

MINISTRY OF RESEARCH, TECHNOLOGY AND HIGH EDUCATION
FACULTY OF ECONOMY AND BUSINESS UNIVERSITAS AIRLANGGA

EDUCATION PROGRAM : ISLAMIC ECONOMICS
NUMBER :

ABSTRACT
THESIS OF ISLAMIC ECONOMICS BACHELOR

NAME : FITRIA SOLAHIKA SALMA
STUDENT NUMBER : 041014071
COMPILATION YEAR : 2015

TITLE:

The Influences of Quality Perspective Islamic Service on Satisfication and Customer Loyalty of Grand Hotel Kalimas in Surabaya.

CONTENT:

This study intends to know the influences of quality perspective Islamic service on the satisfication and the customer loyalty of Grand Hotel Kalimas in Surabaya. In achieving the aim, this study uses quantitative approach particularly in path analysis. Questioner is used in this study as primary data source of this study, moreover the data sampling of this study taken from 30 respondents. Meanwhile, method of data collection uses nonprobability sampling with accidental sampling approach.

For the results, the writer finds that the quality of perspective Islamic gives significant impact toward the satisfication of the customer, but it does not give significant impact toward the loyalty of customer. However, the satisfication of the customer gives significant influence toward the loyalty of the customer, Islamic perspective of service quality indirect effect on customer loyalty.

Through this study, the writer tries to give some suggestion to Grand Hotel Kalimas Surabaya is should always confirm the reservation and note any reservations from customers to reduce errors, provide innovation in service quality Islamic perspective, which provides a program of tour packages sharia in Surabaya region, implementing pricing strategies such as price promotions and price package, for increase the purchase premium, complete facilities, such as mat towels, wipes, mukena, and stop contac.

Suggestion for further research is expected to increase the level of religious knowledge as a moderator in this study. It is also important to find another object of the study that engaged in the field of services, such as sharia swimming pool.

Keyword : quality of perspective Islamic service, satisfication of customer, loyalty of customer, and sharia hotel.

وذرة البحت و التكنولوجيا والنز بيه العاليه

جامعة إرلانغا كلية لإقتصادية والأعمال

شعبة : الإقتصاد الإسلامي

رقم التسجيل :.....

ملخص

بحث العلمي خريج الإقتصاد الإسلامي

اسم : فتريا صلاحكا سلمى

رقم الفيد: 041014071

سنة الإعداد: 2015

الموضوع:

تأثير منظور إسلامي على رضا جودة الخدمة و لاء العملاء فندقكليماس جراندي في

سورابايا

المحتويات:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر منظور إسلامي جودة الخدمة على رضا العملاء والولاء فندق جراندي فندق كليماس في سورابايا.

تستخدم هذه الدراسة المنهج الكمي لتحليل المسار (تحليل المسار) . مصدر البيانات في هذه الدراسة باستخدام استبيان البيانات الأولية . وكان عدد من العينات في الدراسة 30 المستجيبين. تقنية أخذ العينات باستخدام أخذ العينات الاحتمالية مع نهج أخذ العينات عرضي

وبناء على نتائج الدراسة أظهرت أن جودة الخدمات من منظور إسلامي تأثير كبير على رضا العملاء وجودة الخدمة على المنظور الإسلامي ليس له تأثير كبير على ولاء العملاء ورضا العملاء لديها تأثير كبير على ولاء العملاء.

اقتراحات ل كليماس هي أن تقدم يمكن القيام به التوجيهات في هذا الشأن على سبيل المثال مع التدريب الروحي أو دورة جانب بانتظام مع العقيدة والتدريب، و الأخلاق ، والخبرة وكثافة المعرفة في كثير من الأحيان ، لمكافأة أو تقدير للموظفين الذين يقدمون العملاء ينظر جودة الخدمة مرضية ، وتوفير مكان الصلاة في بهو الفندق حتى يمكن الوصول إليها من قبل الضيوف . ومن المتوقع أن إضافة مستوى آخر من المعرفة الدينية بوصفها الوسيط في هذه الدراسة اقتراحات ل مزيد من البحث و يمكن إجراء بحوث بشأن الكائن أبحاث أخرى تتحرك في مجال الخدمات ، مثل حمامات السباحة الشريعة.

