

Pengaruh Fasilitas Hotel Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konsumen Syariah Hotel Solo)**Muhammad Wahyu Fauzi**

Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

Email correspondence: wahyufauzi657@gmail.com**Abstract**

The aim of this research is to find out whether hotel facilities, service quality and implementation of sharia principles influence customer satisfaction at Syariah Hotel Solo. This type of research is quantitative, the data collection technique is by distributing questionnaires. The total sample for this study was 75 people, which refers to 25 times the number of 3 variables. The dependent variable is customer satisfaction and the independent variables are hotel facilities, service quality and application of sharia principles. The data analysis methods used are descriptive statistical tests, validity tests, reliability tests, classical assumption tests. for hypothesis testing using multiple linear regression tests, t tests, F tests, and coefficient of determination tests. From the results of this research it can be concluded that hotel facilities have a positive effect on consumer satisfaction with a t count $> t$ table value of $2.788 > 1.994$ and service quality has a positive effect on consumer satisfaction with a t count $> t$ table value of $3.909 > 1.994$. However, the application of sharia principles has no effect on consumer satisfaction with a calculated t value $< t$ table of $1.423 < 1.994$. The F test results have a significance value of 0.000. From these results it is known that the significance value is smaller than 0.05 (5%), thus it can be concluded that this regression model is suitable for use and the independent variables together have an effect on the dependent variable. So it can be concluded that of the three independent variables that have no effect on the dependent variable is the variable of application of sharia principles and the results of the F test can be concluded that the regression model is suitable for use and the independent variables together have an effect on the dependent variable.

Keywords: Hotel Facilities, Service Quality, Implementation of Sharia Principles and Consumer Satisfaction.

Citation suggestions: Fauzi, M. W. (2024). Pengaruh Fasilitas Hotel Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konsumen Syariah Hotel Solo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 3(01), 171-179. doi: -

DOI: -

1. PENDAHULUAN

Dunia industri pariwisata di Indonesia kini makin mengalami perkembangan terus menerus. Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, mempercepat pertumbuhan kepariwisataan di Indonesia hingga mencapai level *go International*. Salah satu komponen pariwisata yang besar perannya di Indonesia adalah usaha perhotelan.

Menurut Hermawan (2018) hotel adalah suatu industry atau usaha jasa yang dikelola secara komersial. Hotel bukan merupakan suatu objek pariwisata melainkan merupakan salah satu sarana dalam bidang kepariwisataan, akan tetapi hotel merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa, yang khususnya di bidang akomodasi yaitu suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makanan dan minuman, serta jasa yang lainnya. Oleh karena itu, tempat yang bersih, nyaman, dan aman adalah menjadi hal yang dibutuhkan oleh konsumen. Ini merupakan kewajiban pihak hotel untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap konsumennya kenyamanan, keamanan, informasi yang benar dan jujur dan perlakuan atau pelayanan secara benar atas apa yang ia beli sehingga konsumen akan merasakan puas dengan pelayanan yang diberikan hotel. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, maka akan menciptakan rasa puas bagi para konsumennya.

Menurut Arianto (2018) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 108/DSN-MUI/X/016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah menjelaskan bahwa usaha hotel syariah adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan yang dijalankan sesuai prinsip syariah Semakin hari industri halal di Indonesia makin berkembang, begitupun Hotel Syari'ahnya, cukup besar minat masyarakat dalam menggunakan hotel. Syariah Hotel Solo merupakan hotel syariah terbesar di Solo yang memiliki fasilitas, pelayanan yang baik, Syariah Hotel Solo tentunya juga menerapkan prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya. Berdasarkan penelitian terdahulu dari Astuti (2019) Fasilitas Hotel dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Menurut Awaliyah (2018) Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip Syariah berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Maka dari itu penulis sangat tertarik untuk meneliti Syariah Hotel Solo dengan judul **“Pengaruh Fasilitas Hotel Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip Syariah terhadap Kepuasan Konsumen”**

