³⁵ Haeran, SS, M.Hum, *Metode Penelitian Bidang Muamalah Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Media Sains Indonesia 2021), hlm. 149

atas penelitian yang telah dilakukan. Dalam bab ini akan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada di fokus penelitian.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB II

PAPARAN DATA, TEMUAN DATA, PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Syariah Lombok Hotel

1. sejarah Singkat Lombok Syariah Hotel

Pembangunan Syariah Lombok Hotel dimulai sejak awal 2019, di dirikan oleh H. Anwar Ahfam Bafadal. Pembangunan hotel ini sangat didukung oleh Pemerintah Kabupaten Lombok Timur sebagai upaya meningkatkan Fasilitas akomodasi penginapan di Kabupaten Lombok Timur. Syariah Lombok Hotel diresmikan pada tanggal 14 Desember 2019 oleh Bupati Lombok Timur yaitu bapak Drs. H. M. Sukiman Azmy, M.M.³⁶

2. Visi dan Misi Lombok Syariah Hotel

VISI:

- Memberikan Layanan Hotel yang Profesional dengan mengikuti metode Syariah.

MISI :

- Memberikan Layanan Jasa dan Produk yang berkualitas dengan mengedepankan Nilai-Nilai Syariah.
- Memberikan Layanan yang berkualitas setiap harinya.
- Memperhatikan Kesejahteraan Tenaga Kerja, agar tetap optimal dalam bekerja secara profesional.

Pada awalnya, Lombok Syariah Hotel hanya menyewakan satu vila, tetapi pada 14 desember 2019 di perluas menjadi hotel bernuansa syariah. Semenjak Lombok

³⁶ Lombok Syariah Hotel (2023)

Syariah Hotel ini berdiri sejak 3 tahun lalu, hotel menjadi pilihan tepat bagi untuk menginap bagi wisatawan yang berkunjung untuk melakukan perjalanan dinas ke Lombok Timur.

3. Struktur organisasi

Untuk mencapai suatu tujuan umumnya setiap perusahaan atau hotel memerlukan sebuah struktur organisasi. Struktur organisasi sendiri merupakan gambaran tentang sebuah perusahaan disertai tugas dan tanggung jawab serta wewenang. Struktur organisasi ini sangat penting, artinya di satu sisi membantu perusahaan melancarkan aktivitas dan sisi lain adanya pemberian tugas masing-masing personil, sehingga struktur organisasi tidak semata mata pemberian tugas tetapi saling terkait dalam rangka pencapaian tujuan.

Sebuah organisasi biasanya dijelaskan dalam sebuah bagan yang disebut stuktur organisasi. Struktur organisasi adalah kerangka hubungan antara satuan- satuan organisasi yang didalamnya terdapat pejabat, serta wewenang yang masing-masing mempunyai peranan tertentu dalam kesatuan yang utuh. Dari stuktur organisasi, dapat dilihat jenjang-jenjang manajemen, yaitu:

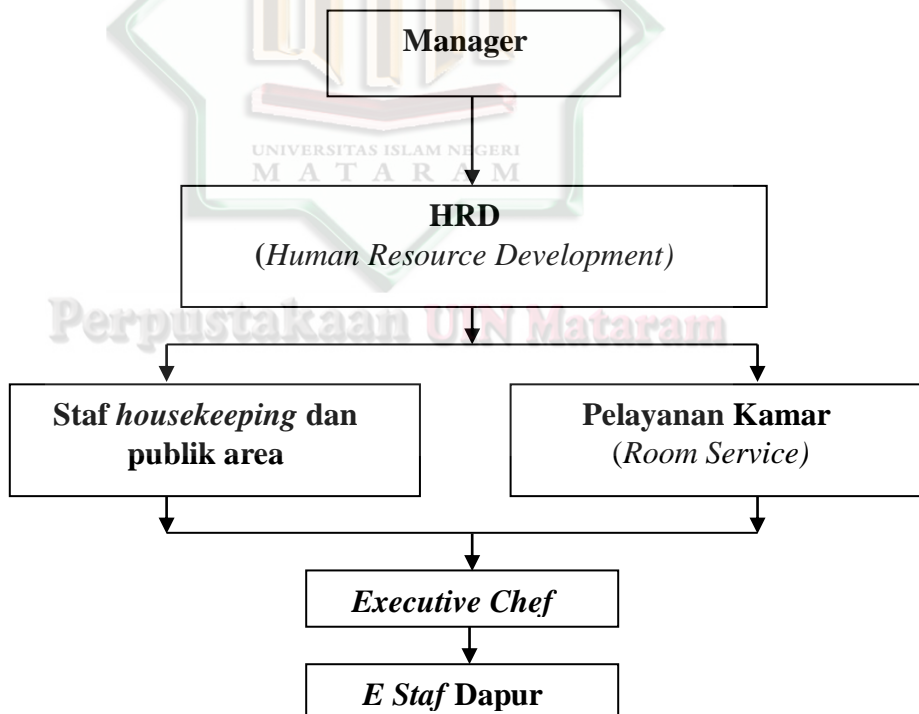
1. Direktur adalah manajemen teratas
2. Kepala bagian adalah manajemen menengah
3. Kepala seksi adalah manajemen bawah

Bagan organisasi menggambarkan bahwa direktur tidak dapat menjalankan strateginya untuk mencapai tujuan organisasi dengan melakukannya sendiri. Ia harus mempercayakan kepada orang-orang lain untuk melaksanakan sebagian besar dari fungsi- fungsi manajemen dengan jalan menyusun struktur organisasi

yang memungkinkan melakukan pendelegasin wewenang.

Struktur organisasi juga menggambarkan wewenang garis dan wewenang staf dalam organisasi. Wewenang garis merupakan wewenang untuk melaksanakan secara langsung tujuan dasar organisasi, sedangkan wewenang staf merupakan wewenang yang hanya bersifat mendukung yakni menyediakan jasa dan pelayanan kepada bagian – bagian lain tdak berhubungan langsung dengan pelaksanaan tujuan dasar.³⁷

Adapun struktur organisasi pada Lombok Syariah Hotel digambarkan melalui tabel sebagai berikut:



³⁷ Samsidar, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Hotel Denpasar Makassar", (*Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Makasar, Oktober 2017).

Sumber :Lombok Syariah Hotel (2023)

Adapun jumlah pegawai di Lombok Syariah Hotel diantaranya Front Office (Staf Resepsionis) berjumlah 2 orang, Staf housekeeping dan publik area 3 orang, Pelayanan Kamar (*Room Service*) 2 orang, HRD (*Human Resource Development*) 1 orang, Staf Dapur 3 orang, dan Executive Chef 1 orang.

Deskripsi masing-masing jabatan pada Lombok Syariah Hotel sebagai berikut:

a. Fornt Office (Staf Resepsionist)

Resepsionist memiliki tugas menyapa, melayani dan memberikan informasi kepada pengunjung terkait dengan tujuan yang diinginkan. Atau bisa disebut dengan jembatan informasi antara pihak manajemen perusahaan dan tamu yang datang berkunjung.