الإلفاظ الهمة :

المنظور الإسلامي ل جودة الخدمة ، ورضا العملاء ، ولاء العملاء ، و فندق الشريعة

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah Sistem Transliterasi Arab-Latin. Berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI no. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

1. Konsonan Tunggal

No.	Arab	Latin	Keterangan	No.	Arab	Latin	Keterangan
1.	ا	-	Tidak dilambangkan	16.	ط	ṭ	t (dengan titik di bawahnya)
2.	ب	b	-	17.	ظ	ẓ	z (dengan titik di bawahnya)
3.	ت	t	-	18.	ع	ʿ	koma terbalik letak di atas
4.	ث	ṡ	s (dengan titik di atasnya)	19.	غ	g	-
5.	ج	j	-	20.	ف	f	-
6.	ح	ḥ	h (dengan titik di bawahnya)	21.	ق	q	-
7.	خ	kh	-	22.	ك	k	-
8.	د	d	-	23.	ل	l	-
9.	ذ	z	z (dengan titik di atasnya)	24.	م	m	-
10.	ر	r	-	25.	ن	n	-

11.	ز	z	-	26.	و	w	-
12.	س	s	-	27.	ه/هـ	h	-
13.	ش	sy	-	28.	ء	‘	Apostrof
14.	ص	ṣ	s (dengan titik di bawahnya)	29.	ي	y	-
15.	ض	ḍ	d (dengan titik di bawahnya)	30.			

2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda syiddah (ّ) ditulis rangkap.

Contoh: اِنَّهٗ ditulis **innahu**

3. Tā'marbūtah di akhir kata

3.1. Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis **jamā'ah**

مكتبة ditulis **maktabah**

3.2. Bila dihidupkan ditulis t

Contoh : مكتبة الجامعة ditulis maktabat**u** 'l-jāmi'ah

4. Vokal Panjang (mad)

Fathah (baris di atas) di tulis ā, kasrah (baris di bawah) di tulis ī, serta dammah (baris di depan) ditulis dengan ū. Misalnya; الناس ditulis an-*nās*, الرحيم ditulis ar-*rahīm*, المسلمون ditulis al-*muslimūn*.

5. Vokal pendek yang berurutan dipisahkan dengan tanda pisah (-)

شيء عظيم, ditulis syai-in qadīr

6. Kata Sandang Alif+Lam

Bila Alif + lam diikuti oleh huruf-huruf qamariyah, yang terkumpul dalam kata ابغي حجك وخف عقمه (alif, b, g, y, h, j, k, w, kh, f, ', q, m, t) ditulis al, misalnya ; المسلمون ditulis al-muslimūn. Sedangkan, bila diikuti oleh huruf syamsiyah (huruf hijaiyah selain huruf qamariyah), huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya, misalnya; الرحمن ditulis ar-rahmān.

7. Kata dalam Rangkaian Frasa atau Kalimat, misalnya :

Penghubung antar kata menggunakan tanda petik ('), sedangkan penghubung dalam satu kata menggunakan tanda pisah (-).

بسم الله الرحمن الرحيم dibaca *bismi 'l-Lāhi 'r-rahmāni 'r-rahīm*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
DECLARATION.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
تلخيص.....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Penelitian	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Pemasaran	12
2.1.1.1. Definisi Pemasaran.....	12
2.1.1.2. Definisi Pemasaran Islam	12
2.1.1.2.1. Karakteristik Pemasaran Islam.....	15
2.1.1.3. Pemasaran Jasa	20
2.1.1.3.1. Pemasaran Jasa pada Hotel Syariah	21
2.1.2. Perbedaan Hotel Syariah dan Hotel Konvensional.....	22
2.1.2.1. Hotel Syariah.....	22
2.1.2.2. Hotel Konvensional.....	27
2.1.3. Kualitas Jasa.....	28
2.1.3.1. Dimensi Kualitas Jasa	29
2.1.4. Kualitas Jasa Perspektif Islam.....	32
2.1.4.1. Komponen Kualitas Jasa Perspektif Islam	34
2.1.5. Kepuasan Pelanggan	43
2.1.5.1. Definisi Kepuasan Pelanggan	43
2.1.5.2. Kepuasan Pelanggan Dalam Islam.....	44
2.1.5.3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	49

