



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA SOFYAN HOTEL CUT MEUTIA**

SKRIPSI

Dhea Putri Ramadanti

1702055021

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JAKARTA
2021



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA SOFYAN HOTEL CUT MEUTIA**

SKRIPSI

Dhea Putri Ramadanti

1702055021

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JAKARTA
2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SOFYAN HOTEL CUT MEUTIA”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, Februari 2021



(Dhea Putri Ramadanti)

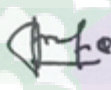
NIM. 1702055021

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**JUDUL : PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS
ISLAM DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
SOFYAN HOTEL CUT MEUTIA**

**NAMA : DHEA PUTRI RAMADANTI
NIM : 1702055021
PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM
TAHUN AKADEMIK : 2020/2021**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Sumardi, S.E., M.Si	
Pembimbing II	Faozan Amar, S.Ag. MM	

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA



Ummu Salma Al Azizah, SE.I., M.Sc

PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul

**PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SOFYAN
HOTEL CUT MEUTIA**

Yang disusun oleh:
Dhea Putri Ramadanti
1702055021

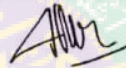
Telah diperiksa dan dipertahankan didepan panitia ujian keserjanaan strata - satu
(S1) Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Pada tanggal. 24 Februari 2021

Tim Penguji:

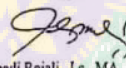
Ketua, merangkap anggota:



(Dr. Ir. H. Yudi Nurhayadi, M.Si)
Sekretaris, merangkap anggota:



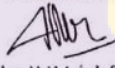
(Ummu Salma Al Azizah, SE.I., M.Sc)
Anggota:



(Dr. H. Ahmadi Rojali, Le., MA., LLM., Ph.D)

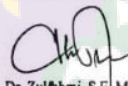
Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA



Ummu Salma Al Azizah, SE.I., M.Sc.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA



Dr. Zulhimi, S.E. M.Si

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhea Putri Ramadanti
NIM : 1702055021
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

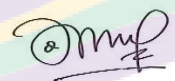
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Hak Bebas **Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PEANGGAN PADA SOFYAN HOTEL CUT MEUTIA”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : Februari 2021
Yang menyatakan



(Dhea Putri Ramadanti)
NIM. 1702055021

RINGKASAN

Dhea Putri Ramadanti (1702055021)

PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SOFYAN HOTEL CUT MEUTIA

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2021. Jakarta.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Sofyan Hotel Cut Meutia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang pernah menginap dan masyarakat yang mengetahui tentang Sofyan Hotel Cut Meutia. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental random sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 90 responden dan yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah menginap dan mengetahui tentang Sofyan Hotel Cut Meutia. Data yang digunakan dalam penelitian menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Sofyan Hotel Cut Meutia. Hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,872 > 1,98761$). Dan penerapan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Sofyan Hotel Cut Meutia. Hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,572 > 1,98761$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yaitu etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Sofyan Hotel Cut Meutia.

Penerapan etika bisnis Islam pada Sofyan Hotel Cut Meutia mampu menciptakan rasa puas dibenak pelanggan. Artinya bahwa semakin baik etika bisnis Islam yang diterapkan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan yang dirasakan pada Sofyan Hotel Cut Meutia. Dan, kualitas pelayanan yang diberikan oleh Sofyan Hotel Cut Meutia sudah baik dan mampu menciptakan kepuasan pada pelanggan. Artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diterapkan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan yang dirasakan pada Sofyan Hotel Cut Meutia.

ABSTRACT

Dhea Putri Ramadanti (1702055021)

**THE IMPLEMENTATION OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS AND
QUALITY OF SERVICE ON CUSTOMER SATISFACTION AT SOFYAN
HOTEL CUT MEUTIA**

Skripsi. Undergraduate Program in Islamic Economics Study Program. Faculty of Economics and Business Prof. Muhammadiyah University. DR. HAMKA. 2021. Jakarta.

Keywords: Islamic Business Ethics, Service Quality, Customer Satisfaction

This study aims to determine the application of Islamic business ethics and service quality to customer satisfaction at Sofyan Hotel Cut Meutia.

The method used in this research is quantitative method. The population in this study are all visitors who have stayed and people who know about Sofyan Hotel Cut Meutia. The sampling technique used is accidental random sampling method. There are 90 responden in this study. They are visitors who have stayed and now know about Sofyan Hotel Cut Meutia. The data used in this study is primary data collected through a questionnaire. The analytical method used in this research is multiple linear regression analysis.

The results show that the application of Islamic business ethics has a positive and significant effect on customer satisfaction at Sofyan Hotel Cut Meutia. It can be seen by the value of $t_{\text{count}} > t_{\text{Tabel}}$ ($2.872 > 1.98761$). And the application of service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at Sofyan Hotel Cut Meutia. It can be seen by the value of $t_{\text{count}} > t_{\text{Tabel}}$ ($5.572 > 1.98761$). So it can be concluded that all independent variables, namely Islamic business ethics and service quality simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction at Sofyan Hotel Cut Meutia.