Resepsionist sering kita jumpai di beberapa hotel, gedung ataupun pusat pelayanan publik. Karena keberadaannya pasti akan berhubungan dengan banyak orang, resepsionis identik dengan tampilan yang rapi. Tak jarang, mereka menggunakan seragam yang menunjukkan atribut kantornya.

b. Housekeeping

Tugas utama housekeeping adalah memastikan bahwa segala kebutuhan rumah tangga seperti makanan, minuman, kebersihan dan yang lainnya dapat terpenuhi.

Pelayanan penginapan di sebuah hotel atau apartemen mengharuskan adanya keramahan, daya tarik serta pelayanan yang baik bagi para tamu. Termasuk kebersihan dan pemeliharaan baik didalam setiap kamarnya maupun di area luar. Sehingga semua tamu yang menginap akan merasa nyaman.

Pada sebuah hotel, tugas housekeeping yaitu memastikan kenyamanan para tamu. Oleh karena itu, housekeeper harus selalu siaga jika ada tamu yang membutuhkan pelayanan.

Ruang lingkup housekeeping sangat luas, tidak hanya berperan sebagai room service saja namun pekerjaannya meliputi seluruh hotel termasuk perbaikan elektronik dan keindahan hotel. Tugas yang paling penting membersihkan kamar bekas inap dan menyiapkan untuk ditinggali oleh tamu berikutnya.

Sehingga harus berkomunikasi baik dengan tim resepsionis hotel. Jangan sampai status kamar tidak terupdate sehingga tamu malah diberikan kamar yang belum selesai dirapikan.

Divisi housekeeping juga harus berkoordinasi dengan bagian lain. Apabila saat membersihkan kamar menemukan kerusakan pada perlengkapan dan alat elektronik di dalam kamar misalnya seperti AC, pemanas portable, TV maupun sistem kunci elektronik.

Tidak hanya itu, apabila terjadi kerusakan pada peralatan milik hotel seperti lampu dan mesin cuci. Koordinasi tidak hanya dilakukan secara manual, karena aplikasi dan software perhotelan zaman sekarang sudah dapat mengintegrasikan komunikasi serta koordinasi antar bagian secara otomatis.

c. Pelayanan kamar (*Room Service*)

pelayanan kamar atau *room service* merupakan departement makanan dan kebersihan kamar yang memiliki tugas sebagai berikut:

- Menawarkan makanan dan minuman ke kamar hotel
- Mengambil pesanan (*taking order*) yang sudah di order oleh tamu via telpon atau door knop menu
- Menyiapkan menu makanan dan minuman yang telah dipesan

- Menyajikan dan mengantarkan pesanan ke kamar hotel
- Mengambil kembali peralatan makan dan minum dari kamar hotel.

Adapun fungsi dari pelayanan Kamar atau *Room Service* sebagai berikut:

- Memberikan pelayanan makan dan minum bagi para tamu
- Membantu perusahaan (hotel) untuk meningkatkan keuntungan atau laba
- Ikut menjaga nama baik hotel dalam hal pelayanan.

Bagian room service ini harus ada dalam sebuah pelayanan hotel untuk mengakomodir beberapa kemungkinan seperti adanya tamu yang malas keluar kamar, sedang sakit atau tidak memiliki banyak waktu untuk melakukan pemesanan langsung.

d. HRD (*Human Resource Development*)

Setelah memahami fungsi-fungsi dalam HRD maka Anda perlu mengetahui tugas HRD. Sebab, tugas HRD adalah sesuatu yang bersifat teknis dan non-teknis.

1. Melakukan Perencanaan

Salah satu tugas HRD yang penting adalah melakukan perencanaan. Ada banyak perencanaan yang bisa dilakukan seperti perencanaan program dan perencanaan tenaga kerja. Ketika sedang melakukan perencanaan program, ada banyak hal yang harus dipersiapkan salah satunya sumber daya manusia. Setiap program pasti memiliki kebutuhan tenaga kerja yang berbeda-beda. Sedangkan perencanaan tenaga kerja diperlukan untuk menyiapkan kebutuhan tenaga kerja di setiap divisi. Selain itu, menyiapkan pula tenaga kerja yang memiliki potensi untuk memimpin.

2. Menyelenggarakan Rekrutmen dan Seleksi

Tugas kedua dari HRD adalah melakukan rekrutmen dan seleksi. Rekrutmen dibutuhkan untuk mencari dan menemukan karyawan (SDM) yang berpotensi. Namun, untuk melakukannya harus melalui serangkaian proses mulai dari administrasi, tes psikologi, hingga wawancara.

Dengan memilih SDM yang tepat, perusahaan akan terbantu dan tidak akan mengalami kesulitan untuk mengembangkan potensi hingga mempersiapkan estafet kepemimpinan. Jika tidak bisa melakukan hal tersebut, HRD akan merasa kesulitan melakukan pengembangan potensi.

3. Memberikan Training and Development

Salah satu tugas HRD yang cukup penting adalah melakukan training and development. Fungsinya agar karyawan mampu memberikan hasil yang terbaik bagi perusahaan.

Pelatihan dan pengembangan (pendidikan) adalah hal penting yang perlu dilakukan perusahaan. Karyawan perlu meningkatkan kemampuan sehingga memberikan dampak positif bagi perusahaan.

4. Kompensasi dan Keuntungan

Isu yang cukup penting di perusahaan adalah menyediakan kompensasi dan memberikan keuntungan bagi karyawan. Ketika hendak merancang program kompensasi maka yang dipikirkan mulai dari upah, program asuransi, hingga keuntungan atau benefit.

HRD tidak hanya merancang melainkan juga mengelola skema dan mengatur tata cara distribusi. Namun, perlu dilihat bahwa kompensasi dan keuntungan diberikan dengan syarat mengikuti

undang-undang yang berlaku. Sebab, hal ini cukup sensitif di dunia perusahaan.

5. Menghimpun Administrasi Data

Salah satu tugas dari HRD adalah menghimpun administrasi data. Administrasi yang dimaksud adalah data karyawan, payroll, pembayaran karyawan lainnya, hingga sistem kontrak kerja. Data tersebut sebenarnya adalah tugas dari personalia, tetapi personalia adalah bagian dari HRD.

Personalia akan sangat membantu dan meringankan kerja dari HRD karena mampu mengurangi biaya tenaga kerja, motivasi karyawan, dan meningkatkan keuntungan.

6. Mengadakan Evaluasi Karyawan

Setiap periode atau setiap enam bulan sekali, perusahaan perlu melakukan evaluasi karyawan. Evaluasi menjadi penting untuk menilai kinerja karyawan dan dapat menjadi dasar dalam melakukan perbaikan.

Evaluasi tidak hanya berfokus pada kinerja melainkan pada saat pelatihan dan pengembangan. Jika ada yang keliru, perlu memperbaiki kualitas pelatihan dan pengembangan. Hal ini menjadi penting karena sebagai daya dukung perusahaan.

e. Staff Dapur

Fungsi secara umum staff dapur bertugas untuk memastikan kelancaran operasional dapur, berikut adalah rincian tugas staff dapur secara detail.