2.1.6.	Loyalitas Pelanggan	50
2.1.6.1.	Definisi Loyalitas Pelanggan	50
2.1.6.2.	Loyalitas Pelanggan Dalam Islam.....	51
2.1.6.3.	Pengukuran Loyalitas Pelanggan	53
2.1.7.	Hubungan Antar Variabel	56
2.1.7.1.	Hubungan Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
2.1.7.2.	Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Loyalitas Pelanggan.....	57
2.1.7.3.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	60
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	61
2.3.	Hipotesis Penelitian.....	69
2.4.	Model Analisis.....	70
2.5.	Kerangka Berpikir.....	71
BAB 3	METODE PENELITIAN	73
3.1.	Pendekatan Penelitian	73
3.2.	Identifikasi Variabel	73
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	74
3.3.1.	Variabel Eksogen (X).....	75
3.3.2.	Variabel Intervening (Z).	76
3.3.3.	Variabel Endogen (Y).	77
3.3.4.	Pengukuran Variabel dan Skala yang Digunakan.....	79
3.4.	Jenis dan Sumber Data	80
3.5.	Prosedur Pengumpulan Data	80
3.5.1	Populasi dan Sampel	80
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data	81
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	82
3.6.1.	Uji Validitas	82
3.6.2.	Uji Reliabilitas	82
3.7.	Teknik Analisis Data	83
3.7.1.	Asumsi-asumsi Path Analysis.....	85
3.7.2.	Pengujian Hipotesis.....	86
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	88
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	88
4.1.1.	Gambaran Umum Hotel Grand Kalimas.....	88
4.1.2.	Fasilitas Hotel Grand Kalimas	89
4.1.3.	Struktur Organisasi Hotel Grand Kalimas	91
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	91
4.2.1.	Karakteristik Responden.....	91
4.2.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	91
4.2.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	92
4.2.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	92
4.2.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	93
4.2.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan...	94

