

**KASABA: JURNAL EKONOMI ISLAM**

Diterbitkan oleh Program Studi Magister Ekonomi Syariah- Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia
ISSN: 1978-7308 (Cetak) | 2115-159X (Online)
<http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/KASABA>

PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DAN KUALITAS MANAJEMEN PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN SOFYAN HOTEL BETAWI SYARIAH

Dewi Pitriani^{1*}, Ibdalsyah², Hilman Hakiem³

¹ Ekonomi Syariah, Universitas Ibn Khaldun Bogor, dhewifitri85@gmail.com

² Ekonomi Syariah, Universitas Ibn Khaldun Bogor, buyaibdalsyah@gmail.com

³ Ekonomi Syariah, Universitas Ibn Khaldun Bogor, hilman.hakiem@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the application of Islamic bussiness ethics and the quality of service management at Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng on the level of consumer satisfaction. This type of research uses a quantitative approach. The population is visitors to the Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng, with a sample of 30 respondents. The sampling technique in this study is accidental sampling. This study used multiple linear regression analysis method. The results of the study conducted obtained the coefficient of determination test results of 0,776. This shows that the percentage influence of Islamic bussiness ethics and service management variables on the level of customer satisfaction is 77,6%. While the remaining 22,4% is influenced by other factors wich are not included in this study. Simultaneously it can be stated that there is an influence between Islamic bussiness ethics and service management together on the level of customer satisfaction at Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng, with a significance value of 0,000, it can be interpreted that the significance value is $< 0,05 (\alpha)$. So it means that there is a positive influence between Islamic bussiness ethics and service management on the level of customer satisfaction at Sofyan Hotel Bbetawi Syariah Menteng. Partially Islamic bussiness ethics has no influence on the level of customer satisfaction Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng with a significance value of $0,316 > 0,05 (\alpha)$. While partially service management has an influence on the level of consumer satisfaction Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng with a significance value generated $0,000 < 0,05 (\alpha)$.

Keywords: *Islamic ethics, bussiness ethics, services quality, consumer satisfaction*

I. PENDAHULUAN

Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan merupakan populasi Muslim terbesar di dunia, menurut BPS (2013) tercatat 207.176.162 jiwa penduduk Muslim atau 87,21% dari jumlah penduduk Indonesia (www.bps.go.id).

Ekonomi syariah merupakan bagian penting dari sistem perekonomian Indonesia. Ia senantiasa berkembang dengan pesat dan menjadi salah satu pemain utama dalam keuangan global. Di dalam sektor ekonomi syariah yang telah mengalami pertumbuhan dan menjadi perhatian banyak bagi kalangan umat Islam dalam produk *lifestyle* adalah pariwisata halal. Dalam hal ini pariwisata halal terus mengalami perkembangan yang signifikan dibandingkan dengan pariwisata konvensional yang ada (Baharudin & Fahadil, 2018 : 34).

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bersama MUI telah meluncurkan wisata syariah di Indonesia. Ada empat produk dalam wisata syariah yang diprioritaskan, yaitu : hotel, restoran, travel agent, dan usaha SPA. Potensi wisata syariah sangat besar, dapat dikatakan menjadi sebuah terobosan studi baru yakni "*Global Muslim Lifestyle Travel Market : Landscape & Consumer Needs*", menunjukkan bahwa belanja wisatawan Muslim secara global terhitung senilai 126.1 juta \$ AS (sekitar 1,53 triliun rupiah) pada tahun 2011 dan diperkirakan akan terus meningkat 4,8% hingga tahun 2020 ini (Janitra, M. R, 2017:7).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) hotel adalah bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk 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.

Definisi hotel syariah dapat ditemukan pada Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah, yaitu usaha hotel adalah penyedia akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makanan dan minuman, kegiatan hiburan dan serta fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan. Kriteria usaha hotel syariah adalah rumusan kualifikasi atau klasifikasi yang mencakup aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan yang mengikuti perkembangan kebutuhan dan teknologi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Ratnasari, R. T, 2016 : 203).