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Fasilitas Hotel

Menurut Tjiptono dan Chandra (2020) fasilitas merupakan material dan suasana yang dibentuk oleh ekterior yang diberikan oleh penyedia layanan dalam rangka menciptakan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan. Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan dengan memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna jasa. Gunartik dan Nainggolan (2019) menyatakan fasilitas ialah tempat yang bermanfaat di saat memfasilitasi kelancaran yang dilakukan perhotelan. Semakin sempurna fasilitas yang ada didalam hotel maka pelanggan akan merasa lebih puas. Menurut Tjiptono (2019). Fasilitas Hotel memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Perencanaan ruangan.
Mencakup perencanaan interior dari arsitektur, seperti penempatan perlengkapan atau perabotan.
- b. Perlengkapan atau perabotan.
Mencakup seperti ketersediaan listrik, *wifi*, meja, kursi, alat ibadah dan lain-lain.
- c. Tata cahaya dan warna.
Mencakup pewarnaan ruang dan pengaturan pencahayaan.
- d. Unsur pendukung.
Mencakup tempat ibadah, toilet, parkir, *sport centre*, taman bermain anak dan lain-lain.

2.2. Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2017) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Parasuraman (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan. Dengan demikian maka kebutuhan penerima layanan harus sebisa mungkin dipenuhi agar diperoleh kepuasan. Menurut Irawan, (2018). Kualitas pelayanan memiliki indikator sebagai berikut :

- a. Reliability
Kemampuan memberikan pelayanan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- b. Responsiveness
Kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat tanggap.
- c. Assurance
Kemampuan memberikan pelayanan dengan sopan dan menimbulkan rasa yakin dapat dipercaya.
- d. Emphaty
Kemampuan memberikan pelayanan dengan tulus dan memahami keinginan konsumen.
- e. Tangible
Kemampuan memberikan pelayanan yang dapat dilihat secara fisik oleh konsumen.

2.3. Penerapan Prinsip Syariah

Menurut Yusanto (2022) bisnis dengan sistem berbasis syariah adalah serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasidalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya ada aturan halal dan haram. Artinya dalam menjalankan serangkaian aktifitas bisnisnya manusia untuk meletakkan dasar-dasar agama sebagai pedoman didalamnya.

Karebet (2022) mendefinisikan bisnis dengan system berbasis syariah syariah adalah bisnis yang dijalankan dengan prinsip-prinsip syariah yang jumlah kepemilikan hartanya dan hasil keuntungannya tidak dibatasi, namun cara memperoleh dan penggunaan hartanya dibatasi dengan aturan hala dan haram. Menurut Riyanto (2022) penerapan prinsip syariah memiliki indikator sebagai berikut :

- a. Fasilitas ibadah lengkap.
- b. Aturan selektif pada pasangan.
- c. Makanan minuman bersertifikasi halal.
- d. Karyawan menutup aurat

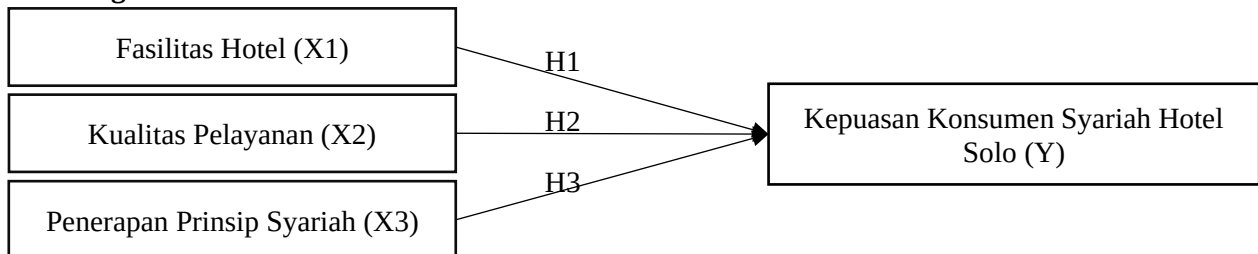
2.4. Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Kotler (2018) menyatakan kepuasan konsumen merupakan sebuah tingkatan dimana suatu produk yang dinilai sesuai dengan harapan para konsumen yang sudah membeli produk yang ditawarkan mereka. Sedangkan Menurut Armistead (dalam Sumadi, 2021) menyatakan kepuasan konsumen merupakan suatu konsep pemasaran dan sudah melalui penelitian para konsumen. Sudah menjadi pendapat secara umum bahwa seorang konsumen akan merasa puas dengan suatu produk atau merek yang ditawarkan, mereka akan cenderung terus membeli menggunakan produk dan akan meberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang senang setelah menggunakan produk ataupun fasilitas.