The application of Islamic business ethics at Sofyan Hotel Cut Meutia is able to create a sense of satisfaction in the minds of customers. This means that the better Islamic business ethics is applied, the higher satisfaction that the customers

get at Sofyan Hotel Cut Meutia. And, the quality of service provided by Sofyan Hotel Cut Meutia is good and able to create customer satisfaction. This means that the better service quality is implemented, the higher satisfaction that the customers get at Sofyan Hotel Cut Meutia.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia menuju alam pencerahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa bimbingan dan peran serta dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Dr. Zulpahmi, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Sumardi, SE., M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak M. Nurrasyidin, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Edi Setiawan, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan III dan IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Ummu Salma Al Azizah, SE.I., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Bapak Faozan Amar, S.Ag. M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

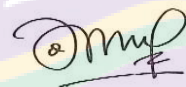
8. (Alm) Papa, Mama, Ka Wati, Ka Rika, Abang Rahmat, Om Seno dan Aa Sofyan yang selalu memberikan doa, dukungan serta semangat yang tiada henti dalam menyelesaikan skripsi.
9. Nia sahabat baikku yang selalu menemani sedari duduk dibangku SMP, yang selalu siap dalam memberikan arahan dan masukan, mendengarkan keluhan dan selalu menyemangati dalam menyelesaikan skripsi.
10. Ka Yati dan Risa yang telah bersama-sama dari semester 1, menyemangati dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi.
11. Afri dan Uking yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
12. Teman-teman Ekonomi Islam angkatan 2017 yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
13. Bangtan Sonyeondan (BTS) terkhusus my bias Kim Seokjin dan Jeon Jungkook yang selalu membuat semangat melalui karya dan pencapaiannya yang menjadi motivasi dalam menyelesaikan skripsi.
14. Kak Indah, Kak Ais, Kak Ayu, Kak Vania dan Kak Yasinta yang sudah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis mohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Jakarta, Februari 2021

Peneliti



(Dhea Putri Ramadanti)

NIM. 1702055021

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
RINGKASAN	vi
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	12
1.2.1 Identifikasi Masalah	12
1.2.2 Pembatasan Masalah	12
1.2.3 Perumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Tinjauan Pustaka.....	26
2.2.1 Sofyan Hotel Cut Meutia	26
2.2.2 Kepuasan Pelanggan.....	31
2.2.3 Etika Bisnis Islam	38
2.2.4 Kualitas Pelayanan.....	43

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	48
2.4 Rumusan Hipotesis	48
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	50
3.2 Operasionalisasi Variabel	50
3.3 Populasi dan Sampel	52
3.3.1 <i>Populasi</i>	52
3.3.2 <i>Sampel</i>	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4.1 <i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	53
3.4.2 <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	54
3.4.2.1 <i>Data Primer</i>	54
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	56
3.5.1 <i>Uji Kualitas Data</i>	56
3.5.1.1 <i>Uji Validitas</i>	56
3.5.1.2 <i>Uji Reliabilitas</i>	57
3.5.2 <i>Statistik Deskriptif</i>	58
3.5.3 <i>Uji Asumsi Klasik</i>	58
3.5.3.1 <i>Uji Normalitas</i>	59
3.5.3.2 <i>Uji Autokorelasi</i>	59
3.5.3.3 <i>Uji Heterokedastisitas</i>	60
3.5.3.4 <i>Uji Multikolinearitas</i>	60
3.5.4 <i>Analisis Regresi Linier Berganda</i>	61
3.5.5 <i>Analisis Koefisien Korelasi (R)</i>	62
3.5.6 <i>Analisis Koefisien Determinasi dan Adjusted R Square (R²)</i>	63
3.5.7 <i>Penguujian Hipotesis</i>	64
3.5.7.1 <i>Uji Signifikasi Parsial (Uji t)</i>	64
3.5.7.2 <i>Uji Signifikasi Simultan (Uji F)</i>	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	68
4.1.1 <i>Lokasi Penelitian</i>	68