Adapun beberapa studi terdahulu telah melakukan penelitian terhadap hotel syariah secara umum. Penelitian yang dilakukan oleh Hanifatus Solichah (2012) misalnya, ia menyimpulkan bahwa hasil dari penelitian dan analisis yang dilakukan terhadap bisnis hotel syariah yang dijalankan oleh Namira Hotel Syariah Yogyakarta ini menunjukkan bahwa penggunaan syariah yang digunakan oleh pihak hotel merupakan syariah dari perspektif Namira dan belum mempunyai legal formal syariah oleh Majelis Ulama Indonesia. Sedangkan studi menurut Widyarini (2013) Hasil penelitian menunjukkan bahwa hotel (penginapan) syariah haruslah mengacu pada al-qur'an dan hadits. Artinya di dalam penawaran jasanya, hotel syariah harus mengedepankan kehalalan baik dalam proses maupun hasil produk dan menerapkan pelayanan yang syar'i. dari

sample hotel-hotel syariah yang ada di Yogyakarta seperti Hotel Limaran, Hotel Namira, dan Hotel Madani, ketiganya ternyata belum secara lengkap menerapkan kesyariahan secara utuh. Namun demikian hotel syariah merupakan awal perkembangan yang baik guna menghindari kemaksiatan yang berkelanjutan di lingkungan masyarakat.

Menurut beberapa studi terdahulu diatas mengenai berdirinya hotel syariah, penulis dapat menyimpulkan bahwa di dalam perkembangan ekonomi dan bisnis yang semakin meningkat ini, hotel syariah dapat dijadikan sebagai sebuah peluang untuk mewujudkan bisnis yang menggunakan sistem syariah dengan tetap taat peraturan pemerintah yang berlaku dan menyesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat agama Islam. Sehingga, selain dapat mencari keuntungan dengan bisnis tersebut, kita juga dapat menjaga etika dan moralitas dimanapun dan kapanpun.

Maka, pada penelitian kali ini penulis akan membahas mengenai penerapan etika bisnis Islam dan kualitas manajemen pelayanan yang ada pada sebuah hotel di Jakarta, yakni Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng. Sofyan Hotel merupakan pionir hotel halal dan satu-satunya hotel yang mendapatkan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Kiprahnya usaha ini diikuti oleh banyak pengusaha di sektor industri perhotelan. Hingga saat ini, berdasarkan data yang dihimpun oleh Traveloka per 2018, tercatat lebih dari 730 hotel berkonsep halal di Indonesia.

Sofyan Hotel merupakan pionir hotel halal dan satu-satunya hotel yang mendapatkan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Cikal bakal Sofyan Hotel berdiri sejak tahun 1970 dan mulai menggunakan brand Sofyan Hotel sejak

1984. Sofyan Hotel memiliki dua lokasi hotel di Jakarta yaitu, Sofyan Hotel Cut Meutia (Cikini, Jakarta Pusat) dan Sofyan Hotel Soepomo (Tebet, Jakarta Selatan).

Riyanto selaku pendiri Sofyan Hotel Betawi Syariah meyakinkan Sofyan Hotel akan tetap berkonsisten menjaga komitmen dan kredibilitas sebagai hotel halal dengan memberikan pelayanan yang profesional dan mengedepankan prinsip kekerabatan dalam melayani tamu. Sofyan Hotel termasuk salah satu tempat penginapan yang menyajikan keindahan khas kota Jakarta.

Di dalam pelaksanaannya, Sofyan Hotel ini memiliki keunikan tersendiri, yakni dengan menerapkan konsep manajemen syariah yang dapat menyeimbangkan tatanan bisnis perhotelan meliputi: etika, moral, dan nilai-nilai agama guna memenuhi kebutuhan umat yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

Sofyan Hotel sebagai salah satu institusi yang bergerak di bidang jasa dan mengutamakan kualitas pelayanan terhadap pelanggan, maka Sofyan Hotel harus berusaha untuk lebih fokus terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepuasan konsumennya.