Menurut Tjiptono (2018). Kepuasan konsumen memiliki indikator sebagai berikut :

- a. Kesesuaian produk
- b. Kualitas Pelayanan
- c. Minat berkunjung kembali.
- d. Kesiediaan merekomendasikan

2.5. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

2.6. Hipotesis

- a. Pengaruh Fasilitas Hotel terhadap Kepuasan Konsumen

Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan suatu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, semakin baik fasilitas yang disediakan kepada konsumen maka akan semakin meningkat kepuasan konsumen. Menurut Gunartik dan Nainggolan (2019) fasilitas ialah tempat yang bermanfaat di saat memfasilitasi kelancaran yang dilakukan perhotelan. Semakin sempurna fasilitas yang ada didalam hotel maka pelanggan akan merasa lebih puas.

Hasil penelitian Zainal dan Agustian (2020) menunjukan bahwa fasilitas hotel tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian Astuti (2019) menyatakan bahwa fasilitas hotel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka disusun hipotesis sebagai berikut :

H1 : Fasilitas hotel berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

- b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Tjiptono (2017) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspetasi pelanggan. Oleh karena itu kualitas

pelayanan yang baik akan membuat konsumen menjadi puas. Hasil penelitian dari Dani dan Trias (2022) menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian Awaliyah (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka disusun hipotesis sebagai berikut :

H2 : Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

c. Pengaruh Penerapan Prinsip Syariah terhadap Kepuasan Konsumen.

Menurut Sofyan (2019) penerapan prinsip syari'ah pada hotel syari'ah adalah pelaksanaan pedoman-pedoman dalam operasional bisnis sehari-hari dengan berdasarkan nilai-nilai syari'ah, dalam hal ini yang terkait dengan bisnis hotel. Maka penerapan prinsip syariah sangat penting dalam menjalankan bisnis supaya bisa memberikan hal yang positif bagi perusahaan ataupun bagi konsumen. Hasil penelitian Siti Masitoh (2018) menunjukkan penerapan prinsip syariah berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H3 : Penerapan Prinsip Syariah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan bersifat kuantitatif. Dalam penelitian ini data dikumpulkan menggunakan kuisisioner. Populasi adalah generalisasi wilayah yang dikelompokkan atas suatu objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan peneliti untuk dikaji dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah konsumen yang berkunjung ke Syariah Hotel Solo. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dengan teknik *Non-probability Sampling*, dan cara yang digunakan dalam teknik ini dengan metode *Purpose Sampling*. Calon responden harus memiliki kriteria tertentu. Kriteria pengambilan berdasarkan konsumen yang pernah berkunjung ke Syariah Hotel Solo. Dalam penelitian ini, untuk menentukan jumlah besarnya sampel yang akan diambil. Sebagaimana yang dijelaskan menurut (Ferdinand, 2014), sampel yang umumnya digunakan pada penelitian multivrate (penggunaan analisis regresi multivariate) adalah sebanyak 25 kali dari jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini variabel independen berjumlah 3 yaitu variabel Fasilitas Hotel, Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip Syariah. Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 75 sampel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
Fasilitas Hotel (X1)	X1.1	0,735	0,2272	Valid
	X1.2	0,600	0,2272	Valid
	X1.3	0,797	0,2272	Valid
	X1.4	0,549	0,2272	Valid
	X1.5	0,623	0,2272	Valid
	X1.6	0,597	0,2272	Valid
	X1.7	0,720	0,2272	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,687	0,2272	Valid
	X2.2	0,657	0,2272	Valid
	X2.3	0,638	0,2272	Valid
	X2.4	0,692	0,2272	Valid
	X2.5	0,419	0,2272	Valid
	X2.6	0,510	0,2272	Valid
	X2.7	0,420	0,2272	Valid
Penerapan Prinsip Syariah (X3)	X3.1	0,520	0,2272	Valid
	X3.2	0,628	0,2272	Valid
	X3.3	0,706	0,2272	Valid
	X3.4	0,770	0,2272	Valid

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
	X3.5	0,420	0,2272	Valid
	X3.6	0,510	0,2272	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,631	0,2272	Valid
	Y2	0,557	0,2272	Valid
	Y3	0,626	0,2272	Valid
	Y4	0,701	0,2272	Valid
	Y5	0,693	0,2272	Valid

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2024

Dari hasil tabel uji validitas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan seluruh variabel dalam penelitian ini, dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya korelasi r hitung $>$ r tabel. Nilai 0,2272 ini diperoleh dari nilai r tabel dengan jumlah sampel $N=75$ dan $df = N-2= 73$.