- Memastikan seluruh perlengkapan dapur sudah dalam keadaan bersih sebelum restoran dibuka.
- Mempersiapkan peralatan memasak sehingga chef bisa segera menggunakannya.
- Memastikan seluruh bahan makanan tersedia di dapur dalam kondisi yang baik.
- Mengecek bahan makanan yang ada di dapur, apakah perlu melakukan *restock* atau tidak.
- Bertanggung jawab atas bahan makanan yang sudah tidak dalam kondisi baik.
- Sesekali membantu chef untuk mengolah makanan, terlebih ketika restoran sedang ramai.
- Segera membersihkan peralatan memasak setelah chef selesai menggunakannya sehingga bisa digunakan kembali dengan cepat.

f. *Executive Chef*

Tugas *executive chef* pada dasarnya menjaga rasa makanan yang sesuai standar agar cita rasa dan kualitas tetap terjaga. Berikut tugasnya antar lain:

1. Mengecek daftar pesanan barang ke gudang, sebagai kitchen requisition (Pengorderan barang untuk keperluan dapur)
2. Mengetik menu atau membuat menu untuk dijual oleh waiter atau staff food and beverage product.
3. Membuat anggaran tahunan untuk mempersiapkan bahan-bahan makanan yang akan dijual.
4. Membuat rencana kerja tahunan sebagai work target atau revenue tahunan untuk menjadi tatanan pencapaian target dimasa mendatang.
5. Selalu menghadiri rapat antara kepala bagian lainnya, sesuai yang telah ditentukan oleh General Manager.

6. Mengatur & mengawasi seluruh tugas-tugas kitchen, khususnya dalam proses pengadaan dan pengolahan makanan sesuai dengan standart yang telah ditetapkan.
7. Mengawasi pelaksanaan tata kerja , keselamatan kerja, dan memenuhi kelengkapan atau atribut kerja agar dapat menciptakan lingkungan kerja yang aman.
8. Mengawasi sepenuhnya tempat penyimpanan makanan dan peralatan-peralatan yang akan digunakan untuk kelancaran operasional kerja.
9. Menjaga food cost standart (standar harga) yang berbanding lurus dengan standar porsi, sehingga harga yang tercantum dimenu sudah mengalami perhitungan yang matang.
10. Mengontrol dan melaksanakan sepenuhnya kegiatan food production secara keseluruhan.
11. Bekerja sama dengan F & B manager khususnya dalam hal penyediaan makanan dan minuman dalam jamuan-jamuan atau rapat-rapat yang diselenggarakan oleh hotel.
12. Berkreasi menciptakan menu-menu baru, sebagai upaya untuk menarik konsumen, tetapi hal ini sebagai tugas tambahan.
13. Mengawasi tata urutan dalam penyiapan menu-menu buffet sehingga berjalan dengan teratur dan baik.
14. Menjaga hubungan baik dengan para staff dan rekan-rekan.
15. Bersedia menjalankan tugas atau instruktur dari atasan.
16. Dan dibutuhkan sebagi advisor dan ketua yang menjadi pengajar, pengawas dan pengambil

keputusan demi kelancaran operasional kitchen dengan sebaik-baiknya.³⁸

4. Klasifikasi Hotel

a) Plan

Dilihat dari kriteria hotel maka Lombok Syariah Hotel dapat digolongkan ke dalam penggolongan Hotel Continental Plan, karena harga kamar include dengan breakfast.

b) Menurut luas dan jumlah kamar

Dilihat dari luas dan jumlah kamar Lombok Syariah Hotel termasuk ke dalam hotel yang cukup bagus karena memiliki jumlah 12 kamar..

c) Menurut jenis tamu yang menginap

Di lihat dari jenis tamu yang menginap maka Lombok Syariah Hotel digolongkan ke dalam Hotel bisnis karena kebanyakan tamu yang menginap hanya untuk keperluan bisnis.

d) Menurut lama tamu menginap

Di lihat dari lamanya tamu yang menginap Lombok Syariah Hotel dapat digolongkan ke dalam Seni residential hotel, karena tamu yang menginap rata-rata hanya sampai dua hari atau lebih dari itu.

e) Menurut dari lokasinya

Menurut lokasinya Lombok Syariah Hotel dapat digolongkan ke dalam City hotel karena lokasinya terletak di pusat perkotaan dan supermarket.

Di lihat dari tarif kamar yang disewakan

Menurut tarif kamar yang disewakan Lombok Syariah Hotel dapat digolongkan ke dalam First class hotel,

karena tarif setiap kamar yang disewakan relatif dengan harga yang sedang.³⁹

B. Profil Usaha

Syariah Lombok Hotel, hotel city yang berkonsep syariah, berada di pusat kota, perkantoran, pusat perbelanjaan, pasar tradisional dan fasilitas umum lainnya. Yang di resmikan pada tanggal 15 Desember 2019.

Tabel .2.
Tipe Kamar dan Harga Kamar

Tipe kamar	Harga
Standart Room (single bed)	350 ribu/ malam
Superior room (king bed)	450-500 ribu/malam
Twins Bed Room (doubel bed)	450 ribu/malam

Sumber:Lombok Syariah Hotel (2023)

Syariah Lombok Hotel mempunya 12 kamar dan terbagi menjadi 3 type kamar. Diantaranya, pertama Standart Room (single bed) 350 ribu /malam, kedua superior room (king bed) 450 ribu/malam-500 ribu/malam dan type dan yang terakhir Twins Bed Room (doubel bed) 450 ribu/malam. Dan fasilitas kamar yang di sediakan berupa AC, *Hot & fresh water*, tv full channel, *king & twins bed*, quran & sajadah, toilet. Adapun alamatnya bertempat di Jalan Diponegoro Nomer 9 Pancor, Selong-Lotim (depan

³⁹ Samsidar, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Jasa Hotel Denpasar Makasar, (*Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Makasar, 2017).

lapangan bonar) Syariah Lombok Hotel Pancor, Selong, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat.⁴⁰

Tabel .3.

Lokasi populer di sekitar ini

Nama Lokasi	Jarak
Terminal Pancor	639 m
Rinjani Water Park	729 m
Pantai Pink	24. 47 km
Bandara Internasional Lombok	29.73 km
Pantai Tanjung An	36.09 km
Pantai Kuta Lombok	37.67km

Sumber: Traveloka (2023)

lombok Syariah berdekatan dengan banyak tempat yang menarik seperti Terminal Pancor yang berjarak 639 m, Rinjani Water Park berjarak 729 m, Pantai Pink berjarak 24.47km, Bandara Internasional Lombok berjarak 29.73, Pantai Tanjung An berjarak 36.09, Pantai Kuta Lombok berjarak 37.67 km, dan masih banyak lainnya.

Tabel .4.

Fasilitas yang Ada di Lombok Syariah Hotel

Fasilitas Hotel	Fasilitas Kamar
Meeting room 40-100pax	Air Conditioner
Musholla	TV Full Channel
Parking Area	Electric Kettle
Waiting Room Area	Coffee Tray (Deluxe & VIP)
Publik Toilet	Qiblat Sign
Shuttle Bus (Airport -Hotel)	Quran & Sajadah

⁴⁰

Sejarah LombokSyariah Hotel, blob
<https://web.whatsapp.com/LombokSyariahHotel//>

Sepeda Statis	Mineral Water
Gym	-

Sumber: Lombok Syariah Hotel (2023)

Adapun fasilitas yang di sediakan Lombok Syariah Hotel di antaranya Meeting room 40-100pax, Musholla, Parking Area, Waiting Room Area, Publik Toilet, Shuttle Bus (Airport - Hotel), Sepeda Statis, Gym.