Berdasarkan pemaparan dalam identifikasi diatas, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah: (a) Apakah terdapat pengaruh antara Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap tingkat kepuasan konsumen Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng? (b) Bagaimana pengaruh Kualitas Manajemen Pelayanan yang diterapkan oleh Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng kepada para konsumen? Dan (c) Sejauh mana pengaruh antara Penerapan Etika Bisnis Islam dan Kualitas Manajemen Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen ?

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng yang terletak di Jl. Cut Meutia No.9 Jakarta Pusat 10330. Adapun waktu penelitiannya yaitu pada Bulan Maret 2020. Dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk menekankan analisisnya pada data-data angka yang diolah dengan metode statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis pada penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu akan mempengaruhi variabel yang lain (Azwar, 2004).

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yaitu pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada para tamu Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng dengan cara : (1)Mendatangi salah satu target yang ingin dijadikan responden, (2)Responden diberikan kuesioner, (3) Sambil mengisi kuesioner, ditunggu dan diberikan penjelasan jika belum jelas terhadap apa yang dibaca, (4)Setelah responden mengisi, kemudian jawaban tersebut ditabulasi, diolah, dianalisis, dan disimpulkan. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang berisi lima tingkat jawaban yang merupakan skala ordinal. Dimana skala likert ini merupakan cara yang sering digunakan dalam menentukan skor.

Pada penelitian ini pengambilan data yang dilakukan dengan cara membagikan kuesioner, maka di dalam penelitian ini terdapat uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas berasal dari kata *validity*

yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Suatu instrumen dikatakan valid, apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat (Nurhasanah, 2017 : 62). Perhitungan yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi product moment dari Karl Pearson, yaitu dengan menggunakan SPSS Versi 16,0.

Persamaan Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen penerapan etika bisnis Islam (X_1), dan kualitas manajemen pelayanan (X_2) terhadap variabel dependen yaitu tingkat kepuasan konsumen. Adapun bentuk persamaan analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sehingga dalam penelitian ini persamaan analisis regresi berganda adalah :

$$KK = a + b_1EBI + b_2KMP$$

Hipotesis Statistik

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dalam pengujian hipotesis ini, peneliti menetapkan dengan uji signifikan, dengan penetapan nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

Hipotesis nol (H_0) adalah suatu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan hipotesis alternatif

(H_a) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara parsial (uji t) dan pengujian secara simultan (uji f). Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan dengan pengaruh variabel-variabel yaitu *penerapan etika bisnis Islam* dan *kualitas manajemen pelayanan* terhadap tingkat *kepuasan konsumen*.

Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing dari variabel independen terhadap variabel dependen, untuk itu digunakanlah tingkat signifikansi 0,05. Setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menyimpulkan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut :

Jika $-t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H₀ ditolak.

Jika $-t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H₀ diterima.

Uji f (simultan)

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Adapun kriteria yang termasuk dalam pengujian ini adalah :

Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $F < 0,05$ maka H₀ diterima, artinya tidak ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $F > 0,05$ maka H₀ ditolak, artinya ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Analisa determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase hasil pengaruh dari variabel dependen secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel independen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi dari variabel dependen. Semakin besar nilai R² (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen.

III. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan suatu instrumen dalam pengumpulan data. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Hasil dari uji validitas penelitian dapat diketahui berdasarkan tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Etika Bisnis Islam (X₁)

Item Pernyataan (X ₁)	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
EBI 1	0,921	0,374	Valid
EBI 2	0,582	0,374	Valid
EBI 3	0,733	0,374	Valid
EBI 4	0,659	0,374	Valid
EBI 5	0,827	0,374	Valid

Sumber Data : output spss yang diolah, 2020

Hasil uji validitas dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari seluruh item pernyataan dapat dilihat semua item pada variabel tersebut memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dan positif dibanding r_{tabel} untuk (df) = 30 - 2 = 28 dan alpha 0,05 dengan uji satu sisi terdapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua

pertanyaan/pernyataan yang ada di dalam variabel penerapan etika bisnis Islam secara keseluruhan adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Manajemen Pelayanan (X₂)