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Nilai Hitung <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Fasilitas Hotel (X1)	0,804 $>$ 0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,771 $>$ 0,60	Reliabel
Penerapan Prinsip Syariah (X3)	0,868 $>$ 0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,640 $>$ 0,60	Reliabel

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2024

Reliabilitas berarti keandalan pengukuran variabel melalui pertanyaan kuesioner. Nilai *cronbach's alpha* (α) dan tingkat signifikansi sebelumnya dibandingkan untuk menguji reliabilitas. Tingkat signifikansi uji reliabilitas adalah 0,60. Berdasarkan tabel 2 di atas dapat disimpulkan semua variabel dalam penelitian menunjukkan nilai *cronbach's alpha* yang lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel adalah reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,000000
	Std. Deviation	1,52465522
Most Extreme Differences	Absolute	0,110
	Positive	0,110
	Negative	-0,052
Test Statistic		.139
Asymp. Sig. (2-tailed)		-0,110
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	0,200

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2024

Uji Normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* digunakan sebagai alat untuk memeriksa normalitas data, dan ini merupakan salah satu langkah penting dalam memastikan keabsahan asumsi klasik dalam analisis statistik. Nilai residual dianggap terdistribusi secara normal dalam model regresi yang baik. Berdasarkan tabel diatas hasil dari uji *Kolmogrov-Smirnov* yang memiliki nilai signifikansi *Monte Carlo Sig* 0,200 lebih besar dari 0,05, maka data tersebut dianggap berdistribusi normal, yang menunjukkan bahwa model regresi memenuhi uji asumsi klasik.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
Fasilitas Hotel	0,821	1,218
Kualitas Pelayanan	0,736	1,359
Penerapan Syariah	0,745	1,342

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2024

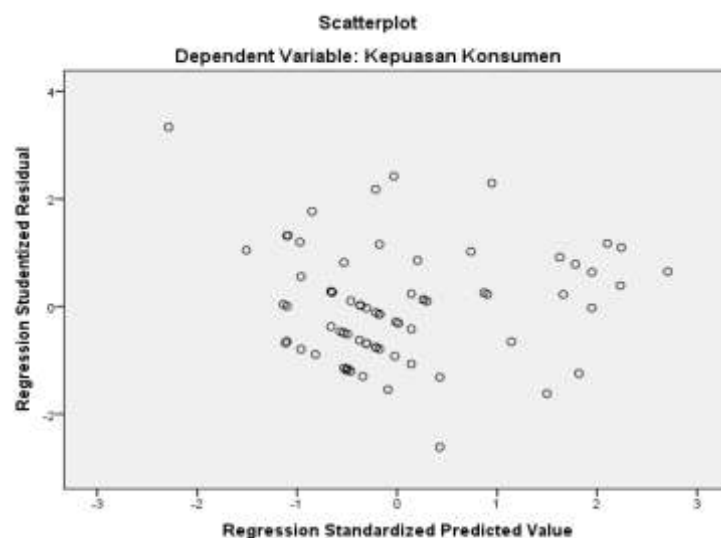
Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam model regresi berganda memiliki hubungan yang kuat satu sama lain. Berdasarkan dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* masing-masing variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF setiap variabel juga menunjukkan kurang dari 10,0. Maka, dapat disimpulkan variabel Fasilitas Hotel, Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip Syariah dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas atau tidak terdapat korelasi diantara variabel independen (X).

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

DL	DU	Durbin-Watson
1,5432	1,7092	1,746

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2024

Diketahui dari data (n) = 75, banyaknya variabel bebas (K) = 3, nilai dU adalah 1,7092. Dapat di masukkan rumus $dU < DW < 4 - dU$ untuk mengukur terjadi atau tidaknya autokorelasi. $1,7092 < 1,746 < 2,226$, dari memasukkan hasilnya ke rumus tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi (dinyatakan lolos uji autokorelasi). Yang di maksud tidak terjadi autokorelasi dari uji autokorelasi model durbin watson yaitu bahwa antara variabel tidak terjadi autokorelasi.