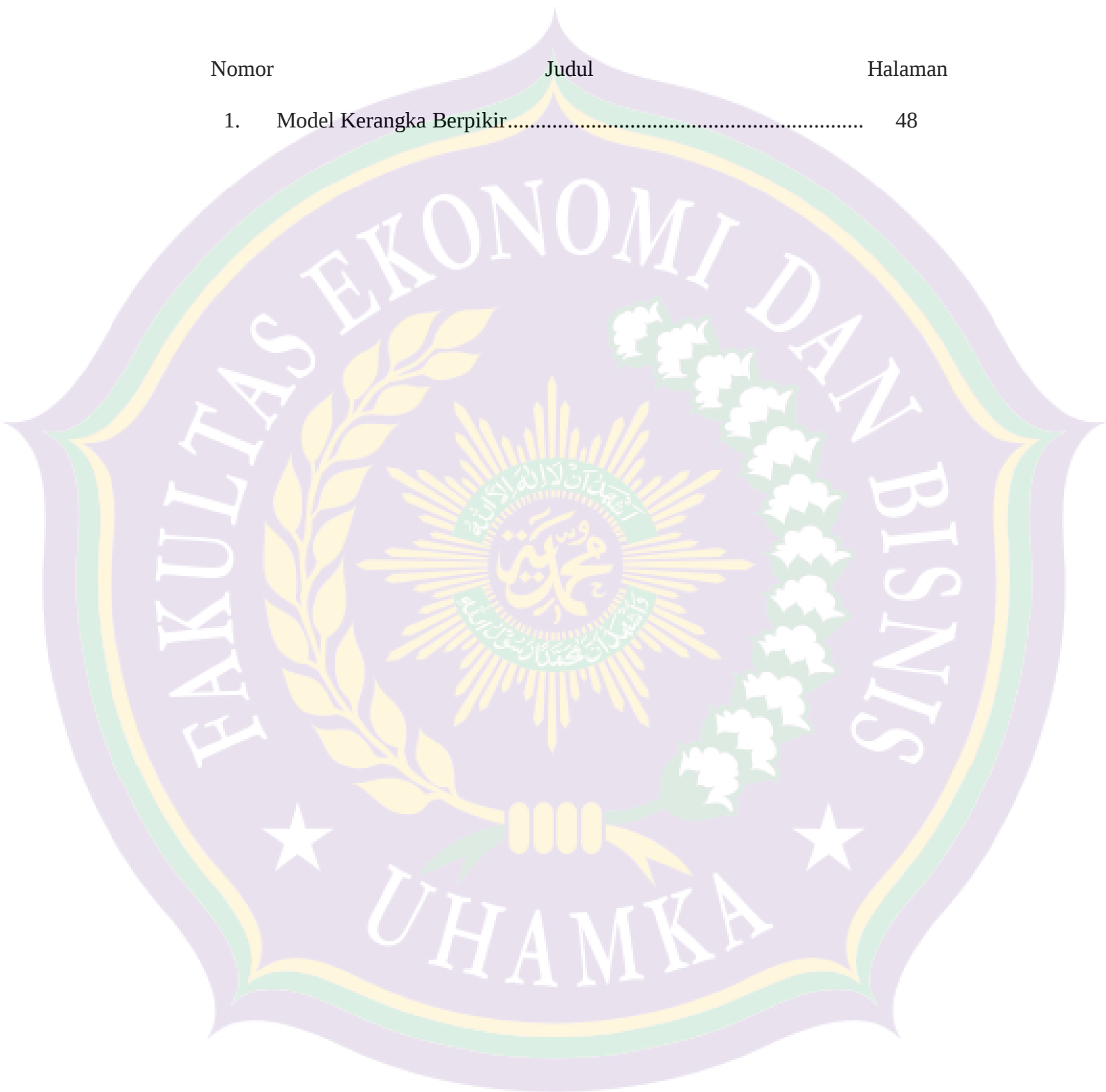
4.1.2 Sejarah Singkat Sofyan Hotel	68
4.1.3 Profil Singkat Sofyan Hotel	70
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan	71
4.2.1 Data Deskriptif Responden	71
4.2.2 Data Deskriptif Hasil Kuesioner Responden	73
4.2.3 Uji Kualitas Data	78
4.2.3.1 Uji Validitas	78
4.2.3.2 Uji Reliabilitas	80
4.2.4 Analisis Statistik Deskriptif	81
4.2.5 Uji Asumsi Klasik	83
4.2.5.1 Uji Normalitas	83
4.2.5.2 Uji Autokorelasi	85
4.2.5.3 Uji Heterokedastisitas	86
4.2.5.4 Uji Multikolinearitas	87
4.2.6 Analisis Regresi Linier Berganda	88
4.2.7 Analisis Koefisien Korelasi (R)	89
4.2.8 Analisis Koefisien Determinasi dan Adjusted R Square (R^2)	90
4.2.9 Pengujian Hipotesis	91
4.2.9.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	91
4.2.9.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	92
4.2.10 Pembahasan Hasil Penelitian dan Interpretasi	93
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu	20
2.	Operasional Variabel Penelitian.....	51
3.	Alternatif Jawaban Menggunakan Skala Likert.....	55
4.	Dasar Keputusan Durbin Watson.....	59
5.	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	63
6.	Jenis Kelamin Responden	71
7.	Usia Responden.....	72
8.	Domisili Responden.....	72
9.	Hasil Jawaban Kuesioner Responden Etika Bisnis Islam (X_1)	73
10.	Hasil Jawaban Kuesioner Responden Kualitas Pelayanan (X_2).....	75
11.	Hasil Jawaban Kuesioner Responden Kepuasan Pelanggan (Y)	77
12.	Hasil Uji Validitas Etika Bisnis Islam (X_1).....	79
13.	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_2)	79
14.	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	80
15.	Hasil Uji Reliabilitas	80
16.	Hasil Analisis Deskriptif	82
17.	Hasil Uji Normalitas	84
18.	Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson.....	85
19.	Hasil Uji Heterokedastisitas-Uji Glejser.....	86
20.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	87
21.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
22.	Hasil Analisis Koefisien Korelasi (R).....	89
23.	Hasil Analisis Koefisien Determinasi dan Adjusted R Square (R^2)	90
24.	Hasil Uji t	91
25.	Hasil Uji F	93