Item Pernyataan(X ₂)	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
MP 1	0.878	0.374	Valid
MP 2	0.692	0.374	Valid
MP 3	0.667	0.374	Valid
MP 4	0.877	0.374	Valid
MP 5	0.731	0.374	Valid

Sumber Data : Output SPSS yang diolah, 2020

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Item Pernyataan (Y)	Rhitung	Rtabel	Keterangan
TKK 1	0.783	0.374	Valid
TKK 2	0.909	0.374	Valid
TKK 3	0.879	0.374	Valid

Sumber Data : Output SPSS yang diolah, 2020

Hasil dari uji validitas di atas dapat dilihat semua item pada variabel tersebut memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dan positif dibanding r_{tabel} untuk $(df) = 30-2 = 28$ dan $\alpha 0,05$ dengan uji satu sisi terdapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan/pernyataan yang ada dalam variabel tingkat kepuasan konsumen adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan tepat untuk mengukur konsep

yang hendak diukur dan menunjukkan pada sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang kali. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Jika *cronbach alpha* > 0,60 maka dapat dikatakan reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas pada penelitian ini :

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Reliability Statistics

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Etika Bisnis Islam (X ₁)	0,805	5
Manajemen Pelayanan (X ₂)	0,829	5
Kepuasan Konsumen (Y)	0,819	3

Sumber : Data output SPSS yang diolah, 2020

Hasil uji reliabilitas di atas pada Etika Bisnis Islam diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* 0,805. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,805 > 0,60 sehingga variabel Etika Bisnis Islam dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Hasil uji reliabilitas pada variabel Manajemen Pelayanan diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* 0,829. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,829 > 0,60 sehingga variabel Manajemen pelayanan dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Hasil uji reliabilitas pada variabel Kepuasan Konsumen diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* 0,819. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,819 > 0,60 sehingga variabel Kepuasan Konsumen dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas

dilakukan berdasarkan pada metode uji *one sample kolmogorov smirnov Test*.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.69723004
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.123
	Positive	.081
	Negative	-.123
Kolmogorov-Smirnov Z		.675
Asymp. Sig. (2-tailed)		.752

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat dari hasil uji normalitas bahwa nilai signifikansi (*Asymp. Sig 2-tailed*) sebesar 0,752. Nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikansi 0,10 ($0,752 > 0,10$). Jadi, dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model tersebut ditemukan adanya korelasi antara *independent variabel*. Apabila nilai VIF (*variance inflation factor*) kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Etika Bisnis Islam (X ₁)	.444	2.252
Manajemen Pelayanan (X ₂)	.444	2.252

Sumber Data: output SPSS yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai VIF dari variabel etika bisnis Islam sebesar $2,252 < 10$ dan variabel manajemen pelayanan sebesar $2,252 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independent tersebut tidak terjadi multikolinearitas. Sementara nilai *tolerance* dari variabel etika bisnis Islam sebesar $0,444 > 0,1$ dan variabel manajemen pelayanan memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,444 > 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari kedua variabel independent tersebut lebih besar dari 0,1, sehingga penilaian itu menandakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara *independent variabel*.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melihat adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Metode yang diambil untuk melihat ketidaksamaan varian dari residual ialah uji *park*. Kriteria pengujiannya dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika korelasi antar variabel independen dengan residual memberikan signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

$$KK = a + b_1EBI + b_2MP + e$$

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.860	2.527		1.132	.268
	Etika	.031	1.444	.005	.022	.983
	Manajemen	-1.098	1.697	-.202	-.647	.523
	Kepuasan	-1.348	1.654	-.253	-.815	.422

$$KK = 0,695 + 0,092X_1 + 0,473X_2 + e$$

Konstanta sebesar 0,695 dapat diartikan apabila variabel etika bisnis dan manajemen pelayanan dianggap konstanta, maka kepuasan konsumen adalah sebesar 0,695 satuan.

Koefisien regresi variabel etika bisnis Islam sebesar 0,092 satuan, apabila koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara etika bisnis Islam dengan kepuasan konsumen, semakin tinggi tingkat penerapan etika bisnis Islam maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen.