Gambar 2

Uji Heterokedastisitas

Dari gambar diatas dapat di simpulkan hasil uji heteroskedastisitas tidak terjadi heteroskedastisitas karena tidak terdapat pola yang jelas dan titik titik terlihat menyebar walaupun sebagian menggerombol di beberapa bagian, tetapi sebagian besar terlihat menyebar. Yang dimaksud tidak terjadi heterokedastisitas yaitu model regresi tersebut tidak memiliki kesamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Liner Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Kepuasan Konsumen	1,736	2,673		0,650	0,518
Fasilitas Hotel	0,379	0,136	0,275	2,788	0,007
Kualitas Pelayanan	0,425	0,109	0,408	3,909	0,000
Penerapan Syariah	0,206	0,145	0,148	1,423	0,159

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2024

Dari tabel 6 maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$KK = 1,736 + 0,379 FH + 0,425 KP + 0,206 PS + e$$

Dari persamaan regresi di atas maka dapat di interpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 1,376 artinya tanpa dipengaruhi oleh variabel apapun maka kepuasan konsumen sebesar 1,736.

- b. Nilai koefisien fasilitas hotel sebesar 0,379 artinya setiap kenaikan fasilitas hotel sebesar 1, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,379, dengan variabel kualitas pelayanan dan penerapan prinsip syariah dianggap konstan / tetap, dan sebaliknya.
- c. Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,425 artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,425, dengan variabel fasilitas hotel dan penerapan prinsip syariah dianggap konstan / tetap, dan sebaliknya.
- d. Nilai koefisien penerapan prinsip syariah sebesar 0,206 artinya setiap kenaikan penerapan prinsip syariah sebesar 1, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,206, dengan variabel fasilitas hotel dan kualitas pelayanan dianggap konstan / tetap, dan sebaliknya.

Tabel 7. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	130,568	3	45,523	17,964	0,000
Residual	172,018	71	2,423		
Total	302,587	74			

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2024

Dari tabel 7 nilai signifikasi uji F yaitu 0,000. Dari hasil tersebut diketahui nilai signifikasi lebih kecil dari 0,05 (5%), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi ini layak digunakan dan variabel bebas yaitu variabel fasilitas hotel, kualitas pelayanan dan penerapan prinsip syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu variabel kepuasan konsumen.

Tabel 8. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Kepuasan Konsumen	1,736	2,673		0,650	0,518
Fasilitas Hotel	0,379	0,136	0,275	2,788	0,007
Kualitas Pelayanan	0,425	0,109	0,408	3,909	0,000
Penerapan Syariah	0,206	0,145	0,148	1,423	0,159

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2024

Berdasarkan tabel 8 dapat di ketahui hasil uji t hipotesis Fasilitas Hotel, Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip Syariah terhadap Kepuasan Konsumen membuktikan bahwa :

- a. Fasilitas Hotel mempunyai t hitung sebesar 2,788. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,788 > 1,994$ dan signifikasi $0,007 < 0,05$. Maka berarti fasilitas hotel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Kepuasan Konsumen mempunyai t hitung sebesar 3,909. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,909 > 1,994$ dan signifikasi $0,000 < 0,05$. Maka berarti kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- c. Penerapan Prinsip Syariah mempunyai t hitung sebesar 1,423. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1,423 < 1,994$ dan signifikasi $0,159 > 0,05$. Maka berarti variabel penerapan prinsip syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square
0,657	0,432	0,593

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2024

Dari tabel 9 dapat disimpulkan bahwa adjusted R-square menunjukkan 0,593 artinya Fasilitas Hotel, Kualitas Pelayanan, Penerapan Prinsip Syariah memiliki proporsi pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 59,3%, sedangkan sisanya 40,7% ($100\% - 59,3\%$) dipengaruhi variabel lain yang tidak ada didalam model regresi linier.