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Model Kerangka Berpikir.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner	1/31
2.	Tabulasi Data	4/31
3.	Statistik Deskriptif	12/31
4.	Hasil Uji Validitas	17/31
5.	Hasil Uji Reliabilitas	20/31
6.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	22/31
7.	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	24/31
8.	Formulir Pengajuan Judul Proposal Skripsi	26/31
9.	Formulir Pengajuan Persetujuan Judul Proposal Skripsi	27/31
10.	Formulir Pengajuan Perubahan Judul Skripsi	28/31
11.	Surat Tugas	29/31
12.	Catatan Konsultasi Skripsi	30/31

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam Islam, pariwisata disebut *rihlah* yang artinya berpindah dari suatu tempat ke tempat lain untuk mencapai suatu tujuan materi. Rihlah adalah perjalanan yang sangat dianjurkan, terutama yang mengandung nilai-nilai ibadah (Ash-Sha'idi 1998 dalam Kholidah, 2014). Pariwisata merupakan salah satu sektor produktif terbesar, yang berkontribusi pada perekonomian bangsa dalam meningkatkan devisa Negara pendapatan, pekerjaan, dan peluang bisnis (Suki et. al., 2015; Putit et. al.2014).

Peningkatan minat pada pariwisata halal sebagian disebabkan oleh pertumbuhan populasi Muslim di seluruh dunia (Mohamed Battour & Mohd Nazari Ismail, 2016). Hal ini didukung dengan Indonesia yang merupakan mayoritas penduduk beragama Islam dan merupakan populasi Muslim terbesar di dunia. BPS (2013) mencatat sebanyak 207.176.162 jiwa penduduk Muslim atau 87,21% dari jumlah penduduk yang ada di Indonesia (www.bps.go.id).

Islam mengatur semua bentuk kegiatan manusia yang termasuk dalam melakukan muamalah dengan memberikan batasan tentang apa yang boleh dilakukan (Halal) dan apa yang tidak diperbolehkan (Haram) (Syihabuddin, 2017). Dalam bisnis Islam, bisnis yang dilakukan harus berlandaskan sesuai syariah atau *Islamic law* (Juliyani, 2016).

Aktivitas bisnis di Indonesia merupakan sesuatu yang penting untuk dikaji, dikarenakan mayoritas penduduknya adalah Muslim. Sehingga, tingkat kesadaran

halal semakin meningkat ditengah masyarakat dan membuat bisnis syariah mengalami perkembangan yang meningkat. Saat ini berbagai bisnis dengan konsep syariah mulai berkembang, salah satunya yaitu bisnis dibidang hotel syariah. Dengan berkembangnya perhotelan syariah maka dapat meningkatkan bisnis syariah yang ada di Indonesia (Janitra, 2017).

Pada saat ini bisnis syariah telah menjadi gaya hidup umat Islam (Kementerian Pariwisata RI, 2016). Salah satu produk berbasis syariah yang cukup berkembang adalah bisnis akomodasi dan perhotelan di Indonesia. Diperkirakan ada sekitar 50 sampai 100 hotel syariah saat ini yang berpotensi di seluruh Indonesia (Sofyan, 2016). Hotel syariah sudah menjadi suatu kebutuhan modern yang diperlukan oleh masyarakat muslim. Tidak sedikit dari hotel yang sering dijadikan sebagai tempat bebas aturan. Hal ini tentu membuat tidak nyaman karena masyarakat muslim ingin mendapat ketenangan saat berada di hotel. Maka, hotel syariah dapat menjadi alternatif atas kondisi yang terjadi.

Definisi hotel syariah dapat ditemukan pada Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha hotel syariah, usaha hotel adalah penyedia akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makanan dan minuman, kegiatan hiburan serta fasilitas lain secara harian dengan tujuan dapat memperoleh keuntungan. Kriteria usaha hotel syariah yaitu klasifikasi yang dapat mencakup aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan yang mengikuti perkembangan kebutuhan dan teknologi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Ratnasari, R. T, 2016). Hotel syariah adalah suatu jasa

akomodasi yang beroperasi dan menganut prinsip-prinsip pedoman ajaran Islam (Henderson, 2010; Basmallah, 2011; Zailani dan Kopeng, 2011; Razalli, Abdullah, dan Hassan, 2012; Samori, Rahman, 2013; Yusof dan Muhammad, 2013; Othman et al., 2015; Ibrahim dan Jamal, 2016).

Jaiz (2016) mengungkapkan bahwa dalam pelayanan syariah mengutamakan pegawai muslim. Staf perempuan dan staf laki-laki tidak boleh digabungkan dalam bekerja atau menjalankan tugas sebagai tim. Staf keamanan perempuan sangat diperlukan untuk menjaga keamanan pada lantai khusus perempuan. Makanan dan minuman yang disajikan hotel harus memenuhi standar halal dan memiliki sertifikat halal. Hotel hanya menyediakan hiburan sesuai dengan hukum syariah seperti nasyid, dan musik tradisional. Selain itu, layanan rekreasi yang diberikan hotel terpisah antara pelayanan rekreasi perempuan dan laki-laki.