Sedangkan fasilitas kamar yang di tawarkan seperti Air Conditioner, TV Full Channel, *Electric Kettle*, Coffee Tray (Deluxe & VIP), arah Qiblat, Quran & Sajadah, Mineral Water.⁴¹

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa Lombok Syariah hotel didominasi oleh pekerja yang melakukan perjalanan dinas ke Lombok Timur dan wisatawan.

Adapun beberapa ulasan *review* dari Konsumen Lombok Syariah Hotel

Tabel .5.

Tanggal	Nama pengunjung	Rating
17 FEBRUARI 2020	Nur F.	9.4
3 MARET 2020	Prianggoro V.	8.8
5 JULI 2020	Teguh H.	8.5
5 AGUSTUS 2020	Romolih S.	9.4
31 AGUSTUS 2020	Dini A.	9.4
14 SEPTEMBER	Kunto A.W.	8.5

⁴¹ Lombok Syariah Hotel (2023)

2020		
8 OKTOBER 2021	Sumardan	8.5
20 DESEMBER 2021	Fur Q.	9.7
27 JANUARI 2022	Jerry P.	9.1
11 JULI 2022	Roli A.	9.4
14 JULI 2022	Mriana P.	9.4
27 JULI 2022	Andajani	6.4
29 AGUSTUS 2022	Sugeng P.	9.7

Sumber: Lombok Syariah Hotel 2023

Dari data di atas menunjukkan jumlah *Reviewer* Pelanggan yang sudah menginap di Lombok Syariah Hotel menunjukkan grafik yang meningkat.

Dari hasil ulasan pelanggan dapat disimpulkan bahwa banyak pelanggan suka menginap, rata-rata rating ulasan yang diberikan oleh pelanggan mencapai 8-9 /10. Namun ada juga beberapa pelanggan yang memberikan ulasan kurang baik.

Hotel ini memiliki kebijakan untuk tidak menerima reservasi yang dibuat oleh pasangan non-menikah dalam satu kamar. Pasangan yang sudah menikah harus memiliki dan memperlihatkan identitas diri seperti KTP suami-Istri dengan alamat yang sama / fotokopi Buku Nikah / foto-foto pernikahan pada saat registrasi (check-in).

Pihak hotel berhak untuk membatalkan/menolak reservasi tanpa adanya pengembalian biaya pemesanan jika tamu tidak dapat/menolak menunjukkan kartu identitas yang diminta. Semua kamar Non Smoking Rooms (Tidak boleh merokok di dalam kamar).

Data Jumlah Pengunjung Lombok Syariah Hotel

Tabel .5.

BULAN	JUMLAH
DESEMBER 2022	27

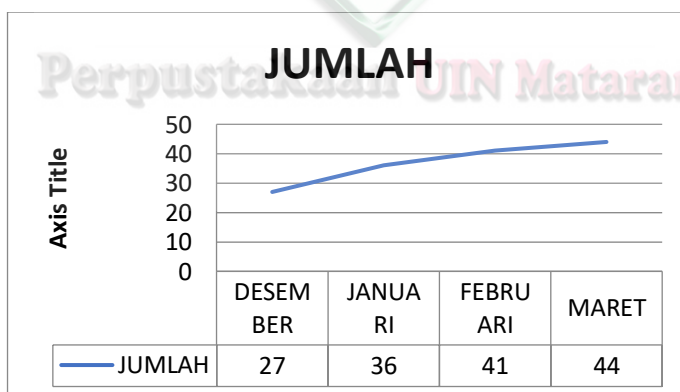
Sumber: Lombok Syariah Hotel 2023

BULAN	JUMLAH
JANUARI 2023	36
FEBRUARI 2023	41
MARET 2023	44

Jumlah pelanggan yang ada di hotel selama 4 bulan terakhir menunjukkan peningkatan, di bulan desember jumlah pengunjung mencapai 27 orang, bulan januari sebanyak 36 orang, february 41 orang dan bulan maret sebanyak 44. Jadi, total jumlah pelanggan dalam 4 bulan terakhir mencapai 148 orang.

contoh Grafik data pengunjung

Grafik.2.



Dari grafik diatas, dapat di simpulkan bahwa jumlah pengunjung Lombok Syariah Hotel selama 4 bulan meningkat.

C. Persepsi Pelanggan Terhadap Harga dan di Hotel Lombok Syariah Lombok Timur

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan.⁴²

Harga sendiri merupakan suatu permainan dalam pemasaran, apabila harga yang ditetapkan oleh penjual terlalu tinggi maka harga tersebut tidak mampu terjangkau oleh konsumen atau customer, akhirnya akan berdampak pada lesu atau menurunnya pemasaran suatu produk di perusahaan tersebut. Sebaliknya ketika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut terlalu rendah maka akan berdampak pada rendahnya tingkat profitabilitas serta konsumen menganggap barang yang ditawarkan dengan harga rendah tersebut merupakan barang lama atau barang yang kualitasnya buruk. Karena harga dari suatu barang itu dapat mencerminkan kualitas yang dimilikinya. Selain dalam bauran pemasaran yang terdiri dari Product, Place, Price, serta Promotion, unsur Price atau harga ini merupakan suatu unsur yang bisa mendatangkan tingkat profitabilitas bagi perusahaan. Karena unsur lainnya akan

⁴² Christy Jacklin Gerung, dan Sjendry Loindong, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado”, Jurnal EMBA Vol 5 No .2, 2017

menambah pengeluaran dari suatu perusahaan menjadi lebih besar⁴³

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa Lombok Syariah hotel didominasi oleh pekerja yang melakukan perjalanan dinas ke Lombok Timur dan wisatawan. Selama proses wawancara berlangsung, di peroleh informasi bahwa hotel ini memiliki harga yang cukup memuaskan, standarisasi kebersihan hotel yang sangat memuaskan. Mbak Iin selaku kepala resepsionis menyampaikan masalah harga, bahwa:⁴⁴

“Dari segi harga kita melihat dari *review* ulasan pelanggan, harga yang kami berikan sudah mencakup sumber daya manusia (SDM) Lombok timur yang bisa di terima oleh pelanggan dan sampai sejauh ini tidak ada keluhan dari pelanggan.

Adapun alasan Mas isandar gading memilih lombok syariah hotel sebagai tempat menginap yaitu:⁴⁵

”Hotel ini memiliki parkir luas, jauh dari kebisingan, dan untuk akses ke super market. Masalah harga juga sebanding dengan kualitas layanannya. Akan tetapi *hot water* di kamar tidak berfungsi dengan baik”.

Selain itu mas said yang melakukan perjalanan dinas ke Lombok Timur juga berpendapat tentang kualitas harga dan kualitas pelayanan yaitu:⁴⁶

“Masalah harga yang diberikan oleh hotel ini cukup standar dan para pelayanan kamarnya sangat ramah dalam mengurus kebutuhan pengunjung dan dlam

⁴³ Hesti Ratnatiningrum, “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Jenis Pertalite di Kota Yogyakarta”, (Yogyakarta: Univesitas Sanatha Dharma 2016),

⁴⁴ Iin, *Wawancara*, Lombok Syariah Hotel, 4 Maret 2023.

⁴⁵ Isnandar Gading Mas, *Wawancara*, Lombok Syariah Hotel, 6 Maret 2023.

