

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
TAMU HOTEL DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN  
NAMIRA HOTEL SYARIAH YOGYAKARTA**



**SKRIPSI  
DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU  
DALAM ILMU KEUANGAN ISLAM**

**OLEH :**  
**FITRI KARTINI**  
**09390139**

**PEMBIMBING:**  
**1. JOKO SETYONO, SE., M.SI.**  
**2. DRS. SLAMET KHILMI, M.SI.**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UIN SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2013**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi variabel produk, tarif, iklan, lokasi, pelayanan, proses dan sarana fisik terhadap keputusan tamu hotel dalam menggunakan layanan Namira Hotel Syariah. Penelitian ini termasuk penelitian empiris yang diperoleh berdasarkan observasi lapangan. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu hotel yang menginap di Namira Hotel Syariah Yogyakarta (pada tanggal 13 Mei sampai dengan 30 Juni 2013). Sampel sebanyak 100 responden namun yang memenuhi persyaratan sebanyak 83 responden. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan hasil penelitian sebagai berikut persepsi tamu hotel terhadap variabel iklan, dan sarana fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu hotel menggunakan layanan Namira Hotel Syariah. Variabel lokasi, dan pelayanan berpengaruh signifikan lemah terhadap keputusan tamu hotel menggunakan layanan Namira Hotel Syariah, sedangkan tiga variabel lainnya yaitu produk, tarif, dan proses tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu hotel dalam menggunakan layanan Namira Hotel Syariah.

Kata kunci : persepsi variabel produk, tarif, iklan, lokasi, pelayanan, proses dan sarana fisik, keputusan tamu hotel.



**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Hal : Skripsi Saudara Fitri Kartini

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum**

**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Fitri Kartini

NIM : 09390139

Judul Skripsi :**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Layanan Namira Hotel Syariah Yogyakarta**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan/Program Studi Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini mengharapkan agar skripsi/tugas akhir saudari tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya, kami ucapan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 03 Ramadhan 1434 H

10 Mei 2013 M

Pembimbing I

Joko Setyono, SE., M.Si.

NIP. 19730702 200212 1003



**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Hal : Skripsi Saudari Fitri Kartini

Kepada  
**Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum**  
**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**  
di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Fitri Kartini  
NIM : 09390139

Judul Skripsi : **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Layanan Namira Hotel Syariah Yogyakarta**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan/Program Studi Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini mengharapkan agar skripsi/tugas akhir saudari tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya, kami ucapan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 03 Ramadhan 1434 H  
10 Mei 2013 M

Pembimbing II

Drs. Slamet Khilmi, M.Si.  
NIP. 19631014 199203 1 002

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor :UIN.02/K.KUI-SKR/PP.009/384/2013

Skripsi/tugas akhir dengan judul :

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel Dalam Menggunakan Layanan Namira Hotel Syariah Yogyakarta**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Fitri Kartini  
NIM : 09390139  
Telah dimunaqasyahkan pada : 25 Juli 2013  
Nilai : A/B  
dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga

**TIM MUNAQASYAH :**

Ketua Sidang

Joko Setyono, SE., M.Si.  
NIP. 19730702 200212 1 003

Penguji I

Dra. Hj. Widyarini, MM.  
NIP. 19600407 198601 2 002

Penguji II

Sunarsih, SE., M.Si.  
NIP. 19740911 199903 2 001



Noorhadi, MA, M. Phil., Ph.D  
NIP. 19711207 199503 1 002

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitri Kartini  
NIM : 09390139  
Prodi : Keuangan Islam  
Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel dalam Menggunakan Layanan Namira Hotel Syariah Yogyakarta”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat ini saya buat.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta,  
Penyusun,



Fitri Kartini  
NIM: 09390139

## SISTEM TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	b	be
ت	Ta'	t	te
ث	a'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	zal	ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	za'	ڙ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	ڳ	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	ڧ	qi
ڪ	kaf	ڪ	ka
ڦ	lam	ڦ	el
ڻ	mim	ڻ	em
ڻ	nun	ڻ	en
و	wawu	ڻ	w
هـ	ha'	ڻ	ha
ءـ	hamzah	'	apostrof
يـ	ya	ڙ	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة عَدَة	ditulis ditulis	<i>Muta 'addidah</i> <i>'iddah</i>
-----------------	--------------------	---------------------------------------

### C. *Ta' marbutah*

Semua *ta' marbutah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

<b>حكمة</b>	ditulis	<i>hikmah</i>
<b>علة</b>	ditulis	<i>'illah</i>
<b>كرامة الأولياء</b>	ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>

#### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----	Fathah	ditulis	<i>a</i>
-----	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
-----	Dammah	ditulis	<i>u</i>

<b> فعل</b>	Fathah	ditulis	<i>fa 'ala</i>
<b> ذكر</b>	Kasrah	ditulis	<i>zukira</i>
<b> يذهب</b>	Dammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

#### E. Vokal Panjang

1. fathah + alif <b>جاھلیۃ</b>	ditulis ditulis	<i>a</i> <i>jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati <b>تنسی</b>	ditulis ditulis	<i>a</i> <i>tansa</i>
3. Kasrah + ya' mati <b>کریم</b>	ditulis ditulis	<i>i</i> <i>karim</i>

4. D{ammah + wawu mati		
فروض	ditulis	<i>u</i>
	ditulis	<i>furud</i>

## F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	ditulis	<i>ai</i>
بِنْكُمْ	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wawu mati		
قُولْ	ditulis	<i>au</i>
	ditulis	<i>qaul</i>

## G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَأَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعْدَتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

## I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	ditulis	<i>zawi al-furud</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

## MOTTO

وَمَا جَعَلَهُ اللَّهُ إِلَّا بُشْرَى لِكُمْ وَلِتَطْمَئِنَّ قُلُوبُكُمْ بِهِ وَمَا النَّصْرُ إِلَّا مِنْ

عِنْدِ اللَّهِ الْعَزِيزِ الْحَكِيمِ

Dan Allah tidak menjadikan pemberian bala bantuan itu melainkan sebagai khabar gembira bagi (kemenangan) mu, dan agar tenteram hatimu karenanya. Dan kemenanganmu itu hanyalah dari Allah Yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana

(Al-Imran 126)

Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.

- Andrew Jackson

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Karya ini ku persembahkan kepada:**

Ayahanda Moh. Tauhid dan Ibunda Dede Suangsih

Achmad Rosyidin dan Laelatul Faiqoh

Almamater UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadirat Allah SWT berkat Taufiq, Hidayah dan Keajaiban-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN TAMU HOTEL DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN NAMIRA HOTEL SYARIAH YOGYAKARTA.”** Shalawat serta salam senantiasa tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi dari semua Nabi, dan pembawa kesempurnaan agama yakni Islam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa berbagai pihak selama penyusunan sekripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Musa Asy'ari selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Noorhaidi, MA., M.Phil., Ph.D selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dra. Hj. Widyarini, MM. selaku Kaprodi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kritik/saran dalam penelitian ini.
4. Ayah dan Ibu yang selalu mendoakan dan mendukung penulis untuk menjadi orang yang berguna bagi diri penulis dan orang lain. Semoga penulis bisa membahagiakan beliau.
5. M. Ghofur Wibowo, SE., M.Sc., selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dari awal proses kuliah hingga akhir semester.