Sampai dengan tahun 2018, DKI Jakarta sebagai sentra ibukota tingkat hunian kamar khususnya untuk hotel-hotel yang ada mencapai 66,37%, jika dilihat menurut klasifikasi hotel berbintang, tingkat hunian kamar hotel bintang dua merupakan yang tertinggi yaitu mencapai 74,29%. Sedangkan yang terendah yaitu tingkat hunian kamar hotel bintang empat yang hanya mencapai 68,23% saja (BPS DKI Jakarta, 2018).

Usaha hotel syariah merupakan usaha hotel yang dalam penyelenggaraannya harus memenuhi prinsip-prinsip syariah sebagaimana diatur oleh fatwa dan/ atau telah disetujui oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Penggolongan kegiatan bisnis perhotelan secara syariah, secara spesifik dijelaskan dalam standar hotel syariah dari DSN-MUI, sebagai regulasi dan

pedoman perhotelan syariah. Terdapat tiga aspek yang tercantum dalam peraturan tersebut, yaitu aspek produk, pelayanan dan pengelolaan. Aspek produk terdapat unsur toilet umum, kamar tidur tamu dan kamar spa. Aspek pelayanan terdapat unsur kantor depan, tata graha, makan dan minum, olahraga, rekreasi dan kebugaran, spa dan fasilitas hiburan. Aspek terakhir, yaitu pengelolaan terdapat unsur manajemen usaha dan sumber daya manusia (Janitra, 2017).

Mengingat saat ini usaha dibidang hotel syariah sedang berkembang, maka persaingan antar hotel semakin meningkat sehingga banyak penawaran yang memungkinkan pelanggan atau konsumen berpindah pada produk lain dan pada akhirnya pelanggan akan semakin sulit untuk loyal pada suatu produk tertentu (Wijayanti, 2017). Persaingan yang semakin ketat antar hotel, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Tjiptono, 2008). Dalam meningkatkan efektifitas persaingan maka perusahaan harus menciptakan inovasi secara terus menerus sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Menurut Lovelock dan Wright (2007) kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pascapembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Kepuasan dapat dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler et al. dalam Tjiptono (2008) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia

persepsikan dibandingkan harapannya. Pada dasarnya, kepuasan sangat sulit untuk diukur karena konsep yang sangat luas, kompleks, dan mendalam sehingga kepuasan antar orang akan sangat berbeda (Lucia dan Maroco, 2013). Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim dapat disebut dengan *qana'ah* yang dapat mencerminkan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen Muslim bersikap adil (Muflih, 2006).

Islam menganjurkan dalam suatu bisnis atau perdagangan haruslah beretika. Etika sangat dianjurkan dalam aktivitas bisnis Islam. Salah satu praktek perdagangan yang mendasar dalam kegiatan bisnis (usaha) adalah suka sama suka. Rasulullah saw., sangat menganjurkan pebisnis dalam aktivitas usaha perdagangan berlaku suka sama suka. Sebaliknya, dilarang segala usaha bisnis khususnya dalam aktivitas perdagangan di pasar yang dilakukan pedagang dengan cara yang bathil (diperoleh dengan jalan yang tidak sah), karena sesuatu yang diperoleh dengan bathil dapat berakibat merugikan orang lain dan bisnis itu sendiri. Orang yang merasa dirugikan atau tertipu atas barang yang dijual-belian tidak akan pernah suka karena haknya dikurangi atau dilanggar hal tersebut dapat mengakibatkan pembeli akan memutuskan untuk tidak membeli apa yang diusahakan dalam aktivitas bisnis (Idri, 2015).

Etika secara umum saling berkaitan dengan hotel syariah yaitu sama-sama mengatur tentang bagaimana seorang staf memuliakan tamunya, yaitu seperti etika mengucapkan salam, etika meminta izin serta menyediakan berbagai macam fasilitas dalam rangka memuliakan tamu yang datang ke hotel syariah (Janitra,

2017). Perilaku etis tersebut sangat dibutuhkan ditengah persaingan antar hotel yang saat ini semakin ketat, sebagai upaya dalam menciptakan kepercayaan, kepuasan dan loyalitas dibenak pelanggan. Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi.

Selain etika, kualitas pelayanan juga sangat dibutuhkan mengingat pelanggan atau konsumen mempunyai *needs* dan *wants* yang selalu harus dipenuhi dan dipuaskan. Konsumen selalu mengharapkan untuk mendapatkan pelayanan yang maksimal dari penyedia produk atau jasa, dalam hal ini konsumen ingin diperlakukan secara profesional sehingga memperoleh sesuatu dengan yang diharapkan (Sumarwan et al., 2013).

Supranto (2001) menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dimana produk memenuhi kebutuhan orang yang menggunakannya, oleh karena itu kebutuhan manusia bersifat dinamis, yaitu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Lovelock dalam Tjiptono (2004) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Pemberian pelayanan yang baik kepada konsumen oleh suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan konsumen. Apabila konsumen merasa puas, mereka akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan,

karena semakin disadari kini pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan.

Menurut Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J (2018) peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang diutamakan terhadap pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan kualitas pelayanan yang tinggi, perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan melebihi harapan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan, pelanggan tentu akan semakin puas. Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi perusahaan, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan akan semakin positif bagi masyarakat, khususnya bagi para pelanggan.