⁴⁶ Said, *Wawancara*, Lombok Syariah Hotel, 10 Maret 2023.

memberikan pelayanan, namun ada beberapa peralatan yang masih kurang seperti tidak adanya telepon di kamar sehingga jika butuh sesuatu harus ke resepsionisnya”.

Selain itu tanggapan Mbak Iin menyampaikan dalam memberikan kualitas layananan Lombok Syariah Hotel kepada konsumen,yaitu:⁴⁷

“Kepuasan konsumen sangat berpengaruh penting, karena kualitas layanan adalah nomer satu bagi kami yang menyediakan akomodasi. Jadi, apapun kritikan atau saran sebisa mungkin kami menampung untuk lebih baik lagi kedepannya.

D. Analisis Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Layanan di Hotel Lombok Syariah Lombok Timur

Kualitas layanan merupakan standar keberhasilan pelayanan yang ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan. Sedangkan tingkat kepuasan penerima akan dapat di peroleh apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Dengan demikian maka kebutuhan penerimaan layanan harus sebisa mungkin dipenuhi agar di peroleh kepuasan.⁴⁸

Kualitas pelayanan sebagai tolak ukur seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dapat sesuai ekspektasi konsumen. Menurut definisi tersebut, kualitas pelayanan dilihat dari kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasinya.

⁴⁷ Iin, *Wawancara*, Lombok Syariah Hotel, 4 Maret 2023.

⁴⁸ Ratinto dan Atik, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar 2008), hlm. 51

Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan pengiriman untuk mengimbangnya harapan konsumen, yaitu kesesuaian antara harapan dan persepsi manajemen, terdapat kecocokan antara persepsi harapan konsumen dengan standar kerja pegawai, terdapat kesesuaian antara standar kerja pegawai dengan pelayanan yang diberikan disediakan dengan layanan yang dijanjikan dan kompatibilitas antara layanan diterima dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.⁴⁹

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa Lombok Syariah hotel didominasi oleh pekerja yang melakukan perjalanan dinas ke Lombok Timur dan wisatawan. Selama proses wawancara berlangsung, di peroleh informasi bahwa hotel ini memiliki pelayanan yang sangat ramah dan baik serta melakukan pekerjaan yang sangat cepat ketika mendapat panggilan, dapat di lihat dari hasil wawancara berikut:

Sebagaimana yang dikatakan oleh mbak Nova selaku pelanggan Lombok Syariah Hotel:

“Hotel ini memiliki halaman yang luas dan sangat nyaman untuk bersantai, Alhamdulillah selama saya menginap di Hotel pelayanan yang di berikan cepat dan sangat memuaskan termasuk standarisasi dan kebershian cukup baik.⁵⁰

Mbak tari juga berkomentar tentang harga dan kualitas layanan di Lombok Syariah Hotel, yaitu:

“Saya menginap dua hari disini, hotel ini di luar ekspetasi saya. Sebab selain nyaman, pelayanannya juga ramah dan cepat di saat

⁴⁹ Dian Ekaa, Yulia Hamdani Putri, “Kualitas Pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya , *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Menurut Sunyoto (2012), Vol.16 Nomor 2, 2018

⁵⁰ Nova, *Wawancaea*, Lombok Syariah Hotel, 4 Maret 2023.

saya meminta bantuan. Harga yang ditawarkan juga sesuai dengan isi kantong. Menu sarapan pun bervariasi setelah dua hari saya menginap disini. Namun saran saya, fasilitas yang ada di kamar di lengkapi seperti telepon, pemandian air panas (*Hot Water*) di perbaiki”.⁵¹

“Saya menginap disini untuk melakukan perjalanan bisnis, terkait masalah layanan disini memberikan pelayanan yang sangat luar biasa dan sangat ramah kepada pelanggan hotel”.⁵²



Perpustakaan UIN Mataram

⁵¹ Tari, *Wawancaea*, Lombok Syariah Hotel, 8 Maret 2023.

⁵² Ibu citra, *Wawancaea*, Lombok Syariah Hotel, 8 Maret 2023.

BAB III

PAPARAN DATA, TEMUAN DATA, PEMBAHASAN

A. Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Harga Hotel Syariah

Dari hasil wawancara yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, Pada bab ini peneliti akan mencoba untuk menguraikan hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan data dokumentasi yang sesuai dengan data di lapangan. Dalam pembahasan ini, peneliti juga menjelaskan pandangan konsumen terhadap harga dan kualitas layanan di Lombok Syariah Hotel.

Jumlah pengunjung yang berkunjung ke Lombok Syariah Hotel dengan berbagai tujuan. Adapun upaya yang dilakukan oleh pihak hotel agar bisa mengetahui persepsi pelanggan mengenai harga dan kualitas layanan pada Lombok Syariah Hotel, yaitu meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi

Jika sumber daya meningkat, maka akan meningkatkan jumlah pelanggan dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa pengunjung dan resepsionist Lombok Syariah Hotel, dengan mengguakan teori perilaku konsumen, harga, kualitas layanan, dan persepsi pelanggan. Berikut penjelasan di antaranya :

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu bagian dari aktivitas-aktivitas kehidupan manusia, termasuk segala sesuatu yang teringat olehnya akan barang atau jasa yang dapat diupayakan sehingga ia akhirnya menjadi konsumen.⁵³ Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja

sehari-hari tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah SWT. Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah SWT dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat akhirat.⁵⁴

Perilaku manusia sebagai standar dalam menjalani kehidupan sehari-hari, dan semuanya sudah diatur dalam ajaran Islam. Agama Islam tidak membenarkan penganutnya bersifat materialistis dan pemboros. Firman Allah yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اَكْلُوْا وَشَرِبُوْا
وَلَسْتُمْ تُسْرِفُوْنَ اِنَّهٗ لَ يَحْبُبُ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: "Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan, Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihlebihan." (Q.S. Al- A'raf ayat: 31).

Seperti halnya wisatawan dan para pelaku bisnis yang membutuhkan akomodasi penginapan yang sudah merasa cocok, mereka akan mempromosikan kembali Lombok Syariah Hotel kepada rekan yang berkunjung atau melakukan perjalanan bisnis ke Lombok Timur.

2. Harga

Jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk, meliputi: harga, diskon, potongan, syarat kredit, periode pembayaran. Dalam konsep Islam harga ditentukan oleh mekanisme Pasar, yakni bergantung pada ketentuan permintaan dan penawaran itu harus berlangsung secara sukarela. Ini berarti tidak ada yang menganiaya dan dizalimi.⁵⁵

⁵⁴ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2009), hal. 12

⁵⁵ Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Satu Nusa, 2011), hlm. 22

Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Penetapan harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran. Dalam menetapkan harga jual dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti:

- 1) Penetapan harga jual oleh pasar yang artinya penjual tidak dapat mengontrol harga yang dilempar dipasaran. Harga ditentukan oleh mekanisme penawaran dan permintaan dalam keadaan seperti ini penjual tidak dapat menetapkan harga jual yang diinginkan
- 2) Penetapan harga jual yang dilakukan oleh pemerintah, artinya pemerintah berwenang menetapkan harga barang dan jasa terutama menyangkut masyarakat umum. Perusahaan tidak dapat menetapkan harga jual barang sesuai kehendaknya.
- 3) Penetapan harga jual yang dicontoh oleh penjual oleh perusahaan, maksudnya harga ditetapkan sendiri oleh perusahaan. Penjual menetapkan harga dan pembeli boleh memilih, membeli atau tidak. Harga ditetapkan oleh keputusan atau kebijaksanaan dalam perusahaan.⁵⁶

Harga adalah jumlah uang yang atas suatu produk jasa. Harga adalah salah satu elmen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elmen lainnya melambangkan biaya. Harga bersifat *fleksibel*, artinya dapat berubah dengan cepat.⁵⁷

⁵⁶Soemarsono, *Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual* (Jakarta: Rieneka Cipta, 1990), hlm.17

⁵⁷ Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (ed), (Jakarta: Erlangga, 2008).