6. Joko Setyono, SE., M.Si., dan Drs. Slamet Khilmi, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, memberi masukan, dan menyempurnakan penelitian ini.
7. Seluruh pegawai dan staff TU Prodi dan Fakultas di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.
8. Teman-teman BEM-PS KUI 2010/2012 yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan penelitian.
9. Teman-teman seangkatan KUI 2009 yang menemani dalam perjalanan di Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
10. Seluruh sahabat Ashram Bangsa yang selalu mendoakan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
11. Teman-teman Pengurus SEMA-U 2013 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang selalu memberikan motivasi.
12. Semua pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung turut membantu dalam penulisan skripsi ini. Semoga amal baik mereka semua mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah S.W.T., Amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi masih banyak kekurangan. Namun demikian, besar harapan saya agar skripsi ini dapat bermanfaat, untuk para pembaca.

Akhirnya penyusun harapkan semoga banyak yang bisa penyusun sumbangkan untuk Indonesia tercinta.

Yogyakarta,  
Penyusun,

Fitri Kartini  
NIM. 09390139

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
SISTEM TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	vii
HALAMAN MOTTO .....	xii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	xiii
KATA PENGANTAR .....	xiv
DAFTAR ISI .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xix
DAFTAR GAMBAR .....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pokok Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
A. Telaah Pustaka.....	11
B. Kerangka Teoritik.....	13

1. Pengertian Hotel.....	13
2. Pemasaran .....	14
3. Pemasaran Jasa.....	15
4. Bauran Pemasaran.....	17
5. Karakteristik Pemasaran Perspektif Syariah .....	26
6. Perilaku Konsumen .....	29
7. Perilaku Konsumen menurut Pandangan Islam .....	34
8. Tahap Proses Keputusan Konsumen.....	36
C. Hipotesis .....	39
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	46
A. Motode Penelitian .....	46
1. Model Penelitian.....	46
2. Populasi dan Sampel.....	46
3. Teknik Pengumpulan Data .....	47
4. Definisi Operasional Variabel .....	49
5. Pengembangan Instrumen Penelitian.....	52
6. Alat Analisis Data.....	54
B. Gambaran Umum Namira Hote Syariah .....	61
1. Profil dan Sejarah Singkat .....	61
2. Visi dan Misi Hotel Namira Syariah .....	63
3. Tarif Kamar .....	63
4. Struktur Manajemen Namira Hotel Syariah .....	63
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	64
A. Analisis Kualitatif .....	64
1. Profil Responden .....	64
2. Bebagai Informasi Mengenai Konsumen .....	66
B. Analisis Kuantitatif.....	69
1. Uji Validitas .....	69
2. Uji Reliabelitas.....	72

3. Uji Model .....	78
4. Analisis Regresi Berganda .....	81
C. Uji Hipotesis .....	85
D. Interpretasi dan Pembahasan.....	88
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>94</b>
A. Kesimpulan .....	94
B. Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>I</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Pengembangan Instrumen Penelitian .....	53
Tabel 3.2 Tingkat Reliabelitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	56
Tabel 4.1 Modus Profil Responden.....	65
Tabel 4.2 Sumber Pengetahuan Tentang Namira Hotel Syariah.....	66
Tabel 4.3 Identitas yang Diberikan .....	67
Tabel 4.4 Teman Menginap .....	68
Tabel 4.5 Lama Menginap .....	68
Tabel 4.6 Intensitaas Menginap .....	69
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4.8 Tingkat Reliabelitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk .....	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tarif .....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Iklan .....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi .....	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan.....	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Proses.....	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sarana Fisik .....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Tamu Hotel.....	78
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas .....	79
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskodastisitas .....	80

Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	82
Tabel 4.20 Hasil Uji F .....	83
Tabel 4.21 Hasil Uji t .....	84



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 Proses Keputusan Menggunakan .....	38
Gambar 1 Struktur Manajemen Namira Hotel Syariah.....	63



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Terjemahan .....	I
Lampiran 2 Data Variabel.....	II
Lampiran 3 Hasil Olah Data .....	V
Lampiran 4 Kuesioner .....	XVI
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	XVIII
Lampiran 6 Surat Pernyataan Suami Istri .....	XX
Lampiran 7 Curiculum Vitae .....	XXI

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada zaman sekarang ini perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin maju, baik bisnis dalam bidang industri maupun jasa. Bisnis perhotelan merupakan bisnis dibidang jasa. Menurut Kotler definisi dari jasa adalah sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun.<sup>1</sup> Usaha dibidang perhotelan dewasa ini menunjukkan adanya persaingan yang semakin ketat dalam usaha meningkatkan tingkat hunian kamar yang dimiliki masing-masing hotel. Untuk itu pengusaha yang bergerak dalam bisnis perhotelan dituntut untuk mampu bersaing agar dapat bertahan didalam persaingan yang semakin ketat.

Hotel bukan merupakan suatu obyek pariwisata melainkan sarana dalam bidang kepariwisataan. Hotel perlu mengadakan kerja sama dengan tempat rekreasi, hiburan dan lain-lain dengan menonjolkan karakteristik yang berbeda agar menjadi daya tarik. Dengan strategi tersebut diharapkan dapat mempermudah dalam penjualan jasa perhotelan, karena para wisata selain berwisata pasti akan membutuhkan hotel sebagai tempat beristirahat.

---

<sup>1</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Salemba: Jakarta, 2008), hlm. 6.

Hotel adalah bangunan berkamar yang banyak disewakan sebagai tempat untuk beristirahat diantaranya digunakan menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan, bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan dan minum. Perkembangan hotel baik hotel berbintang maupun hotel tidak berbintang yang jumlahnya terus bertambah ini tentunya akan menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin ketat. Untuk itu pengelola hotel harus melengkapi hotelnya dengan sarana prasarana yang sesuai dengan kebutuhan tamu hotel sehingga tertarik untuk menginap di hotel tersebut.

Berbagai hotel berlomba-lomba meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang ada untuk bersaing dengan hotel lain. Yang membedakan antara hotel satu dengan hotel lainnya diantara yaitu pada produk, tarif, iklan, lokasi, pelayanan, proses, dan sarana fisik. Untuk mencapai hasil maksimal diperlukan adanya manajemen pemasaran agar menarik tamu hotel untuk menginap. Pada manajemen pemasaran tersebut memang perlu memperhatikan beberapa variabel diantaranya produk, tarif, iklan, lokasi, pelayanan, proses dan sarana fisik.