4.2. Pembahasan

1. Pengaruh Fasilitas Hotel terhadap kepuasan konsumen Syariah Hotel Solo

Berdasarkan dari hasil uji parsial ada pengaruh fasilitas hotel terhadap kepuasan konsumen, yang berarti fasilitas hotel yang lengkap, bagus dan nyaman digunakan maka akan membuat konsumen menjadi puas. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Ratih & Khoirun (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh fasilitas hotel karena jika fasilitas hotel lengkap dan berfungsi dengan baik maka akan membuat konsumen menjadi puas. Dan tidak sejalan dengan hasil penelitian dari Zainal & Agustian (2020) yang menunjukkan bahwa fasilitas hotel tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen Syariah Hotel Solo

Berdasarkan dari hasil uji persial ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maksudnya semakin bagus atau baik pelayanan maka akan membuat konsumen menjadi puas. Kualitas pelayanan tergolong bagus jika tangible, reliabilitas, responsiveness, assurance dan emphaty dilakukan dengan baik oleh karyawan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Awaliya (2019) menyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan apabila layanan yang diterima oleh konsumen sama dengan layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan. Dan tidak sejalan dari penelitian dari Dani dan Trias (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Penerapan Prinsip Syariah terhadap kepuasan konsumen Syariah Hotel Solo

Berdasarkan dari uji persial yang dilakukan tidak ada pengaruh penerapan prinsip syariah terhadap kepuasan konsumen, yang mungkin dikarenakan Syariah Hotel Solo dinilai belum begitu baik dalam menerapkan prinsip syariah. Para konsumen menilai Syariah Hoyel Solo belum menerapkan prinsip syariah dengan baik. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Siti (2018) yang menyatakan penerapan prinsip syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena perusahaan belum melakukan prinsip syariah dengan baik.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Fasilitas Hotel, Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan penelitian dan dengan pengujian yang dilakukan terhadap beberapa hipotesis dalam penelitian, hasilnya menunjukkan bahwa tidak semua variabel independend yakni Fasilitas Halal, Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip Syariah berpengaruh signifikan terhadap variabel dependend yaitu Kepuasan Konsumen. Faktor yang tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini adalah variabel Penerapan Prinsip Syariah. Keterbetasan dalam penelitian ini adalah Model dalam penelitian ini hanya terbatas pada tiga variabel yaitu Fasilitas Hotel, Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip Syariah dimana masih banyak faktor variabel lain yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 75 responden yang tergolong sedikit, dan kuisioner ini bersifat tertutup yang artinya responden menjawab kriteria jawaban yang telah ditentukan, sehingga dapat memungkinkan responden menjawab asal.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran atau rekomendasi yang dapat penelitian lain ajukan yaitu :

- a. Hendaknya dijadikan tambahan literatur kepustakaan yang dapat dijadikan sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian kuantitatif khususnya di bidang fasilitas dan pelayanan.
- b. Sebaiknya Syariah Hotel Solo bisa mempertahankan fasilitas dan kualitas pelayanan yang sudah baik dan bisa meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan dengan lebih baik lagi agar para konsumen bisa puas. Dan khususnya Syariah Hotel Solo bisa melakukan prinsip syariah dengan lebih baik lagi sesuai dengan stadart hotel syariah.
- c. Hendaknya peneliti selanjutnya dapat memperluas lingkup penelitian atau menambah variabel penelitian, misalnya pengaruh harga atau pemasaran.

6. REFERENSI

- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 1(2), 83-101.
- Astuti, R. P. (2020). Pengaruh Fasilitas Hotel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Syariah Hotel Solo.
- Awaliya, K. N (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Syariah Di Solo.
- Ferdinand, A. (2014.) Metode Penelitian Manajemen Skripsi.
- Gunartik, G., & Nainggolan, N. P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Perpustakaan (Di Politeknik Negeri Batam). *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3(2), 29-39
- Hermawan, Hary, Erlangga Brahmanto, and Faizal Hamzah. Pengantar manajemen hospitality. Penerbit NEM, 2018.
- Karebet (2022). Etika Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah. *J-Mabisya*, 3(2), 12-16.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2018). *Marketing Management*.(Global Edi).
- Riyanto, R. (2022). Kajian Strategis Bisnis Syariah Di Indonesia. *I-Economics: A Research Journal on Islamic Economics*, 5(1), 53-63.
- Sugiyono, N. (2011). *Metodelogi penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117-1127.
- Tjiptono, F. (2022). Service, quality, dan satisfaction.