Oleh sebab itu, sebaiknya dalam penentuan harga tidak mengambil keuntungan terlalu besar, karena akan menimbulkan kerugian disalah satu pihak. Dalam QS. Al Imran: 130 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya:“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungannya.

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan (*al-‘adl/justice*), termasuk juga dalam penentuan harga. Terdapat beberapa terminologi dalam bahasa arab yang maknanya menuju kepada harga yang adil ini. Antara lain: si’r al- mitsl, tsaman al mitsl dan qimah al-‘adl. Istilah qimah al’adl (harga yang adil) pernah digunakan dalam Rasulullah SAW, dalam mengomentari kompensasi bagian bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil (shahih muslim).⁵⁸

Syariah Lombok Hotel mempunyai 12 kamar dan terbagi menjadi 3 type kamar. Diantaranya, pertama Standart Room (single bed) 350 ribu /malam, kedua superior room (king bed) 450 ribu/malam-500 ribu/malam dan type dan yang terakhir Twins Bed Room (doubel bed) 450 ribu/malam termasuk dengan sarapan. Mengenai harga, tidak ada keluhan yang berarti dari beberapa pelanggan yang sudah di wawancarai.

Jadi, persepsi pelanggan mengenai harga yang di tawarkan oleh Syariah Lombok Hotel masih bisa di jangkau oleh pengunjung hotel. Baik itu wisatawan atau

⁵⁸Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, Cetakan Keempat, Hadis Nomor 1314, Bab Al-Buyuu’*, (Jakarta:Robbani Press,2004),h.316

pengunjung yang melakukan perjalanan bisnis. Dan dari beberapa hasil wawancara.

B. Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap kualitas layanan di Hotel Syariah

Lombok Syariah Hotel memiliki pelayanan yang ramah, bisa kita lihat dari kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan

Layanan adalah suatu perbuatan atau penampilan yang dapat ditawarkan oleh suatu partai kepada yang lain yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Ini mungkin atau mungkin tidak diikat pada suatu produk fisik.⁵⁹

Jasa pelayanan bukanlah suatu kegiatan yang dilakukan dengan suatu pekerjaan dan bukan hanya dijalankan melalui iklan-iklan semata, dengan kata lain kegiatan, pelayanan ini harus dibuktikan dengan pekerjaan yang nyata dan dapat dirasakan hasilnya. Sehingga konsumen, pelanggan, klien, atau anggota akan merasakan hasilnya setelah mereka mendapatkan pelayanan yang diberikan.

Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa:

إِيَّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ

Artinya : (“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu

⁵⁹Philip Kotler, Marketing Management : An Asian Perspective (Jakarta: Prenhallindo, 1999), hlm. 168.

nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”). (Al-Baqarah ayat 267).⁶⁰

Dari hasil penelitian yang di lakukan, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang di berikan oleh Syariah Lombok Hotel sangat baik, cepat tanggap, dan ramah-tamah. Hanya saja yang masih menjadi kendala di Hotel ini adalah disaat membutuhkan sesuatu harus ke resepsionis dulu.

2. Persepsi Pelanggan

Persepsi memegang peranan penting dalam konsep penempatan atau penentuan posisi karena manusia menafsirkan suatu produk atau merk melalui persepsi. Persepsi adalah suatu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam menanggapi kehadiran berbagai aspek dan gejala yang ada di sekitarnya.⁶¹

Persepsi konsumen adalah suatu proses yang membuat seseorang memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan rangsangan – rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya. (Mia Lestari Sholihat). Dari definisi tersebut di atas, kita mengetahui bahwa seseorang termotivasi untuk membeli adalah dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi yang dihadapinya, sedangkan apa yang dipersepsikan seseorang dapat cukup berbeda dari kenyataan yang objektif. Individu-individu mungkin memandang pada suatu benda yang sama tetapi mempersepsikan atau mendeskripsikannya secara berbeda.

Dalam ekonomi Islam kepuasan dikenal dengan masalah, dengan pengertian tepenuhi kebutuhan baik

⁶⁰ <https://www.merdeka.com/quran/al-baqarah/ayat-267>

⁶¹ Rhenald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting dan Positioning* (Jakarta: Gramedia, 2007), 523.

bersifat fisik maupun spiritual. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan nonfisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun secara memperolehnya, tidak bersikap israf (royal) dan tabzir (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi.

Dalam perspektif Islam, yang menjadi tolok ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.⁶²

Sifat profesionalisme digambarkan dalam surat Al-Isra ayat 84 :

□ **فَلَنْ كُلُّ يَعْْمَلُ عَلَى شَاكِلَتِهِ فَرُبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَى سَبِيلًا**

Artinya: Katakanlah (Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing.” Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.

Adapun persepsi pengunjung di Lombok Syariah Hotel, pelayanan yang sangat ramah, memberikan fasilitas lengkap, cepat dalam memberikan pelayanan. Harga yang di tawarkan juga sesuai dengan isi kantong pengunjung yang menginap. Pelayan juga mengatakan harga yang di tawarkan oleh Lombok Syariah Hotel sudah mencukup

⁶² Ade Tri Putra, “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Peraturan Umum Instalasi Listrik PT Konsul Perdana Indonesia wilayah Bengkulu”, (*Skripsi*, FEBI Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2016), hlm. 22.

SDM Lombok Timur dan sudah di terima dari pengunjung. Seperti dengan pelayanan yang memuaskan para pengunjung.

Akan tetapi ada beberapa yang masih menjadi kendala di Lombok Syariah Hotel diantaranya, jika membutuhkan pelayanan harus menuju ke meja resepsionis terlebih dahulu, telepon di kamar masih belum tersedia, dan keran air panas (*Hot Water*) masih bermasalah. Semoga kedepan bisa di tanggulangi oleh pihak Lombok Syariah Hotel.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun upaya yang dilakukan oleh pihak hotel agar bisa mengetahui persepsi pelanggan mengenai harga dan kualitas layanan pada Lombok Syariah Hotel, yaitu meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi. Jika sumber daya meningkat, maka akan meningkatkan jumlah pelanggan dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa pengunjung dan resepsionis Lombok Syariah Hotel, dengan menggunakan teori perilaku konsumen, harga, kualitas layanan, dan persepsi pelanggan..

Jasa pelayanan bukanlah suatu kegiatan yang dilakukan dengan suatu pekerjaan dan bukan hanya dijalankan melalui iklan-iklan semata, dengan kata lain kegiatan, pelayanan ini harus dibuktikan dengan pekerjaan yang nyata dan dapat dirasakan hasilnya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Syariah Lombok Hotel sangat baik, cepat tanggap, dan ramah-tamah.

Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Adapun persepsi pengunjung di Lombok Syariah Hotel, pelayanan yang sangat ramah, memberikan fasilitas lengkap, cepat dalam memberikan pelayanan.

Adapun harga yang ditawarkan oleh Lombok Syariah Hotel sudah mencakup SDM Lombok Timur dan sudah diterima dari pengunjung. Akan tetapi ada beberapa yang masih menjadi kendala di Lombok Syariah Hotel diantaranya, jika membutuhkan pelayanan harus menuju ke meja resepsionis terlebih dahulu, telepon di

kamar masih belum tersedia, dan keran air panas (*Hot Water*) masih bermasalah. Semoga kedepan bisa di tanggulangi oleh pihak Lombok Syariah Hotel.

B. Saran

1. Syariah Lombok Hotel disarankan agar lebih meningkatkan Sarana dan Prasarana nya seperti melengkapi telepon didalam kamar agar pengunjung yang ingin meminta pelayanan tidak perlu ke resepsionis dan air panas (*Hot Water*) di perbaiki agar pengunjung bisa mandi dan beristirahat dengan tenang dan nyaman.
2. Penulis menyadari bahwa pada penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Namun penulis tetap berharap dengan adanya penelitian ini dapat menambah rujukan sumber rujukan untuk penelitian selanjutnya dengan tema yang sama namun fokus penelitian yang berbeda dan menjadi bahan evaluasi kita bersama.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Tri Putra, “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Peraturan Umum Instalasi Listrik PT Konsul Perdana Indonesia wilayah Bengkulu”, (*Skripsi*, FEBI Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bengkulu, 2016),
- Ahmad Nasrudin, “Persepsi Pelanggan” cerdasco.com/persepsi-pelanggan, diakses pada juli 14, 2019
- Andre Olivier, "Tingkat Kualitas User Experience”, dalam <https://glints.com/id/lowongan/persepsi-konsumen/#.ZCFcb3ZBzIU>, di akses tanggal 20 Januari 2021
- Ayu Nanda Nurul Aini, “Pentingnya Etika Pelayanan Bagi Pramusaji Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Makanan dan Minuman di Hotel Lombok Garden Mataram, (*Skripsi*, Uin Mataram, 2020.)
- Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008).
- Burhan bungin, “*Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Ilmu Sosial Lainnya*”, (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2010),
- Christy Jacklin Gerung, dll, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail di PT. Wirawan Manado, *Jurnal EMBA*, Vol. 5 Nomor 2, 2017
- Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Satu Nusa, 2011).
- Dian Ekaa, Yulia Hamdani Putri, “Kualitas Pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya , *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Menurut Sunyoto (2012), Vol.16 Nomor 2, 2018

- . Sunardi, dan Sri Handayani, “*Jurnal Ekonomi dan Perbankan syariah*, Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia
- Emik Iriyanti1, “Nurul Qomariah, Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember”,*Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol 2. Nomor 1, Maret 2019.
- Emzir, Metode Penelitian Kualitatif (ed.), *Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, “*Pemasaran Strategi*(ed), (Yogyakarta: ANDI, 2012).
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga (ed.), (Yogyakarta: Bayu Media publishing, 2008)
- Fatoni Ahmad, “Studi Komparasi Persepsi Wisatawan terhadap Strategi pada Hotel Berbintang dan Tidak Berbintang”, (*Skripsi*, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017).
- Haeran, SS, M.Hum, *Metode Penelitian Bidang Muamalah Ekonomi Dan Bisnis*, (Bandung: Media Sains Indonesia 2021).
- Hanif Aidhil Alwana, Al-Manahij, “konstruksi Epistemologi Fikih Pandemik: Analisis Fatwa-Fatwa MUI”, *Jurnal Kajian Hukum Islam*, Vol.15 Nomor 1, Juni 2021
- <https://travel.tempo.co/read/1488776/ini-perbedaan-hotel-syariah-dengan-hotel-konvensional>
- <https://www.merdeka.com/quran/al-baqarah/ayat>
- <https://www.merdeka.com/quran/al-baqarah/ayat-267>
- Imam Gunawan, ”Metode Penelitian Kualitatif (ed.), *Teori dan Praktik*, (Jakarta:
- Jeni Susyanti, *Pengelolaan Lembaga Keuangan syariah*, (Malang: Empat Dua Media, 2016).
- Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (ed), (Jakarta: Erlangga,

- Kotler dan Keller, “Manajemen Pemasaran”, Dalam Pengertiannya (ed.), *Edisi 12*, (Jakarta: Erlangga, 2012,).
- Lexy J. Moleong “*Metodologi Penelitian Kualitatif*(ed), (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013).
- Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*(ed.) , (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada,
- Muhammad Ihdal Karomi, Firman Koma Febdilan, “Strategi Pemasaran Hotel Pasca Bencana Gempa Bumi Di Hotel Kota Mataram Dan Daerah Istimewa Yogyakarta” , *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, Vol 6. Nomor 2, Oktober 2020
- HM.Syamyudin, “Cinta Dan Toleransi Pereaktif Fethullah Gulen”, *Jurnal Edu islamik*, Vol.5, Nomor 2, September 2013..
- <https://shafiec.unu-jogja.ac.id/2022/07/halal-tourism-1-definisi-ruang-lingkup-dan-potensi-pengembangan-wisata-halal\Madani Mataram>), Vol. 7 No. 2, *Jurnal Schemata*, Desember 2018
- Nova, *Wawancara*, Lombok Syariah Hotel, 4 Maret 2023.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010).
- Philip Kotler, Edisi Milenium (ed.), *Marketing Management*, (Inc New Jersey: Prentice Hall Intl, 2000).
- Ratinto dan Atik, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar 2008).
- Rhenald Kasali, “*Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting dan Positioning*”, (Jakarta: Gramedia, 2007), 523.
- Salma Durroh Salsabilati, “*Analisis strategi Bersaing Namira Hotel Syariah Dengan Porter Five Forces*”, (*Skripsi*, FEB UI Indonesia, April 2018)
- Sejarah Lombok Syariah Hotel, blob [https://web.whatsapp.com/Lombok Syariah Hotel//](https://web.whatsapp.com/Lombok%20Syariah%20Hotel/)
- Soderlund, M, and O hman, N , “Behavioral intentions in satisfaction research revisited.”*Journal of Consumer*

satisfaction, dissatisfaction and complaining behavior, 2003.

Sri Ismiati, “*Analisis Pertumbuhan Hotel Dengan Label Syariah*” (Studi Kasus Hotel Grand)

Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis* (ed.), (Bandung: Alfabeta, 2007).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods* (ed.), (Bandung: Alfabeta, 2015).

Sukandar Rumaedi, *Metodologi Penelitian:Petunjuk Praktis Untuk Pemula*, (Yogyakarta: UGM Press, 2004).

Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, Cetakan Keempat, Hadis Nomor 1314, Bab Al-Buyuu’*, (Jakarta:Robbani Press,2004).

Yuyus Suryana, *Kewirausahaan Pendekatan Karekteristik Wirausahawan Sukses*, (Jakarta: Kencana, 2010).

Zeithaml2003:162,[https://www.kumpulanpengertian.com/2019/01/pengertian-kepuasan pelanggan-menurut.html](https://www.kumpulanpengertian.com/2019/01/pengertian-kepuasan-pelanggan-menurut.html)
(Yogyakarta: PT Dana Bakhti Prima Yasa, 1997).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Lampiran Wawancara

In, *Wawancara*, Lombok Syariah Hotel, 4 Maret 2023.