Produk adalah sekumpulan atribut yang nyata (*tangible*) dan tidak nyata (*intangible*) didalamnya sudah tercakup tarif, kemasan dan *prestise* serta pelayanan yang mungkin diterima oleh konsumen sebagai sesuatu yang bisa memuaskan konsumen.<sup>2</sup> Pada Namira Hotel Syariah terdapat berbagai fasilitas

---

<sup>2</sup> William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa Yohanes Lamarto, Edisi ketujuh jilid ke 1, (Jakarta: Erlangga, 1984), hlm. 222-223.

yang ditawarkan diantaranya *cafe*, ruang *meeting*, terdapat mushola dan masih ada fasilitas lainnya. Namira Hotel Syariah juga menawarkan sesuatu yang berbeda dengan hotel lain pada umumnya yaitu dengan menerapkan beberapa aturan syariah. Salah satu aturan syariah yang diterapkan yaitu tidak menerima penginapan berlawanan jenis yang lain muhrim untuk menginap dalam satu kamar.

Tarif adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah barang atau jasa. Yang dimaksud tarif hotel yaitu tarif jual per kamar dengan fasilitas dan pelayanan yang didapat. Tarif hotel berbintang lebih mahal dari pada tarif hotel tidak berbintang. Semakin tinggi tarif yang diterapkan akan mendapatkan fasilitas dan pelayanan hotel yang lebih baik. Namun terdapat juga hotel yang menawarkan tarif yang lebih murah dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan memberikan tempat yang nyaman untuk beristirahat. Perbedaan tarif kamar diterapkan juga dalam satu hotel dengan memberikan fasilitas yang berbeda setiap tingkatan tarif kamar. Penentuan tarif juga dapat berubah tergantung waktu seperti mendekati hari libur tarif hotel dapat lebih tinggi. Tarif yang ditawarkan hotel merupakan daya tarik yang diberikan tamu hotel agar menginap di hotel tersebut. Tarif yang berbeda-beda tersebut merupakan bentuk dari memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu hotel. Sehingga diharapkan dapat mencapai kepuasan konsumen.

Iklan adalah kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengusaha lewat media yang bertujuan untuk mempengaruhi tamu hotel agar mereka menjadi kenal dengan produk yang ditawarkan. Di zaman sekarang yang penuh dengan

persaingan bisnis, faktor iklan mempunyai pengaruh besar terhadap perusahaan dalam menarik tamu hotel. Media yang bisa digunakan sangat beragam. Bisa media cetak seperti koran ataupun majalah, media reklame dengan pemasangan poster atau baliho dan media visual seperti televisi ataupun media internet.

Lokasi merupakan letak dimana sebuah usaha didirikan. Dalam pemilihan sebuah lokasi sangat diperlukan pertimbangan yang cermat untuk memilih letak yang strategis. Letak strategis seperti kemudahan menjangkau dengan sarana transportasi umum, dekat dengan tempat-tempat hiburan, pariwisata atau pusat kota. Namira Hotel Syariah memiliki letak yang strategis yaitu terletak strategis di salah satu jalan utama kota Yogyakarta, Namira Hotel Syariah berlokasi yang memiliki akses transportasi yang mudah dan dekat dengan beberapa tempat wisata. Lokasi Namira Hotel Syariah berada di jalan Magelang km 4,5 depan TVRI.

Pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain dan pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan.<sup>3</sup> Pelayanan mempunyai pengaruh besar terhadap perusahaan dalam menarik para konsumennya. Hotel yang melayani tamu hotelnya dengan ramah dan cakap akan berdampak pada kenyamanan. Kesan kenyamanan tersebutlah yang menjadikan tamu hotel memiliki kepercayaan dan terus menerus menginap di hotel tersebut.

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin, dimana saja

---

<sup>3</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), hlm.6.

dihadirkan dan disampaikan kepada konsumen.<sup>4</sup> Segala aktivitas yang dikerjakan merupakan proses produksi dan nantinya disampaikan kepada tamu hotel Namira Hotel Syariah melakukan dengan mengutamakan kebutuhan, kenyamanan dan ketenangan batin pengujung. Segala proses yang ada dilakukan dengan tetap berpegangan terhadap aturan syariah.

Sarana fisik merupakan bagian dari bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter.<sup>5</sup> Sarana fisik disini merupakan fasilitas-fasilitas pendukung untuk menambah nilai lebih pada hotel tersebut. Hotel syariah diharapkan terdapat karakteristik yang itu mencerminkan keislaman seperti kamar yang bersih, terdapat sajadah disetiap kamar, atau pun hiasan-hiasan ruangan yang mencerminkan keislaman.

Banyak peneliti yang sudah melakukan penelitian terhadap hotel umum berbintang maupun tidak berbintang. Kebanyakan hotel pada umumnya tidak menerapkan beberapa aturan syariah. Hotel pada umumnya hanya memandang bisnis tersebut sebagai usaha komersil sehingga tidak dengan konsep kekeluargaan untuk kemaslahatan bersama. Hotel Namira Syariah merupakan hotel yang berbeda dengan hotel umum. Hotel tersebut menerapkan beberapa aturan syariah. Hotel yang menerapkan aturan syariah pada saat ini sudah mulai bermunculan. Begitu juga tamu hotel tidak sedikit yang memutuskan untuk menginap di hotel

---

<sup>4</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Salemba: Jakarta, 2008), hlm. 75

<sup>5</sup> *Ibid.*, hlm. 76.

syariah. Berbagai faktor yang menyebabkan tamu hotel memutuskan menginap di hotel syariah diantaranya yaitu persepsi variabel produk, tarif, iklan, lokasi, pelayanan, proses dan sarana fisik.

Namira Hotel Syariah merupakan salah satu hotel di Yogyakarta yang menerapkan aturan Syariah. Hotel syariah ini memiliki letak yang strategis yaitu terletak di salah satu jalan utama kota Yogyakarta tepatnya di jalan Magelang km 4,5 depan TVRI. Hotel tersebut memiliki potensi untuk menarik tamu hotel yang akan menginap. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Namira Hotel Syariah dengan judul **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel dalam Menggunakan Layanan Namira Hotel Syariah Yogyakarta.**

## **B. Pokok Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang dijadikan bahan kajian skripsi ini adalah

Apakah persepsi tamu hotel terhadap variabel produk, tarif, iklan, lokasi, pelayanan, proses dan sarana fisik berpengaruh terhadap keputusan tamu hotel dalam menggunakan layanan Namira Hotel Syariah Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada pokok masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah

1. Mengetahui pengaruh persepsi tamu hotel terhadap produk, tarif, iklan, lokasi, pelayanan, proses dan sarana fisik dalam pengambilan keputusan menggunakan layanan Namira Hotel Syariah Yogyakarta.
2. Penelitian ini dapat memberikan masukkan atau saran perbaikan serta manfaat, khususnya manajemen Namira Hotel Syariah Yogyakarta, guna pengembangan bisnisnya.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi lingkungan pendidikan, untuk perluasan khasanah teori dan penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tamu hotel serta memberikan kontribusi dalam bidang ilmu pemasaran.
2. Bagi peneliti, menambah wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tamu hotel.
3. Bagi praktisi bisnis, sebagai referensi dalam merumuskan strategi yang tepat sehingga diperoleh kinerja yang lebih baik dimasa yang akan datang.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Pembahasan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, setiap bab terdiri dari sub-bab yaitu

## BAB I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan. Latar belakang masalah menguraikan tentang gambaran umum alasan penulis melakukan penelitian tersebut. Pokok masalah menyajikan pengaruh dari variabel independen terhadap keputusan tamu hotel untuk menggunakan layanan. Pada bab pendahuluan ini dapat diketahui alasan kenapa melakukan penelitian tersebut yang selanjutnya kita terapkan dengan teori yang sudah ada dan dijelaskan pada bab selanjutnya.