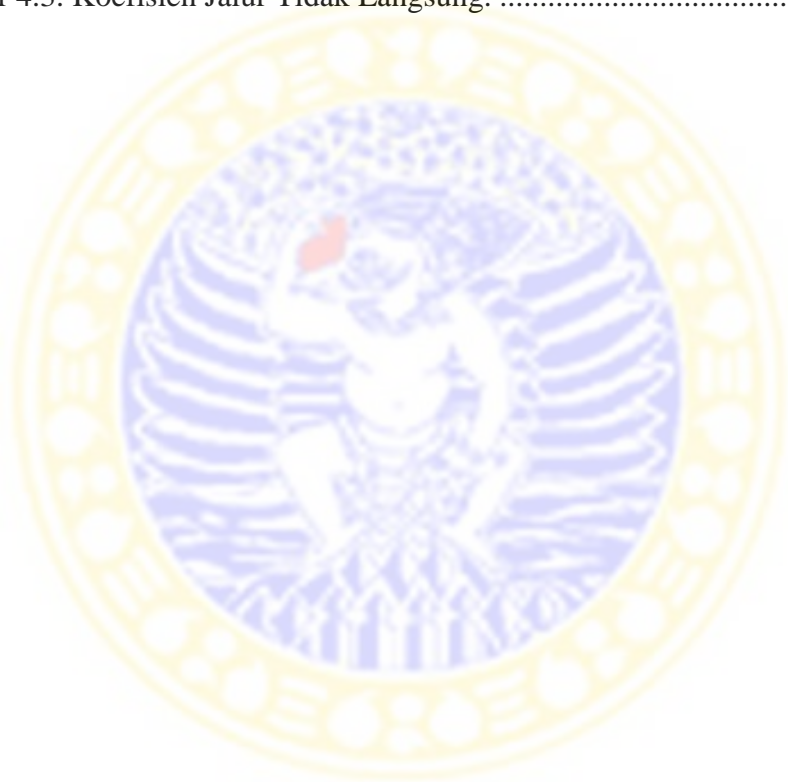
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	94
4.3.1.	Deskripsi Jawaban Responden atas Kualitas Jasa Perspektif Islam (X).....	95
4.3.2.	Deskripsi Jawaban Responden atas Kepuasan Pelanggan (Z). ...	102
4.3.3.	Deskripsi Jawaban Responden atas Loyalitas Pelanggan (Y).....	104
4.4.	Validitas dan Reliabilitas Data.....	107
4.4.1.	Validitas Alat Ukur.	107
4.4.2.	Reliabilitas Alat Ukur.	108
4.5.	Hasil Uji Analisis Jalur atau Path Analysis.	109
4.5.1.	Asumsi-asumsi Analisis Jalur atau Path Analysis.....	109
4.5.2.	Hasil Pengujian Analisis Jalur atau Path Analysis.....	112
4.5.2.1.	Koefisien Jalur.	112
4.5.2.2.	Koefisien Determinasi.....	115
4.5.2.3.	Pembuktian Hipotesis.	115
4.5.2.4.	Koefisien Jalur Tidak Langsung.	117
4.6.	Pembahasan.....	118
4.6.1.	Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Kepuasan Pelanggan.	118
4.6.2.	Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Loyalitas Pelanggan.	121
4.6.3.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan... ..	117
4.7.	Keterbatasan Penelitian.....	126
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN.....	127
5.1.	Simpulan.	127
5.2.	Saran.....	127
	DAFTAR PUSTAKA	xxiv
	LAMPIRAN.....	xxxii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbedaan Antara Kepuasan Konvensional dan Kepuasan Pelanggan Dalam Islam.	46
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	92
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.	92
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.	93
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.	93
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.	94
Tabel 4.6. Kategori Penilaian.	95
Tabel 4.7. Deskripsi Jawaban Responden Atas Kualitas Jasa Perspektif Islam.	96
Tabel 4.8. Deskripsi Jawaban Responden Atas Kepuasan Pelanggan.	102
Tabel 4.9. Deskripsi Jawaban Responden Atas Loyalitas Pelanggan.	104
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Jasa Perspektif Islam.	107
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.	108
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.	108
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas.	109
Tabel 4.14. Uji Outlier Data Secara Univariate.	110
Tabel 4.15. Uji Outlier Data Secara Multivariate.	111
Tabel 4.16. Uji Normalitas Data Secara Univariate.	111
Tabel 4.17. Uji Normalitas Data Secara Multivariate.	112
Tabel 4.18. Nilai Koefisien Jalur Pengaruh.	113
Tabel 4.19. Nilai Koefisien Determinan.	115
Tabel 4.20. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung.	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Konsep Kepuasan Pelanggan.	44
Gambar 2.2. Hubungan Kualitas Jasa Perspektif Islam dan Kepuasan Pelanggan.	57
Gambar 2.3. Model Analisis.	70
Gambar 2.4. Kerangka Berpikir.	72
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Hotel Grand Kalimas.	91
Gambar 4.2. Hasil Pengujian Analisis Jalur.....	113
Gambar 4.3. Koefisien Jalur Tidak Langsung.	117



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabel Jawaban Responden
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Deskripsi dan Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5 Uji Reliabilitas dan Validitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Path Analysis (Asumsi-asumsi)
- Lampiran 7 Hasil Uji Path Analysis (Hyipotesis)
- Lampiran 8 Dokumentasi