In, *Wawancara*, Lombok Syariah Hotel, 4 Maret 2023.

Isnandar Gading Mas, *Wawancara*, Lombok Syariah Hotel, 6 Maret 2023.

Said, *Wawancara*, Lombok Syariah Hotel, 10 Maret 2023.

Tari, *Wawancara*, Lombok Syariah Hotel, 11 Maret 2023



Perpustakaan UIN Mataram

1. Pedoman Wawancara

- a. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anda?
- b. Bagaimana cara meningkatkan kualitas layanan sehingga tercapai kepuasan pelanggan
- c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam upaya menciptakan loyalitas pelanggan?
- d. Upaya apa yang harus di lakukan agar standar dalam pelayanan prima terpenuhi demi kepuasan pelanggan?
- e. apa dampak dari pelayanan yang baik di berikan pelanggan terhadap perusahaan?
- f. Apakah pelayanan yang dilakukan oleh hotel ini membuat anda nyaman?
- g. Apakah setelah anda menginap di hotelini, anda akan merekomendasikan hotel ini kepada kerabat atau teman anda?
- h. Menurut anda, apa keunggulan dari hotel ini di banding hotel yang lain?
- i. Apakah pelayanan di hotel ini cepat tanggap atau sangat lama dalam memberikan pelayanan?

Perpustakaan UIN Mataram

2. Lampiran Penelitian

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0370) 621298-622809 Fax. (0370) 626337 Jemberong Mataram
website : <http://febi.uinmataram.ac.id>, email : febi@uinmataram.ac.id

Nomor : 313/Un.12/FEBI/PP.00.9/06/2023
Lamp : 1 (satu) Gabung
Hal : Permohonan Izin Observasi Penelitian

Kepada Yth,
Lombok Syariah Hotel
Di
Tempat

Assalamu'alaikum wr wb.

Dengan hormat, kami mohon diberikan izin meneliti di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : M.juhairul Afkar
NIM : 190501151
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Penelitian : ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP HARGA DAN KUALITAS LAYANAN DI HOTEL LOMBOK TIMUR (Studi Kasus Lombok Syariah Hotel)

Berkenaan dengan itu, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data dan bantuan seperlunya agar kegiatan penelitian mahasiswayang bersangkutan dapat berjalan sebagaimana mestinya.
Data hasil observasi tersebut diperlukan untuk menyusun skripsi.

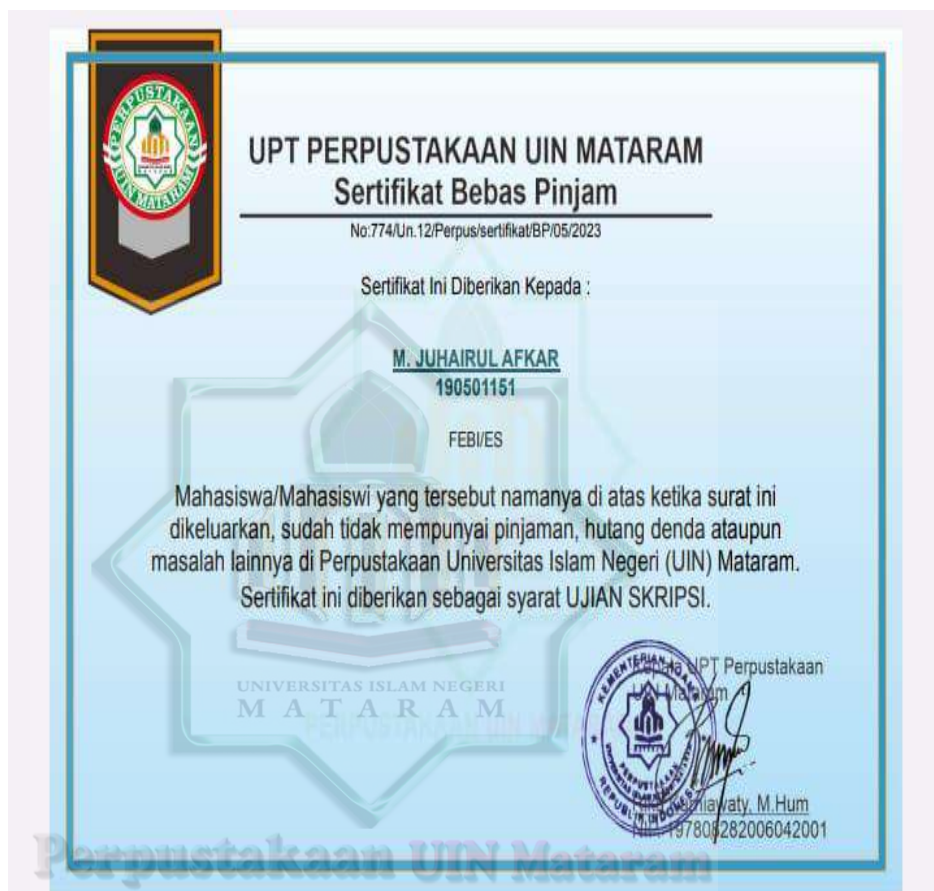
Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr wb.

Mataram, 2 Maret 2023
a.n. Dekan
Wakil Dekan Bid. Akademik dan
Kelembagaan


Dr. Bald El. Badriati, M.E.I

4. Surat Bebas Pinjam Perpustakaan UIN



5. Surat Bebas Pinjam Perpustakaan Provinsi

**PEMERINTAH PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT**
DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN
Jl. Majapahit No. 9 Telp. 0370-631585, 633002 Fax. (0370) 622502 (Pusat)
Jl. Achmad Yani Km. 7 Bertais – Narmada Telp. (0370) 671877 (Depo/ Gudang).
Mataram
Kode Post 83125 (Pusat) Kode Pos 83236 (Depo)

SURAT KETERANGAN BEBAS PINJAM
Nomor: 2911 / DPKP.NTB/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa :

Nama : U. Suhairul Afkar
No. Anggota/NIM :
Pekerjaan/Sekolah : Ukr - Uin Ukr
Alamat : Ukr

adalah pengunjung/anggota perpustakaan pada Dinas Perpustakaan dan Keasipan Provinsi Nusa Tenggara Barat, dan yang bersangkutan tidak mempunyai pinjaman buku.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mataram, 25/05/2023
Kepala Bidang Pelayaran
Perpustakaan dan Kearsipan

Ns. Hj. Lesti Sariyuni, S.Kep., M.Kes.
NIP. 19671228 199003 2 009

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM

Perpustakaan UIN Mataram

6. Sertifikat plagiasi



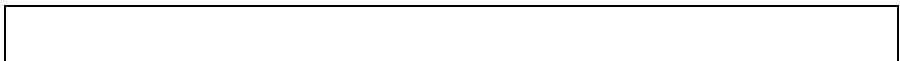
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

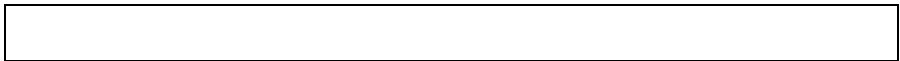
Perpustakaan UIN Mataram

7. Dokumentasi











Perpustakaan **UIN Mataram**