## BAB II : Landasan Teori

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai telaah pustaka, kerangka teoritik, dan hipotesis. Telaah pustaka berisi tentang uraian sistematis mengenai hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti terdahulu dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka teoritik merupakan kerangka konsep, landasan teori tentang faktor produk, tarif, iklan, tempat, layanan, proses dan sarana fisik terhadap keputusan tamu hotel. Hipotesis merupakan dugaan sementara yang dipakai dalam pengembangan masalah. Pada bab kedua dijelaskan tentang teori yang diterapkan dan hipotesis yang digunakan. Hipotesis ini yang

akan dilakukan pengujian. Alat uji hipotesis akan dijelaskan pada metode penelitian.

### BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini akan diuraikan tentang metode penelitian dan gambaran umum perusahaan yang diteliti. Metode penelitian merupakan gambaran cara atau teknik yang dilakukan dalam penelitian. Sujek penelitian adalah tamu hotel yang menginap di Namira Hotel Syariah selama penelitian berlangsung. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu regresi linear berganda yang sebelumnya telah dilakukan uji instrument dan uji asumsi klasik. Gambaran umum perusahaan akan menjelaskan tentang profil, sejarah singkat Namira Hotel Syariah dari awal berdirinya sampai sekarang, visi dan misi, struktur manajemen pada Namira Hotel Syariah. Bab ketiga yaitu metode penelitian menjelaskan tentang berbagai uji yang akan digunakan untuk menganalisis data dan dijelaskan pada bab keempat.

### BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini akan memaparkan tentang hasil penelitian meliputi analisis kualitatif yang terdiri dari profil responden dan berbagai informasi tentang Namira Hotel Syariah. Analisis kuantitatif yang terdiri dari hasil uji instrument, uji model, analisi regresi berganda dan uji hipotesis. Interpretasi dan pembahasan yang akan menjelaskan hasil

penelitian secara kualitatif. Pada bab ini kita mengetahui hasil hipotesis mana yang berpengaruh terhadap keputusan tamu hotel. Dari hasil analisis data dan pembahasan kita dapat menyimpulkan dan memberi saran terhadap obyek yang diteliti.

#### BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran secara garis besar atas hasil penelitian. Bab ini merupakan bagian terakhir penelitian setelah dilakukannya analisis data yang disimpulkan dan selanjutnya digunakan untuk memberikan saran untuk perubahan yang lebih baik.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Hasil uji F menunjukkan bahwa model berpengaruh positif signifikan yaitu keputusan tamu hotel dipengaruhi secara bersama-sama oleh persepsi produk, tarif, iklan, lokasi, pelayanan, proses dan sarana fisik.
2. Hasil uji parsial, variabel independen yang terdiri dari persepsi tamu hotel terhadap produk, tarif dan proses tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu hotel. Sedangkan variabel independen yang berpengaruh signifikan yaitu iklan, lokasi, pelayanan dan sarana fisik.

#### **B. Saran**

1. Bagi Namira Hotel Syariah, untuk selalu menyempurnakan menjadi hotel syariah yang benar-benar sesuai dengan ketentuan syariah sehingga dapat meningkatkan kenyamanan bagi pengunjung yang menginap.
2. Memperluas kegiatan promosi untuk meningkatkan jumlah media iklan diantaranya yaitu:
  - a. Pembentukan manajer marketing
  - b. Penyebaran brosur
  - c. Kerjasama dengan travel-travel.

3. Memperbaiki proses pelayanan agar dapat memberikan pelayanan yang sesuai kebutuhan dan keinginan tamu hotel yang menginap dengan melakukan diantaranya:
  - a. Setiap akan mulai kerja dilakukan briefing sebagai awal persiapan dan evaluasi kerja
  - b. Diadakannya kegiatan *tryning* karyawan agar karyawan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

Al Qur'an

Budi, Triton Prawira, *SPSS 13.0 Terapan; Riset Statistik Parametrik*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006.

Dharmmesta, Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, BPFE, 2000.

Dirjen Pariwisata, *Pariwisata Tanah air Indonesia*, 1988.

Gaffar Vanessa, *CRM dan MPR Hotel (Customer Relationship Management and Marketing Public Relations)*, Bandung : Alfabeta, 2007.

Ghozali, Imam *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

Gitosudarmo, Indriyo *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama cetakan keenam, Yogyakarta: BPFE, 2000.

Hadi, Syamsul *Metodologi Penelitian untuk manajemen dan Akuntansi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2009.

Hadi, Syamsul, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*, Yogyakarta: Ekonisia, 2009.

Indrantoro, Nur *Metode Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPFE.

Kartajaya, Hermawan dan M. Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka, 2006.

Kotler, Philip dan K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009.

Kotler, Philip dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1997.

Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid 1, edisi ke-8, Jakarta: Erlangga, 2001.

Kotler, Philip *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Jakarta: Erlangga, 1999.

Kotler Philip dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Jakarta: Indeks, 2008.

- Kotler Philip dan Keller. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 jilid 1. Jakarta: PT.Indeks, 2007.
- Lupioadi, Rahmat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba: Jakarta, 2008.
- Mannan, M. Abdul, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Ed. Rev. Cet. IV, Jakarta: Kencana, 2010.
- Muflih, Muhamad *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006.
- Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset, 2000.
- Pendit, Nyoman S., *Ilmu Pariwisata*, Jakarta : Akademi Pariwisata Trisakti, 1999.
- Stanton, William J., *Prinsip Pemasaran* (alih bahasa Yohanes Lamarto), Edisi ketujuh jilid ke 1, Jakarta: Erlangga, 1984.
- Syofian, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Cet-II, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Suharso, Puguh *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*, Jakarta: Indeks, 2008.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survey*, cetakan ke-18, Jakarta: LP3S, 2006.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran; Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE, 2011.
- Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset, 2004
- Yazid, *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta; Ekonisia, 2003.
- Yazid, *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2008.