Koefisien regresi variabel manajemen pelayanan sebesar 0,473 satuan, apabila koefisien memiliki nilai positif artinya terjadi hubungan positif pula antara manajemen pelayanan dengan kepuasan konsumen, semakin tinggi kualitas manajemen pelayanan maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen.

a. Dependent Variable: Lne2i

Dari tabel di atas dapat diketahui hasil uji heteroskedastisitas bahwa nilai signifikansi dari variabel etika bisnis Islam sebesar $0,983 > 0,05$ dan variabel manajemen pelayanan sebesar $0,523 > 0,05$. Dengan demikian, dari kedua variabel independen tersebut dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu juga analisis regresi berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji-t)

Uji-t atau parsial dilakukan untuk melihat secara parsial pengaruh yang signifikan antara variabel bebas yakni etika bisnis Islam dan kualitas manajemen pelayanan terhadap variabel terikat yaitu tingkat kepuasan konsumen. Adapun hasil dari uji signifikan parsial ini adalah sebagai berikut :

Tabel 8. Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.695	.532		1.305	.203
Etika Bisnis Islam (X ₁)	.092	.090	.140	1.021	.316
Manajemen Pelayanan (X ₂)	.473	.084	.772	5.649	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen (y)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji-t)

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
1 (Constant)	.695	.532			1.305	.203
Etika Bisnis Islam (X ₁)	.092	.090	.140		1.021	.316
Manajemen Pelayanan (X ₂)	.473	.084	.772		5.649	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel Etika Bisnis Islam memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,021 dan dengan nilai signifikansi sebesar 0,316, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,316 > \alpha$ (0.05).

Artinya, H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel Penerapan Etika Bisnis Islam (X₁) terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Y) yang ada pada Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng secara parsial.

Sedangkan pada variabel Manajemen Pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,649 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,000 < \alpha$ (0,05). Artinya, bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Manajemen Pelayanan (X₂) terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Y) pada Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng secara parsial.

Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat secara bersama-sama pengaruh signifikan semua variabel bebas antara Etika Bisnis

Islam dan Manajemen Pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen.

Tabel 10. Hasil Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	48.869	2	24.434	46.797	.000 ^a
Residual	14.098	27	.522		
Total	62.967	29			

a. Predictors: (Constant), X₂, X₁

b. Dependent Variable: Y

Dari hasil tabel di atas dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 46,797 dengan nilai signifikansi 0,000. Maka dapat diartikan nilai signifikansi $< 0,05$, oleh karena itu hipotesis memiliki arti bahwa secara simultan variabel bebas Penerapan Etika Bisnis Islam dan Kualitas Manajemen Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Tingkat Kepuasan Konsumen pada Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 ^a	.776	.760	.723

a. Predictors: (Constant), kualitas (x₂), pengaruh (x₁)

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas 4.18 dapat diketahui nilai $R^2 = 0,776 = 77,6\%$. Hal ini menunjukkan bahwa hasil persentase

pengaruh variabel bebas (Penerapan Etika Bisnis Islam dan Kualitas Manajemen Pelayanan) secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen (Tingkat Kepuasan Konsumen) sebesar 77,6%. Sedangkan sisanya sebesar 22,4% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Etika Bisnis Islam (X_1) secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai t sebesar 1,021 dan dengan nilai signifikansi sebesar 0,316, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,316 > \alpha$ (0,05). Maka, pada hasil penelitian ini bertentangan dengan teori ataupun tidak sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pihak hotel dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini diperkuat dengan adanya dua hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa etika bisnis Islam tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen, seperti :

Penelitian Adimas Fahmi Firmansyah yang berjudul "*Praktik Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Toko Santri Syariah Surakarta)*", dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pelaksanaan etika bisnis Islam yang terkait dengan permodalan dan peran terhadap lingkungan sosial sudah terlaksana dengan baik. Akan tetapi dalam hal kesejahteraan SDM (sumber daya manusia) masih belum terpenuhi, seperti tidak adanya pelatihan-pelatihan terhadap pekerja dan masih banyak pekerja yang tidak paham akan etika bisnis Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Widyarini (2013) yang berjudul