Rao dan Sahu (2013) menyatakan bahwa kepuasan yang tinggi dari para tamu hotel dapat dilihat melalui perilaku mereka, seperti kecenderungan mereka untuk kembali menginap di hotel dan menginap di hotel dalam waktu yang lebih lama. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas akan cenderung loyal (Aryani, 2010). Perlu diperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan agar tidak menurun karena menjaga kualitas pelayanan yang prima menjadi modal yang sangat berharga bagi perusahaan dan terciptanya loyalitas pelanggan kepada perusahaan serta kepuasan pelanggan meningkat. Oleh karena itu, tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan. Untuk mengetahui peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan maka perusahaan harus selalu dilakukan secara berkala, artinya pada setiap periode waktu tertentu harus dilakukan penelitian atau

pehitungan dan analisis terhadap kepuasan pelanggan akan pelayanan yang sudah diberikan (Aria & Amalia, 2017).

Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting terkhusus bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Pelayanan ditentukan oleh manajemen yang baik serta sesuai dengan ketentuan akan menjadikan pelayanan menjadi baik, terlebih sesuai dengan syariah agama Islam, sehingga manajemennya menjadi manajemen syariah. Dimana menurut Tho'in (2016) syariah Islam adalah sebuah aturan hukum yang ditetapkan oleh Allah SWT untuk kemaslahatan seluruh ummat manusia.

Pelayanan pegawai restaurant yang diberikan kepada pelanggan harus memiliki 3 (tiga) unsur yaitu, *attitude* adalah sikap atau tingkah laku, perilaku merupakan hasil hubungan antara perangsang dan respon, akhlak seseorang yang biasanya dilakukan berdasarkan hatinya dan menggambarkan sikap bagaimana emosional seseorang yang dapat berubah disebabkan oleh perasaan, keadaan, atau hal yang tidak menyenangkan. *Grooming* adalah penampilan seseorang dari ujung rambut sampai dengan ujung kaki dimulai dari kebersihan tubuh dan kerapian pribadi, cara berpakaian sampai dengan tutur kata, dan sopan santun. *Knowledge* adalah informasi yang diketahui oleh seseorang melalui pengamatan atau informasi yang diberikan oleh orang lain seperti konsep, teori, data, dan lain-lain (Notoatmodjo, 2013).

Banyak faktor dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Gunawan (2013) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah bauran pemasaran dan kualitas pelayanan. Hasil penelitian tersebut didukung oleh

penelitian Faizah dkk (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Harahap (2011) ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur etika bisnis Islam, salah satunya ialah: etika manajemen, etika produksi, etika pemasaran, dan etika lingkungan. Apabila keempat aspek tersebut dilaksanakan secara tepat dapat menciptakan lingkungan perusahaan yang kondusif, yang menyebabkan kinerja karyawan menjadi baik.

Penelitian yang dilakukan Yustinus Riyan Adipura (2016) menyatakan bahwa konsumen yang menerima layanan yang berkualitas, maka dengan demikian ia akan mendapatkan nilai dari produk yang telah dibelinya. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut dianggap baik dan memuaskan. Sehingga menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Faktor-faktor yang mempengaruhi dipilihnya hotel syariah diantaranya (1) lokasi, menurut Lupiyoadi (2006) yaitu keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan para pegawainya akan ditempatkan. Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa depan. Area yang dipilih harus mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga dapat mempertahankan kelangsungan usaha perdagangan dan lainnya. (2) Harga yang sesuai dengan yang didapatkan akan membuat kepuasan bagi konsumen karena telah memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa (Abdul, 2011). Harga yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, dan tergolong harga yang sesuai dengan kondisi pasar. Sehingga harga akan mempengaruhi wisatawan memilih hotel syariah. (3) Produk

merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran dengan menyediakan keseluruhan konsep obyek, baik itu barang atau jasa yang memberikan sejumlah nilai kepada responden (Sunyoto, 2015). Penilaian terhadap produk dan jasa menggambarkan sikap konsumen terhadap produk atau jasa tersebut, sekaligus dapat mencerminkan perilaku konsumen dalam menggunakan atau mengonsumsi suatu produk atau jasa. Sehingga produk akan mempengaruhi wisatawan memilih hotel syariah. (4) Religiusitas dalam Islam yaitu menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah: 208

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”.

Berdasarkan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa seorang Muslim yang beriman akan menjalankan syariat agama seluruhnya sehingga dalam melakukan kegiatan selalu sesuai dengan prinsip agama Islam. Oleh karena itu berkonsumsi tidak hanya memperhatikan segi kebutuhan dan biaya yang harus dikeluarkan tetapi yang paling penting adalah sejauh mana barang yang dikonsumsi akan memberikan manfaat dan berkah secara maksimum. Sehingga religiusitas akan mempengaruhi wisatawan dalam memilih hotel syariah.