### **Jurnal dan Penelitian**

Dwisisanti, Ety, “Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh dengan Keputusan Pelanggan Tetap Menginap di Hotel Palace Surabaya,” *Jurnal-jurnal Ilmu Sosial*, Vol 6, No 2, Oktober 2006

Mursidi, “Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menginap di University INN UMM,” Jurnal Teknik Industri dari Fakultas Ekonomi, Vol 11, No 1, Februari 2010

## Internet

Wahtudi Setiawan, “Analisis Perilaku dan Keputusan Konsumen untuk Menginap pada Hotel di Saudi Arabia,”  
<http://wahyudisetiawan.wordpress.com/2010/11/19/telaah-jurnal-analisis-perilaku-dan-keputusan-konsumen-untuk-menginap-pada-hotel-di-saudi-arabia/>, akses 18 Februari 2013

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Memilih Hotel Tugu Malang,”  
[http://dewey.petra.ac.id/jiunkpe\\_dg\\_16305.html](http://dewey.petra.ac.id/jiunkpe_dg_16305.html), akses 18 Februari 2013

“Bauran Pemasaran (Marketing Mix),”  
<http://dansite.wordpress.com/2009/04/05/bauran-pemasaran-marketing-mix/>,  
akses 21 Februari 2013

Cahaya Maulidia, “Produksi dalam Islam,”  
<http://cahayamaulidia.blogspot.com/2012/07/bab-i-pendahuluan.html>, akses 22 Februari 2013

Dani Setiawan, “7 P dalam Bauran Pemasaran,”  
<http://danisetiawanku.blogspot.com/2011/01/7-p-dalam-bauran-pemasaran.html>,  
akses 25 Februari 2013

Undang-undang perlindungan konsumen, <http://www.dikti.go.id/files/atur/sehat/UU-8-1999PerlindunganKonsumen.pdf>, akses 9 April 2013

[http://training-consulting.blogspot.com/2013/01/manajemen-pengelolaan-hotel-syariah\\_17.html](http://training-consulting.blogspot.com/2013/01/manajemen-pengelolaan-hotel-syariah_17.html) akses 9 Juni 2013

Ibnu Majah, *Larangan jual beli al Hashah dan jual beliau gharar*, (2186),  
[http://125.164.221.44/hadisonline/hadis9/perawi\\_open.php?imam=ibnu\\_majah&nohd=2186&page=](http://125.164.221.44/hadisonline/hadis9/perawi_open.php?imam=ibnu_majah&nohd=2186&page=), akses 29 Juli 2013.

## Lampiran 1 Terjemahan

### Terjemahan

No	Surat	Terjemah
1.	Al-Zalzalah (99): 7	Maka barang siapa mengerjakan kebaikan seberat zarah, niscaya dia akan melihat (balasan)nya.
2.	Al-Zalzalah (99): 8	Dan barang siapa mengerjakan kejahatan seberat zarah, niscaya dia akan melihat (balasan)nya
3.	An-Nisa' (4): 29	Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-sama di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.
4.	Yunus (10): 57	Wahai manusia! Sungguh, telah datang kepadamu pelajaran (Al-Qur'an) dari Tuhanmu, penyembuh bagi penyakit yang ada dalam dada, dan petunjuk serta rahmat bagi orang yang beriman.
5.	Al Anbiya (21): 107	Dan kami tidak mengutus engkau (Muhammad) melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi seluruh alam.
6.	Al-Isra' (17): 32	Dan janganlah kamu mendekati zina; itu sungguh suatu perbuatan keji, dan suatu jalan yang buruk.
7.	Al-Baqarah (2): 168	Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.
8.	Ibnu Majah (no hadis 2186)	Telah menceritakan kepada kami Abu Kuraib dan Al Abbas bin Abdul Azhim Al Anbari keduanya berkata; telah menceritakan kepada kami Aswad bin Amir berkata, telah menceritakan kepada kami Ayyub bin Utbah dari Yahya bin Abu Katsir dari 'Atha dari Ibnu Abbas ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam melarang jual beli gharar (menimbulkan kerugian bagi orang lain)."

## Lampiran 2 Data Variabel

### Data Variabel

NO	J K	U M	A D	A G	P E	P T	P B	M N	I D	T M	L M	I M	PR 1	PR 2	PR 3	PR 4	TR 1	TR 2	TR 3	TR 4	IK 1	IK 2	IK 3	IK 4
1	1	3	5	2	1	4	2	5	1	4	2	1	4	4	4	2	5	4	4	5	4	4	4	
2	2	5	2	1	6	3	2	4	1	1	1	2	5	5	5	5	4	5	5	5	2	2	2	2
3	1	5	2	1	6	3	2	4	1	1	1	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	2	4
4	2	4	2	1	6	4	4	4	1	1	1	1	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	2	4
5	1	4	2	1	6	4	4	4	3	1	1	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	5
6	2	1	3	1	5	3	1	4	1	1	1	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
7	1	5	3	1	3	4	3	4	1	1	2	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	2	4
8	1	4	2	1	2	4	3	4	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
9	1	2	3	1	5	3	1	4	1	1	1	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4
10	2	4	3	1	6	4	1	4	1	1	1	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
11	1	3	5	2	1	4	2	5	1	3	1	1	4	4	4	2	4	4	4	5	4	5	4	5
12	2	3	5	2	1	4	3	5	1	1	2	1	5	5	5	2	5	4	5	5	4	4	4	4
13	2	2	5	2	1	3	1	5	1	4	2	1	2	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
14	1	4	5	2	1	5	3	5	1	3	1	1	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4
15	2	2	5	2	1	6	2	5	1	3	1	1	5	5	5	2	4	5	5	5	2	2	2	1
16	2	3	4	1	3	4	2	1	1	2	2	2	5	5	5	4	5	5	5	4	2	1	1	2
17	2	2	4	1	5	3	1	2	1	1	1	1	5	5	5	4	2	5	2	5	4	4	1	4
18	2	2	1	1	5	3	1	5	1	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
19	1	2	2	1	5	3	1	5	3	2	3	2	4	4	4	5	4	4	4	5	2	2	1	1
20	1	2	2	1	6	5	3	6	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	4	4	5
21	1	3	3	1	3	3	1	2	1	2	1	1	5	5	4	5	5	5	4	2	4	2	5	
22	1	2	1	1	2	3	1	5	1	1	1	2	5	5	4	5	5	4	4	5	1	2	2	2
23	2	5	2	1	6	3	2	4	1	1	1	2	5	5	5	5	4	5	5	4	4	2	2	
24	1	5	2	1	6	3	2	4	1	1	1	2	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	2	4
25	2	4	2	1	6	4	2	4	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	2	4
26	1	4	2	1	6	4	4	4	3	1	1	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	5
27	1	5	4	1	3	4	3	4	1	1	2	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	2	4
28	1	4	2	1	2	4	3	4	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
29	1	2	4	1	5	3	1	4	1	1	1	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4
30	2	4	4	1	2	4	1	4	1	1	1	4	5	5	4	5	2	2	2	1	5	5	4	4
31	2	4	4	2	1	6	2	5	1	5	1	1	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	5	4
32	2	4	5	2	6	6	2	5	1	3	1	1	5	4	4	2	2	1	2	2	4	4	2	4
33	1	3	5	2	1	4	3	5	1	3	1	1	4	4	4	2	2	2	1	2	4	5	4	5
34	2	4	4	1	1	6	2	5	1	3	1	1	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
35	2	4	5	1	1	5	2	5	3	1	1	1	4	4	4	4	1	2	2	2	4	4	4	4
36	1	3	5	1	1	4	2	5	1	4	2	1	4	4	4	4	1	2	2	1	4	4	4	4
37	2	5	2	1	6	3	2	4	1	1	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
38	1	5	2	1	6	3	2	4	1	1	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
39	2	4	2	1	6	4	3	4	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
40	1	4	2	1	6	4	4	4	3	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
41	2	1	3	1	5	3	1	4	1	1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	1	5	3	1	3	4	3	4	1	1	2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4
43	1	4	2	1	2	4	3	4	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
44	1	2	3	1	5	3	1	4	1	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
45	2	4	3	1	6	4	1	4	1	1	1	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
46	2	4	5	1	1	6	2	5	1	5	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
47	2	4	5	1	1	6	2	5	1	3	1	1	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
48	1	3	5	1	1	4	2	5	1	3	1	1	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
49	2	4	5	1	1	6	2	5	1	3	1	1	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
50	2	4	5	1	1	6	2	5	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
51	1	4	5	1	1	4	2	5	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
52	1	2	5	1	1	6	4	5	1	3	2	1	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
53	2	4	5	1	1	4	3	5	1	1	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4