"*Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta*" dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hotel-hotel syariah di Yogyakarta dalam mengelola penginapan yang berbasis syariah atau memegang prinsip etika bisnis Islam tersebut. Hasil penelitian yang di dapat menunjukkan bahwa hotel (penginapan) syariah haruslah mengacu pada al-qur'an dan hadits. Artinya di dalam penawaran jasanya, hotel syariah harus mengedepankan kehalalan baik dalam proses maupun hasil produk dan menerapkan pelayanan yang syar'i. Dari sample hotel-hotel syariah yang ada di Yogyakarta seperti Hotel Limaran, Hotel Namira, dan Hotel Madani, ketiganya ternyata belum secara lengkap menerapkan prinsip etika bisnis Islam/kesyariahan secara utuh dan belum memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung yang datang pada hotel tersebut.

Dapat ditarik kesimpulan dari beberapa penelitian di atas bahwa etika bisnis Islam tidak selalu dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, walaupun hotel syariah atau suatu bentuk usaha dalam bisnis sudah melakukan yang terbaik dari segi fasilitas dan produk halal yang diberikan. Menurut peneliti disini, peran dari pimpinan ataupun manager di dalam suatu perusahaan harus meninjau kembali aspek-aspek etika bisnis Islam yang diterapkan sudah cukup baik atau sudah dapat memenuhi kriteria kesyariahan dan bagaimana agar kepuasan konsumen lebih baik dan terus mengalami peningkatan/kemajuan.

Kualitas Manajemen pelayanan (X_2) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t sebesar 5,649

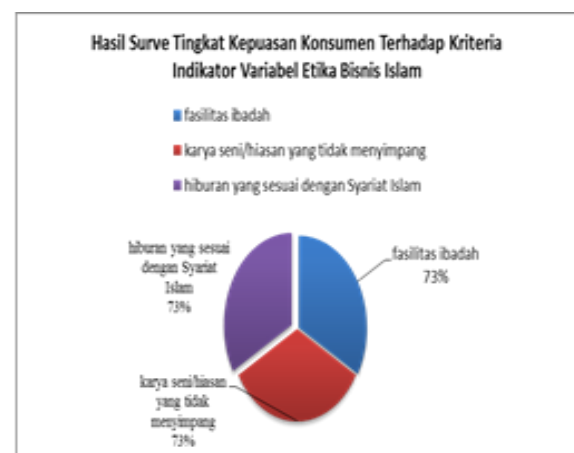
dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,000 < \alpha$ (0,05). Penelitian ini sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa kualitas manajemen pelayanan adalah kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memenuhi harapan konsumen. Didalam memberikan pelayanan harus mendasar pada nilai-nilai prinsip syariah agar dapat mewujudkan nilai ketaqwaan secara konsisten. Teori lain juga mengatakan bahwa manajemen pelayanan adalah suatu pengaturan dan pengelolaan yang tepat bagi sebuah bisnis. Tanpa adanya manajemen, bisnis tidak akan sampai pada tujuan yang ingin dicapai.

Penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian terdahulu yaitu Abdul Warist (2009) yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-prinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah (studi kasus pada Hotel Syariah Graha Agung Semarang)*". Hasil dari penelitian ini, secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen hotel syariah.

Dapat diambil kesimpulan dari beberapa teori dan penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa kualitas manajemen pelayanan secara langsung sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen jika harapan para konsumen atau pengunjung sudah terpenuhi serta pelayanan yang diberikan harus mendasar pada nilai-nilai prinsip syariah guna mewujudkan nilai ketaqwaan secara konsisten.

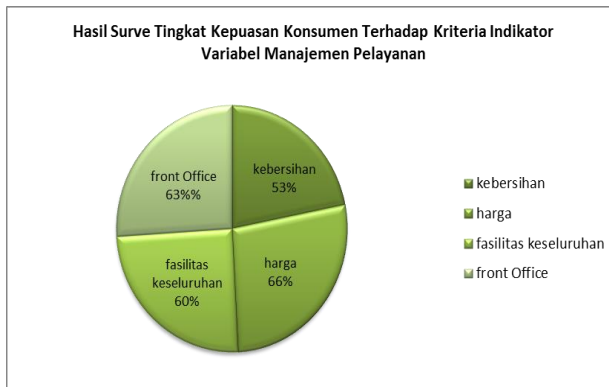
IV. KESIMPULAN

Hasil dari perhitungan uji T (parsial), maka terdapat nilai signifikansi t_{hitung} variabel Penerapan Etika Bisnis Islam sebesar 0,316 yang artinya lebih besar dari 0,05 (nilai signifikansi variabel $X_1 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa Penerapan Etika Bisnis Islam berpengaruh negatif dan tidak terdapat nilai yang signifikan terhadap tingkat Kepuasan Konsumen di Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng.



Kualitas Manajemen Pelayanan yang diterapkan oleh Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Kualitas Manajemen Pelayanan yang dilakukan pun sudah dapat dikatakan baik, dan memiliki tingkat kepuasan konsumen yang terus meningkat.

Dapat dilihat pada hasil t_{hitung} memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, artinya lebih kecil dari 0,05 (signifikansi variabel Kualitas Manajemen Pelayanan $X_2 < 0,05$).



Dilihat dari hasil perhitungan dari R^2 sebesar 0,776 maka dapat dinyatakan bahwa Penerapan Etika Bisnis Islam, dan Kualitas Manajemen Pelayanan di Sofyan Hotel Betawi Syariah Menteng Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen secara simultan atau secara bersama-sama memiliki nilai 77,6%, sedangkan 22,4% diperoleh dari faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. & Donni, J. P. 2016. *Manajemen Bisnis Syariah (Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer)*. Bandung. Alfabeta CV.
- Baharudin, A. Z & Fahadil, A. A. 2018. Perkembangan Bisnis Hotel Syariah di Indonesia: Studi Kasus Pengembangan Hotel Syariah di Lombok Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Al-'Adl*, 11 (1) : 33-52
- Bungin, B. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif; Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Ghulam, Z. 2017. Paradigma Manajemen Syariah. *Iqtishoduna*, 6 (1) : 164-189
- Ghozali, I. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Haque, et al. 2019. Muslim Consumers' Purchase Behavior Towards Shariah Compliant Hotels in Malaysia. *Vjm*, 5 (1) : 122-138
- Iltiham, F. M. & Danif. 2016. Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syari'ah Guest House Malang. *Jurnal Malia*, 7 (2)
- Irfan, A. M. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infaq*. 9 (2) : 82-97.
- Izza, M. 2018. Penerapan Manajemen Hotel Syariah dengan Pendekatan Maqasid As-Syariah. *Al-Tijarah*, 4 (1) : 19-34
- Janitra, M. R. 2017. *Hotel Syariah; Konsep dan Penerapan*. Depok. Rajawali Pers.
- Sholeha, L. et al. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonimi*, 12 (1).
- Nurhasanah, S. 2017. *Praktikum Statistika 2; Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta. Salemba Empat.

- Pratiwi, E. K. 2017. Analisis Manajemen Hotel Adilla Syariah Yogyakarta: Tinjauan Fatwa DSN-MUI No: 108/DSN/MUI/X2016. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, XII (1) : 75-89.
- Ratnasari, R. T. 2016. Shariah Hotel Assesment Tool: Pengembangan Model Audit Pada Hotel Syariah. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 10 (3) : 201-211.
- Sukarno, F. 2013. *Kajian Ekonomi Islam: Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Bogor. Al-Azhar Freshzone Publishing.
- Sumadi. 2017. Peran Manajemen Syariah Terhadap Peningkatan Kepuasan Konsumen Pelanggan Pada Rumah Sakit Islam di Kota Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3 (2) : 112-124.
- Tanjung, H. & Abrista, D. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta. Gramata Publishing.
- Wiranto, A. 2008. "Hotel Syariah Antara Harapan dan Tantangan" *Makalah*, www.wawasandigital.com , diakses pada 20 Maret 2020
- www.bps.go.id , diakses pada 15 Maret 2020