Salah satu hotel yang sudah menerapkan prinsip syariah di Indonesia dan telah memenangkan World Halal Travel Award 2015 yang diselenggarakan di Dubai adalah Hotel Sofyan. Hotel Sofyan kini diposisikan sebagai hotel dengan landasan bisnis syariah yang pertama di Indonesia yang mendapat sertifikat dari Dewan

Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor NK 11/KS 001/W PEK/2012 dan Nomor B-459/DSN-MUI/XII/2012 tentang Pengembangan dan Sosialisasi Pariwisata Syariah perlu dilakukan pengaturan mengenai penyelenggaraan usaha hotel syariah. Hotel Sofyan adalah hotel syariah pertama yang telah mencatatkan sahamnya di bursa efek (Rezeki, 2011).

Pertumbuhan bisnis perhotelan dengan konsep syariah di Jakarta dinyatakan cukup baik. Salah satu diantara banyak hotel di Jakarta yaitu terdapat Sofyan Hotel Cut Meutia. Hotel yang memulai perjalanannya pada tahun 1968, telah menciptakan inovasi dalam bisnisnya, Sofyan Hotel mengemukakan orisinalitasnya pada tahun 1992 dengan konsep perhotelan halal. Dalam pelaksanaan bisnis syariah, pada hakikatnya para pelaku bisnis harus mengetahui prinsip-prinsip syariah yang harus dipegang, agar tetap dapat berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan aturan bisnis syariah.

Agar hotel syariah lebih berkembang, yang harus dilakukan adalah menjaga kualitas pelayanan sesuai dengan kriteria pelayanan Islami. Penataan ruangan yang baik dan nyaman, petugas selalu berpakaian rapi dan berpenampilan sopan, mempunyai kemampuan yang baik dalam menjawab semua pertanyaan dari pelanggan atau konsumen, dapat melayani dengan cermat dan teliti, merupakan bentuk kualitas pelayanan yang diharapkan ada pada hotel syariah (Mansyuroh, 2018).

Banyak peneliti yang sudah melakukan penelitian terhadap hotel umum berbintang maupun tidak berbintang. Kebanyakan hotel umumnya tidak menerapkan beberapa aturan syariah, hotel umum hanya memandang bisnis

tersebut sebagai usaha komersil sehingga tidak dengan konsep kekeluargaan untuk kemaslahatan bersama. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di hotel berbasis syariah dengan judul **“Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sofyan Hotel Cut Meutia”**.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka dapat dilakukan identifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Penerapan etika bisnis Islam pada Sofyan Hotel Cut Meutia.
2. Kualitas pelayanan yang diterapkan Sofyan Hotel Cut Meutia.
3. Faktor lokasi yang mempengaruhi keputusan dibangunnya Sofyan Hotel Cut Meutia.
4. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kepuasan pelanggan.
5. Fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh Sofyan Hotel Cut Meutia.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, pembatasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus kepada pengaruh penerapan etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Sofyan Hotel Cut Meutia.
2. Variabel independennya adalah etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan.

3. Responden yang dijadikan sampel yaitu pelanggan yang pernah menginap dan masyarakat yang mengetahui tentang Sofyan Hotel Cut Meutia.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan pembahasan dalam skripsi ini adalah:

1. Apakah etika bisnis Islam berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Sofyan Hotel Cut Meutia?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Sofyan Hotel Cut Meutia?
3. Apakah etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Sofyan Hotel Cut Meutia?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan pelanggan pada Sofyan Hotel Cut Meutia.
2. Untuk menguji kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Sofyan Hotel Cut Meutia.
3. Untuk menguji pengaruh penerapan etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Sofyan Hotel Cut Meutia.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan mengetahui pemecahan permasalahan, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber pengetahuan atau kajian dalam bidang ekonomi Islam, khususnya mengenai perhotelan syariah.

2. Secara Praktis

- 1) Manfaat bagi dunia akademik: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pengetahuan tentang penerapan etika bisnis Islam yang benar dan kualitas pelayanan yang baik sehingga akan menciptakan kepuasan pelanggan pada Sofyan Hotel Cut Meutia.
- 2) Manfaat bagi mahasiswa: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan untuk mahasiswa agar mengerti tentang etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan yang mempegaruhi kepuasan pelanggan di dalam Sofyan Hotel Cut Meutia, sehingga mahasiswa dapat menilai dan merasakan kepuasan dari variabel-variabel tersebut.
- 3) Manfaat praktis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat melalui penerapan yang di paparkan pada pihak-pihak yang berkontribusi dalam perhotelan, juga masyarakat sebagai konsumen pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arista, O. E. (2015). Pengaruh Persepsi atas Corporate Social Responsibility terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi (Survey pada Hotel Bintang V di Yogyakarta). *Skripsi*.
- Azwar, S. (1998). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Bakhri, S., Leliya., & Purnama, L. (2018). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Strategi Pemasaran *Home Industri* Tahu Sari Rasa. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 2, 285-299.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154.
- David Stewart, *Business Ethics* (New York: The Mc Grow Hill Companies Inc, 1996), 47.
- Gera, et. al. (2017). Evaluating the Effects of Service Quality, Customer Satisfaction, and Service Value on Behavioral Intentions with Life Insurance Customers in India. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 8.
- Hafizi, M. R., & Rimbodo, D. S. (2019). Pengelolaan Bisnis Perhotelan Syariah. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 5, 52-66.
- Hamdani, I., Hakiem, H., & Firdawati. Etika Bisnis Islam dan Tingkat Religiusitas Visitor terhadap Keputusan dalam Memilih Hotel Syariah “Sofyan Hotel Betawi”.
- Hashim, M. (2012). Islamic Perception of Business Ethics and the Impact of Secular Thoughts on Islamic Business Ethics. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2, 98-120.
- Hastuti, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Food and Beverage Service terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Syariah. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2, 35-48.
- Huda, N., Zulihar., & Rini, N. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Muslim Memilih Hotel Syariah. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 2, 490-511.
- Husein, U. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali.

- Ismaeel, M., & Blaim, K. (2012). Toward applied Islamic business ethics: responsible halal business. *Journal of Management Development*, 31, 1090-1100.
- Izogo, E. E., & Ogba, I. (2015). Service quality, customer satisfaction and loyalty in automobile repair services sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32, 250-269.
- Kishada, Z. M. E., & Wahab, N. A. (2015). Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking. *International Journal of Business and Social Science*, 6, 110-119.
- Leninkumar, V. (2017). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7, 450-465.
- Maulidya, R. N., Kosim, A. M., & Devi, A. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Bogor. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 11, 221-240.
- Muhammad Djakfar, Etika Bisnis dalam Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hlm. 34-41.
- Muhammad Djakfar, Etika Bisnis Islam, (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 84-85.
- Muhammad, et. al. (2020). The Concept of Business Ethics in Islamic Perspective: An Introductory Study of Small and Medium Enterprises (SMEs). *Entrepreneurship Vision 2020: Innovation, Development Sustainability, and Economic Growth*, 1021-1032.
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 3, 26-38.
- Nerdin., & Ratnawati, A. (2015). Tingkat Customer Loyalty Berbasis Islamic Business Ethic Dan Brand Image. *UNISSULA*, 2, 382-391.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Terhadap Pelanggan (Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6, 1-9.

- Panjaitan, J. E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11, 265-289.
- Pitriani, D., Ibdalsyah., & Hilman, H. (2020). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dan Kualitas Manajemen Pelayanan di Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. *Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam*, 13, 29-41.
- Pratiwi, E. K. (2017). Analisis Manajemen Hotel Adilla Syariah Yogyakarta (Tinjauan Fatwa DSN MUI No: 108/DSN-MUI/X/2016). *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, XII, 75-90.
- Puspitasari, I. (2019). Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang). *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3, 40-51.
- Putit. et. al. (2016). Linking ‘Halal’ Friendly Hotel Attributes and Customer Satisfaction: The Islamic Tourism Sector. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 4, 43-53.
- Polancik, G. (2009). *Empirical Research Method Poster*.
- Rachmarwi, W. (2016). Evaluasi Strategi Bersaing Dalam Industri Hotel Studi Pada Sofyan Hotel Betawi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4.
- Rahardi, N., & Wiliasih, R. (2016). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Hotel Syariah, *Jurnal Syarikah*, 2, 180-192.
- Ranjbarian, B., Sanayei, A., & Kaboli, M, R. (2012). An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Customer Satisfaction and Re-purchase Intention in Iranian Department Stores. *International Journal of Business and Management*, 7, 40-48.
- Salma, F. S., & Ratnasari, R. T. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya. *Jestt*, 2, 322-339.
- Setyaningriani, E. D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Penumpang Shuttle PO. Sumber Alam Jurusan Semarang-Cilacap). *Diponegoro Journal of Social and Politic Science*.
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti

- Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*. 12, 15-25.
- Sofyan Hotel. (2018). Sejarah Sofyan Hotel. <http://sofyanhotel.co.id/sejarah/>. Diakses 31 Januari 2021.
- Sulistyawati, N. M. A., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4, 2318-2332.
- Sumadi. (2017). Peran Manajemen Syariah terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada Rumah Sakit Islam di Kota Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 03, 112-124.
- Susepti, A., Hamid, D., & Kusumawati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu Hotel (Studi tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50, 27-36.
- Syahril, M. (2015). Pengaruh Pelayanan Karyawan dan Fasilitas yang Diberikan Hotel terhadap Minat Pengunjung untuk Menginap (Studi Kasus Pada Hotel Semesta Semarang). *Skripsi*.
- Thungasal, C. E., & Siagian, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Hotel Kasuari. *Agora*, 7.
- Tiakoly, K., Wahab, A., & Syaharuddin. (2019). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Pedagang Barang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama. *Jurnal Iqtisaduna*, 5, 102-123.
- Verinita., & Irza. F. R. (2018). Analisis Persepsi Konsumen terhadap Konsep Hotel Syariah (Sharia-Compliant Hotel) di Hotel Bunda Padang. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (Minds)*, 5, 163-172.
- Winarno, S. H. (2019). Determinan Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Jasa Hotel Syariah di Jakarta (Studi Pada Sofyan Hotel Betawi. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 6, 80-93.
- <https://tafsir.learn-quran.co/id/surat-9-at-taubah/ayat-59>. Diakses pada hari Minggu, 7 Februari 2021, pkl, 14.00 wib.