54	1	4	5	1	1	5	3	5	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
55	2	4	5	1	1	6	2	5	3	3	1	1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
56	2	2	5	1	1	3	1	5	1	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
57	1	4	5	1	1	4	2	6	1	3	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
58	1	2	5	1	6	4	1	5	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
59	1	3	5	1	6	4	4	5	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
60	1	4	5	1	1	5	4	5	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
61	1	4	5	1	1	5	3	5	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
62	2	4	5	1	1	6	2	5	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
63	2	2	5	1	1	6	2	5	1	3	1	1	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
64	2	3	4	1	5	4	2	1	1	2	2	2	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
65	2	1	1	1	5	3	1	5	3	2	2	2	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
66	2	2	4	1	5	3	1	2	1	1	1	1	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
67	2	2	1	1	5	3	1	5	1	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
68	1	2	2	1	5	3	1	5	3	2	3	2	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
69	1	2	2	1	6	5	3	6	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
70	1	2	2	1	5	4	1	5	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
71	1	3	3	1	3	3	1	2	1	2	1	1	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5
72	1	2	2	1	5	4	1	5	3	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	1	3	2	1	2	4	2	3	1	5	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74	1	2	1	1	2	3	1	5	1	1	1	2	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
75	2	5	2	1	6	3	2	4	1	1	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
76	1	5	2	1	6	3	2	4	1	1	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
77	2	4	2	1	6	4	3	4	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
78	1	4	2	1	6	4	4	4	3	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
79	1	5	4	1	3	4	3	4	1	1	2	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
80	1	4	2	1	2	4	3	4	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	1	2	4	1	5	3	1	4	1	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
82	2	4	4	1	2	4	1	4	1	1	1	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4
83	2	4	4	1	1	6	2	5	1	5	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

IK 5	LO 1	LO 2	LO 3	LO 4	LY 1	LY 2	LY 3	LY 4	LY 5	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	SF 1	SF 2	SF 3	SF 4	SF 5	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	4	5	5	5	4	4	4	4	5	2	2	2	2	1	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	2	5	
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	1	2	2	2	2	5	5	5	5	4	5	4	4	5	
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	1	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	
5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	4	5	5	5	4	4	4	4	5	1	2	2	1	5	4	5	5	4	2	4	4	4	5	
2	5	5	5	4	4	5	4	4	2	4	5	4	2	2	4	4	4	1	2	5	2	2	2	
2	2	1	2	2	5	4	5	5	5	4	5	2	2	5	4	4	4	2	2	4	4	2	4	
4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	
2	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	
5	5	5	4	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	4	4	4	5	2	4	4	2	5	
2	5	5	4	5	4	4	5	5	5	2	2	5	2	2	5	5	5	4	4	5	5	4	4	
4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	
4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	



### Lampiran 3 Hasil Olah Data

#### Olah Data Analisis Deskriptif

##### **jenis\_kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	45	54.2	54.2	54.2
	perempuan	38	45.8	45.8	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

##### **umur**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 19 tahun	3	3.6	3.6	3.6
	19-24 tahun	22	26.5	26.5	30.1
	25-35 tahun	12	14.5	14.5	44.6
	36-50 tahun	34	41.0	41.0	85.5
	> 50 tahun	12	14.5	14.5	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

##### **daerah\_asal**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jawa Timur	5	6.0	6.0	6.0
	Jawa Tengah	27	32.5	32.5	38.6
	Jawa Barat	10	12.0	12.0	50.6
	DKI	13	15.7	15.7	66.3
	Luar pulau jawa	28	33.7	33.7	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

##### **agama**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Islam	74	89.2	89.2	89.2
	non Islam	9	10.8	10.8	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

**pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	28	33.7	33.7	33.7
	Pegawai swasta	9	10.8	10.8	44.6
	Wiraswasta	7	8.4	8.4	53.0
	Mahasiswa/Pelajar	16	19.3	19.3	72.3
	lain-lain	23	27.7	27.7	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

**pendidikan\_terakhir**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/MAN	27	32.5	32.5	32.5
	S1	36	43.4	43.4	75.9
	S2	7	8.4	8.4	84.3
	lain-lain	13	15.7	15.7	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

**penghasilan\_perbulan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 2.000.000,-	26	31.3	31.3	31.3
	Rp 2.000.000,- s/d Rp 4.000.000,-	31	37.3	37.3	68.7
	Rp 5.000.000,- s/d Rp 6.000.000,-	18	21.7	21.7	90.4
	> Rp 6.000.000,-	8	9.6	9.6	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

**mengenal\_NHS**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Facebook	2	2.4	2.4	2.4
	Website	4	4.8	4.8	7.2
	Surat Kabar	1	1.2	1.2	8.4
	keluarga	34	41.0	41.0	49.4
	Teman	39	47.0	47.0	96.4
	lain-lain	3	3.6	3.6	100.0
		83	100.0	100.0	

**Identitas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KTP	70	84.3	84.3	84.3
	lain-lain	13	15.7	15.7	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

**teman\_menginap**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	keluarga	46	55.4	55.4	55.4
	saudara	7	8.4	8.4	63.9
	teman	18	21.7	21.7	85.5
	rekan bisnis	8	9.6	9.6	95.2
	lain-lain	4	4.8	4.8	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

**lama\_menginap**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 hari	60	72.3	72.3	72.3
	3-4 hari	17	20.5	20.5	92.8
	5 hari	2	2.4	2.4	95.2
	> 5 hari	4	4.8	4.8	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

**intensitas\_menginap**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali	50	60.2	60.2	60.2
	2 kali	15	18.1	18.1	78.3
	3 kali	2	2.4	2.4	80.7
	> 3 kali	16	19.3	19.3	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

## Uji Validitas dan Reliabilitas

### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.769	.825	4

### **Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
produk_1	13.29	2.550	.630	.520	.689
produk_2	13.29	2.574	.743	.652	.655
produk_3	13.29	2.696	.652	.524	.693
produk_4	13.48	1.936	.469	.227	.855

### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.891	.893	4

### **Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
tarif_1	13.16	5.012	.774	.619	.856
tarif_2	13.11	5.391	.803	.650	.847
tarif_3	13.02	5.219	.774	.632	.855
tarif_4	12.87	5.409	.700	.520	.883

### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.885	.894	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
iklan_1	15.75	7.094	.763	.702	.852
iklan_2	15.60	6.852	.849	.792	.833
iklan_3	16.12	7.083	.538	.295	.914
iklan_4	15.72	7.008	.765	.669	.851
iklan_5	15.65	7.011	.767	.642	.851

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.775	.774	4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
lokasi_1	13.37	2.164	.475	.338	.776
lokasi_2	13.37	1.725	.799	.644	.592
lokasi_3	13.34	2.080	.626	.467	.698
lokasi_4	13.30	2.335	.442	.304	.786

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.828	.835	5

**Item-Total Statistic**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
pelayanan_1	16.66	2.153	.834	.738	.724
pelayanan_2	16.82	2.808	.542	.450	.816
pelayanan_3	16.72	2.520	.767	.644	.756
pelayanan_4	16.76	2.697	.682	.532	.781
pelayanan_5	16.65	2.815	.379	.260	.870

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.851	.852	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
proses_1	11.98	4.438	.749	.570	.786
proses_2	12.16	5.524	.649	.432	.829
proses_3	12.04	5.133	.700	.507	.807
proses_4	12.37	5.017	.679	.462	.816

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.762	.775	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
sarana_fisik1	17.28	2.813	.527	.284	.725
sarana_fisik2	17.20	3.067	.610	.622	.695
sarana_fisik3	17.18	3.028	.621	.690	.691
sarana_fisik4	17.05	3.266	.541	.426	.720
sarana_fisik5	17.31	3.071	.415	.273	.767

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.756	.752	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
keputusan_1	17.06	2.545	.626	.436	.676
keputusan_2	17.12	3.790	.386	.174	.756
keputusan_3	17.08	2.785	.755	.583	.624
keputusan_4	17.33	3.222	.499	.347	.721
keputusan_5	17.05	3.559	.392	.196	.755

### Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
Produk	.412	2.430	
Tariff	.663	1.508	
Iklan	.718	1.393	
Lokasi	.556	1.797	
Pelayanan	.625	1.601	
Proses	.594	1.684	
sarana_fisik	.571	1.752	

### Uji Heteroskodastisitas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-11.075	4.049		-2.735	.008
produk	.182	.212	.137	.857	.394
tarif	-.086	.112	-.097	-.768	.445
iklan	-.147	.099	-.181	-1.489	.141
lokasi	.374	.198	.260	1.890	.063
pelayanan	.062	.175	.046	.353	.725
proses	-.063	.121	-.069	-.520	.605
sarana_fisik	.190	.171	.152	1.114	.269

a. Dependent Variable: LnRes

### Analisis Regresi Berganda

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.827 <sup>a</sup>	.683	.654	1.27318

a. Predictors: (Constant), sarana\_fisik, proses, tarif, iklan, lokasi, pelayanan, produk

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	262.498	7	37.500	23.134	.000 <sup>a</sup>
	Residual	121.574	75	1.621		
	Total	384.072	82			

a. Predictors: (Constant), sarana\_fisik, proses, tarif, iklan, lokasi, pelayanan, produk

b. Dependent Variable: keputusan

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.313	2.084	-1.110	.271
	produk	.058	.109	.533	.595
	tarif	.042	.057	.738	.463
	iklan	.185	.051	.280	3.646
	lokasi	.283	.102	.243	2.786
	pelayanan	.152	.090	.138	1.681
	proses	-.013	.063	-.018	.831
	sarana_fisik	.479	.088	.469	5.455

a. Dependent Variable: keputusan

## Lampiran 4 Kuesioner

Kepada  
Yth. Bapak/Ibu/Saudara  
Tamu hotel yang menginap di Namira Hotel Syariah



UIN Sunan Kalijaga

Assalamu'alaikum wr.wb.

Berkenaan dengan pelaksanaan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN TAMU HOTEL DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN NAMIRA HOTEL SYARIAH YOGYAKARTA”, maka kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk berkenan mengisi kuesioner yang kami ajukan.

Demikian permohonan ini kami sampaikan. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner kami ucapan terima kasih.

Wassalamualaikum wr.wb.

Hormat kami,  
Fitri Kartini

### Daftar Pertanyaan I

#### Profil responden

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang anda kehendaki

1. Jenis kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Umur :
  - a. < 19 th
  - b. 19 – 24 th
  - c. 25 – 35 th
  - d. 36 – 50 th
  - e. > 50 th
3. Berasal dari daerah :
  - a. Jawa Timur
  - b. Jawa Tengah
  - c. Jawa Barat
  - d. DKI
  - e. Luar pulau jawa
4. Agama :
  - a. Islam
  - b. Non Islam
5. Pekerjaan :
  - a. PNS
  - b. Pegawai swasta
  - c. Wiraswasta
  - d. TNI
  - e. Mahasiswa/pelajar
  - f. Lain-lain, sebutkan ...
6. Pendidikan terakhir :
  - a. SD / MI
  - b. SMP/ MTS
  - c. SMA/ MAN
  - d. S1
  - e. S2
  - f. Lain-lain, sebutkan ...
7. Penghasilan per bulan :
  - a. < Rp 2.000.000,-
  - b. Rp 2.000.000,- s/d Rp 4.000.000,-
  - c. Rp 5.000.000,- s/d Rp 6.000.000,-
  - d. > Rp 6.000.000,-
8. Darimana anda mengenal Namira Hotel Syariah?
  - a. Facebook
  - b. Website
  - c. Surat Kabar
  - d. Keluarga
  - e. Teman
  - f. Lain-lain, sebutkan ...

9. Identitas apa yang anda berikan pada saat anda menginap?
- KTP
  - Surat Nikah
  - Lain-lain, sebutkan ...
10. Bersama siapa anda menginap di Namira Hotel Syariah?
- |             |                            |
|-------------|----------------------------|
| a. Keluarga | d. Rekan bisnis            |
| b. Saudara  | e. Lain-lain, sebutkan ... |
| c. Teman    |                            |
11. Anda menginap di Namira Hotel Syariah ..... hari
- |        |        |
|--------|--------|
| a. 1-2 | c. 5   |
| b. 3-4 | d. > 5 |
12. Sudah berapa kali anda menginap di Namira Hotel Syariah?
- |           |             |
|-----------|-------------|
| a. 1 kali | c. 3 kali   |
| b. 2 kali | d. > 3 kali |

### Pertanyaan II Variabel Independen dan Dependen

#### Variabel independen

(variabel yang mempengaruhi terhadap keputusan konsumen dalam menginap)

Berikan tanda checklist (✓) pada salah satu jawaban yang saudara pilih

Keterangan :

SS = Sangat Setuju N = Netral STS = Sangat Tidak Setuju

S = Setuju TS = Tidak Setuju TT = Tidak Tahu

Pertanyaan		SS	S	N	TS	STS
<b>Persepsi produk mempengaruhi keputusan tamu hotel dalam menginap (X1)</b>						
1	Saya menginap di Namira Hotel Syariah karena yakin “tidak dikotori” dari perbuatan perzinaan					
2	Saya menginap di Namira Hotel Syariah karena mendapatkan ketenangan batin					
3	Saya yakin Namira Hotel Syariah tidak menawarkan minuman keras sehingga ketenangan beristirahat bisa saya peroleh					
4	Mushola di Namira Hotel Syariah bersih membuat saya merasa nyaman saat beribadah					
<b>Persepsi tarif mempengaruhi keputusan tamu hotel dalam menginap (X2)</b>		SS	S	N	TS	STS
1	Tarif sesuai dengan fasilitas kamar					
2	Tarif sesuai dengan menu sarapan yang dihidangkan					
3	Tarif sebanding dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel					
4	Tarif lebih murah dibanding dengan hotel lain					

<b>Persepsi iklan mempengaruhi keputusan tamu hotel dalam menginap (X3)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	<b>TT</b>
1	Gambar yang ditampilkan dalam facebook membuat saya tertarik untuk menginap di Namira Hotel Syariah						
2	Gambar yang ditampilkan dalam website membuat saya tertarik untuk menginap di Namira Hotel Syariah						
3	Saya mengetahui informasi tentang Namira Hotel Syariah melalui surat kabar						
4	Informasi yang terdapat di website membuat saya tertarik untuk menginap di Namira Hotel Syariah						
5	Papan nama hotel yang berlabelkan syariah membuat saya tertarik untuk menginap di Namira Hotel Syariah						
<b>Persepsi lokasi mempengaruhi keputusan tamu hotel dalam menginap (X4)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	
1	Lokasi hotel dekat dengan lokasi yang akan saya kunjungi di kota Yogyakarta						
2	Lingkungan hotel memudahkan aktivitas saya selama di Yogyakarta						
3	Mudah dijangkau dengan transportasi umum yang memudahkan saya bepergian ke berbagai tempat						
4	Lokasi berada disalah satu jalan utama kota Yogyakarta sehingga mudah dicari						
<b>Persepsi pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen dalam menginap (X5)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	
1	Keluhan tamu hotel ditanggapi <i>receptionis</i> dengan baik						
2	<i>Receptionis</i> memberikan pelayanan secara cekatan						
3	<i>Office boy</i> tidak mengganggu kenyamanan pengunjung saat melakukan aktivitasnya						
4	<i>Security</i> yang bersikap ramah memberi kenyamanan terhadap pengunjung						
5	ketika <i>chek out receptionis</i> mengucapkan salam yang membuat saya terkesan						
<b>Persepsi proses mempengaruhi keputusan konsumen dalam menginap (X6)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	
1	Proses <i>chek in</i> kamar dilayani dengan cepat						
2	Proses pemesanan kamar sangat mudah dapat dilakukan melalui sms						
3	Pengolahan makanan yang dihidangkan dijamin kehalalannya						
4	Pemesanan makanan diantar dengan cepat						

<b>Persepsi sarana fisik mempengaruhi tamu hotel konsumen dalam menginap (X7)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Gedung terlihat luas sehingga terkesan nyaman					
2	Adanya fasilitas WIFI di <i>lobby</i> membantu saya mempermudah dalam penggunaan internet					
3	Terdapat fasilitas sajadah yang bersih di setiap kamar tidur					
4	Fasilitas kamar yang bersih membuat saya nyaman untuk beristirahat					
5	Penataan ruang <i>lobby</i> yang terkonsep secara apik membuat saya nyaman untuk bersantai					

**Variabel dependen**

**(variabel yang dipengaruhi oleh faktor-faktor keputusan konsumen dalam menginap)**

		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Saya memilih menginap di Namira Hotel Syariah karena menerapkan prinsip syariah					
2	Saya menginap di Namira Hotel Syariah karena harga sebanding dengan fasilitas hotel					
3	Jika berkunjung ke Yogyakarta, saya lebih senang menginap di Namira Hotel Syariah					
4	Iklan yang ditawarkan membuat saya tertarik untuk menginap di Namira Hotel Syariah					
5	Saya memilih untuk menginap di Namira Hotel Syariah karena letaknya strategis					

## **Lampiran 5 Surat Izin Penelitian**

Kepada  
Yth. Kepala Namira Hotel Syariah  
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan rencana penelitian untuk skripsi Program Sarjana Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta tersebut dibawah ini saya:

Nama : Fitri Kartini

NIM : 09390139

Semester : VIII

No. Telp : 085743554533

Program Studi : Keuangan Islam

Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN NAMIRA HOTEL SYARIAH

Data yang dibutuhkan : **Kuesioner kepada konsumen**

Waktu penelitian : 1 April 2013 – sampai selesai

Untuk keperluan tersebut diatas, mohon izin mengadakan penelitian di wilayah Bapak/Ibu.

Atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami ucapan terima kasih.

Wasalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 25 Februari 2013

Hormat saya,

Fitri Kartini



**Namira Hotel**  
**syari'ah**

## **SURAT PERNYATAAN SUAMI-ISTRI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama suami : .....

Nama istri : .....

Dengan ini kami menyatakan bahwa sesungguhnya kami adalah suami-istri  
akan menginap di NAMIRA HOTEL SYARI'AH

Demikian surat pernyataan ini kami buat, sebagai pertanggung jawaban kami.

Jogjakarta,.....

Yang membuat pernyataan :

Suami

Istri



**Namira Hotel**  
**Syari'ah**

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN NAMIRA HOTEL SYARIAH**

*Assalamu'alaikum.wr.wb*

Bersamaam surat ini, menerangkan bahwa:

Nama : Fitri Kartini

Pekerjaan : Mahasiswa

NIM : 09390139

Kampus : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jurusan : Keuangan Islam

Fakultas : Syariah dan Hukum

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam penyelesaian tugas penyusunan skripsi, dimana yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Namira Hotel Syariah dari tanggal 13 Mei s/d 30 Juni 2013.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan dengan semestinya.

*Wassalamu'alaiku.wr.wb*

Yogyakarta, 12 Juli 2013

**NAMIRA** HOTEL SYARIAH  
Jl. Magelang Km 5 Yogyakarta  
0274-5306300

Agus Sugindro SE

(General Manager)

## **Lampiran 7 Curiculum Vitae**

### **Curiculum Vitae**

Nama lengkap : Fitri Kartini  
Tempat,tanggal,lahir : Purworejo, 21 April 1991  
NIM : 09390139  
Jurusan/Fakultas : Keuangan Islam (KUI)/ Syariah dan Hukum  
Universitas : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Alamat Asal : RT 02/ RW VI Kiyangkongrejo, Kutoarjo, Purworejo  
Email : fikartini48@gmail.com  
Riwayat Pendidikan :  
1996-2003 SD Negeri Kiyangkongrejo  
2003-2006 SMP Negeri 3 Purworejo  
2006-2009 SMA Negeri 2 Purworejo  
2009-2013 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta