

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian (Mega Syari'ah Semarang)

4.1.1 Sejarah Penginapan Mega Syari'ah Semarang

Penginapan Mega Syari'ah Semarang adalah penginapan sebagaimana lazimnya, yang operasional dan layanannya telah menyesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah atau pedoman ajaran Islam, guna memberikan suasana tenteram, nyaman, sehat, dan bersahabat yang dibutuhkan tamu, baik muslim maupun non-muslim. Operasional hotel syariah secara umum tidak berbeda dengan hotel-hotel lainnya, tetap tunduk kepada peraturan Pemerintah, tetap buka 24 jam, tanpa interupsi. Pemasarannya pun terbuka bagi semua kalangan, baik muslim maupun non-muslim.

Penginapan Mega Syari'ah Semarang merupakan salah satu model penginapan yang menawarkan fasilitas yang sesuai dengan nilai islam, sehingga mampu meminimalisir adanya praktek kemaksiatan seperti perzinaan, minuman keras, dan perjudian. Apabila penginapan tegas dalam memberlakukan syarat-syarat tamu pengunjung dan pelanggan, maka masyarakat juga akan berpikir ulang untuk melakukan hal-hal yang melanggar hukum.

Awal mula Penginapan Mega Syari'ah Semarang adalah usaha travel biro haji dan umroh pada tahun 2002. Untuk memperkuat usahanya

tersebut Bapak Drs. Paidi Rozak mendirikan kos-kosan untuk menampung para jema'ah umroh untuk tempat istirahat dan persiapan sebelum pemberangkatan. Pada tahun 2004 usaha ini mulai berkembang pesat, dan karena semakin ramainya para jema'ah umroh, tempat yang asal mulanya sebuah kos-kosan yang hanya terdiri dari beberapa kamar saja, di rubah menjadi sebuah penginapan dengan nuansa islami, tetapi tempat ini hanya di sediakan khusus untuk para jema'ah haji dan umroh. Semakin hari penginapan ini semakin banyak peminatnya, sehingga pada tahun 2011 Penginapan Mega Syari'ah Semarang tersebut di buka untuk penginapan umum.¹

Penginapan Mega Syari'ah Semarang lahir sebagai salah satu wujud tawaran yang menarik dalam rangka meningkatkan kualitas moral dan karakter bangsa Indonesia yang luhur. Nilai maqashid syari'ah yang diusung dalam penginapan ini adalah demi memberikan nilai kemashlahatan masyarakat dan untuk mencegah perbuatan maksiat. selalu berpegang teguh pada syari'ah dan bersih dari segala penyimpangan yang harus dilakukan oleh pemilik penginapan, pegawai dan masyarakat.²

¹ Wawancara dengan manager Penginapan Mega Syari'ah Semarang. tanggal 1 september 2012

² Dokumentasi berupa brosur dari Penginapan Mega Syari'ah Semarang yang diberikan pada tanggal 1 september 2012

4.1.2 Visi, Misi, Dan Tujuan Penginapan Mega Syari'ah Semarang

1. Visi dari Penginapan Mega Syari'ah Semarang adalah menjadi *pioneer* (pelopor dan terdepan) sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang berbasis syari'ah.
2. Misi dari Penginapan Mega Syari'ah Semarang adalah sebagai berikut:
 - a. Menjadi salah satu *icon* (Ciri, Pembeda, Khas) antara hotel/ penginapan yang lain.
 - b. Terus melakukan *continuous improvement* pada empat pilar utama organisasi (*Finance, Human Resource, Product, and Marketing*) guna mencapai standardisasi hotel/penginapan yang berbasis syariah.
 - c. Mensinergikan seluruh aspek dalam perusahaan dengan syariah Islam.
3. Tujuan pendirian Penginapan Mega Syari'ah Semarang sebagai berikut:
 - a. Untuk memperkuat usaha travel biro haji dan umroh.
 - b. Untuk memperkecil angka kemaksiatan.

Keuntungan menginap di penginapan syariah mudah ditebak: Dijamin bebas PSK, Dijamin hanya menyediakan makanan dan minuman halal, dilarang sekamar untuk tamu non-muhrim, tersedia quran dan sajadah dalam kamar, tersedia musholla dalam penginapan. Juga tidak ada diskriminasi agama, keluarga dari tamu hotel merasa tenang, semua

crew hotel berpakaian sopan, serta taat pajak (setidaknya itulah saya temukan pada salah satu contoh Penginapan Syariah).

Basic product (namely a basic version of the product) yaitu bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indra. Ruang kamar hotel tidak boleh dianggap remeh. Selain kebersihan, tata letak dari setiap perabotan yang ada merupakan hal yang perlu diperhatikan. Jika tata letak perabotan tidak teratur, atau ruangan penginapan tersebut tidak memberikan kesan menarik, maka konsumen akan menolak untuk menginap di penginapan tersebut.

Expected product (namely a set of attributes and conditions that the buyers normally expect and agree to when they purchase this product) yaitu serangkaian atribut-atribut produk dan kondisi-kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat membeli suatu produk.

Penginapan Syariah ini juga menolak tamu pasangan lelaki-perempuan yang bukan muhrim (suami dan istri sah) yang disinyalir akan melakukan perzinahan dan jenis maksiat lainnya. Saat masuk Hotel ini dan akan melakukan check in akan ditanyakan KTP dan para pelanggan terseleksi hanya yang baik-baik saja, agar citra kami meningkat sehingga menjadi penginapan terhormat.

4.1.3 Struktur Organisasi Penginapan Mega Syari'ah Semarang

Organisasi sangat penting dan sangat berperan demi suksesnya program-program kegiatan pada suatu perusahaan. Hal ini sangat diperlukan agar satu program kegiatan dengan program lain tidak berbenturan dan supaya lebih terarah tugas dari masing-masing personal. Selain itu organisasi diperlukan dengan tujuan agar terjadi pembagian tugas yang seimbang dan objektif, yaitu memberikan tugas sesuai dengan kedudukan dan kemampuan masing-masing orang.

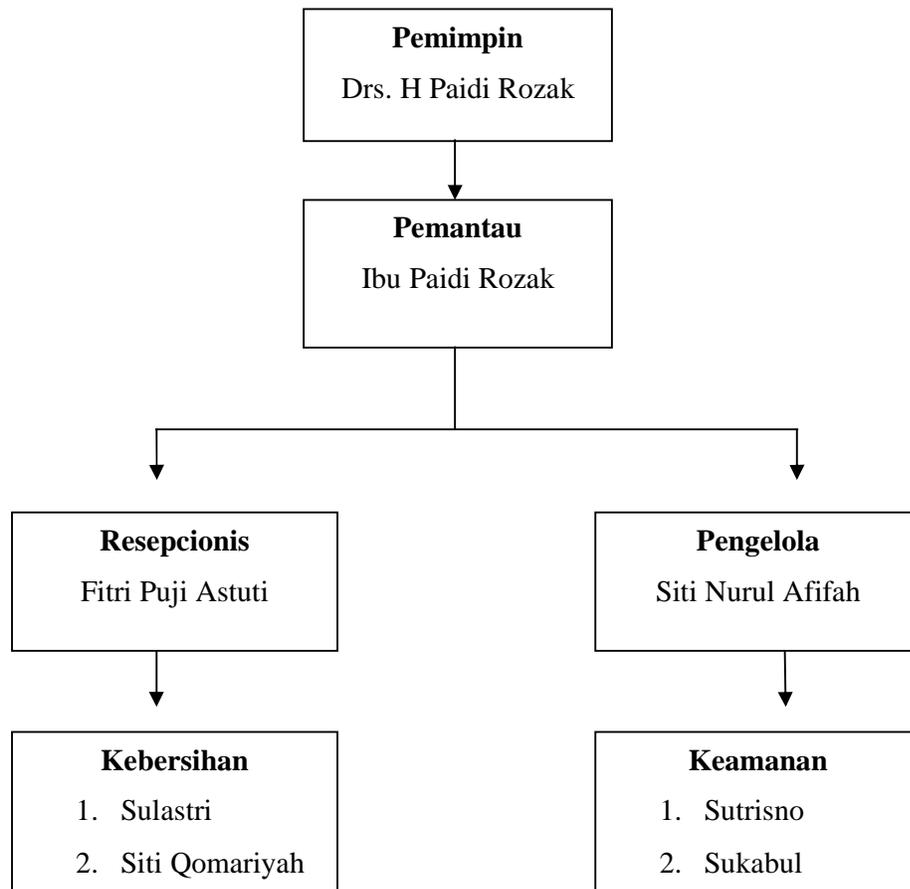
Peran resepsionis sangat besar untuk dapat menunjang mutu yang baik dalam sebuah hotel. Misalkan saja seorang resepsionis menjawab pertanyaan konsumen dengan jawaban yang tidak jelas atau memusingkan konsumen, hal tersebut juga berpengaruh terhadap mutu hotel tersebut. Konsumen biasanya akan malas untuk mengunjungi hotel tersebut apabila ia sudah mendapatkan jawaban atau respon yang tidak memuaskan dirinya.

Struktur organisasi merupakan komponen yang sangat diperlukan dalam suatu perusahaan, terutama dari segi pelaksanaan kegiatan. Dalam rangka pencapaian tujuan, struktur organisasi hendaknya disesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan.

Adapun yang dimaksud struktur organisasi disini adalah seluruh tenaga kerja yang berkecimpung dalam kepengurusan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang adalah sebagai berikut:

STRUKTUR ORGANISASI
PENGINAPAN MEGA SYARI'AH SEMARANG

Gambar 4.1



Adapun tugas dan wewenang dari masing-masing departemen adalah sebagai berikut:³

1. **Pemimpin** mempunyai wewenang mengatur semua apa yang dilakukan para karyawan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang serta tanggungjawab penuh atas semua yang terjadi dalam Penginapan Mega Syari'ah Semarang.
2. **Pemantau** bertugas:
 - a. Mengontrol hasil kerja karyawan
 - b. Menentukan harga yang ada di Penginapan Mega Syari'ah Semarang (melalui persetujuan dari pemimpin)
 - c. Menentukan besar kecilnya gaji karyawan yang bekerja di Penginapan Mega Syari'ah Semarang
3. **Resepcionis** bertugas:
 - a. Melayani tamu atau pelanggan yang baru masuk ke Penginapan Mega Syari'ah Semarang
 - b. Meminta dan menanyakan kartu identitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang
 - c. Membantu dan menjawab pertanyaan dari para pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang

³ Hasil wawancara dengan Ibu Paidi Rozak pada tanggal 24 Agustus 2012

4. ***Pengelola*** bertugas:
 - a. Mengantarkan Pelanggan yang datang ke kamar atau ruangan yang akan ditempati oleh pelanggan Penginapan Mega Syari'ah Semarang
 - b. Mengelola keluar masuk pendanaan
 - c. Membantu dan menjawab pertanyaan dari para pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang apabila resepcionis belum mampu menjawab pertanyaan pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang.
5. ***Kebersihan*** bertugas:
 - a. Membersihkan ruang tamu ketika pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang selesai menerima tamu
 - b. Membersihkan kamar setelah pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang meninggalkan kamar
 - c. Menyiapkan kamar atau ruangan yang digunakan pelanggan Penginapan Mega Syari'ah Semarang
6. ***Keamanan*** bertugas: Menjaga keamanan di lingkungan baik di dalam ataupun di luar Penginapan Mega Syari'ah Semarang demi keamanan dan kenyamanan bersama.

4.2. Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil responden pelanggan pada Penginapan Mega Syari'ah Semarang berikut ini:

4.2.1 Jenis kelamin responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden pelanggan pada Penginapan Mega Syari'ah Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

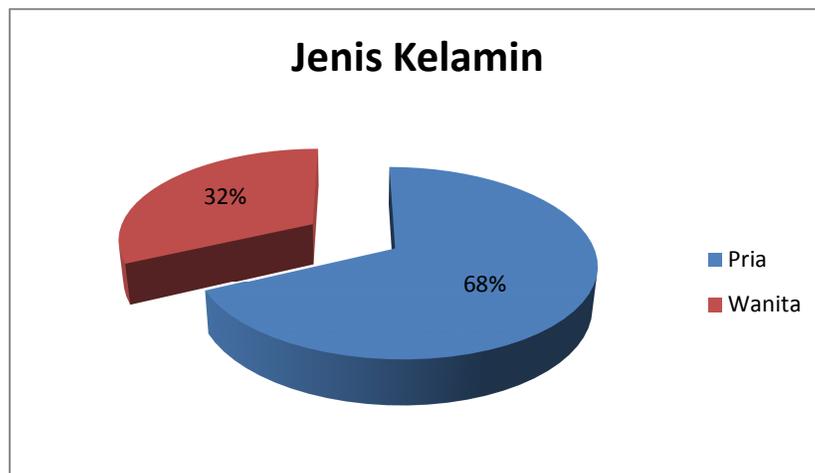
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	34	68.0	68.0	68.0
Wanita	16	32.0	32.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden pelanggan pada Penginapan Mega Syari'ah Semarang yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah pria, yaitu sebanyak 34 orang pria, sedangkan sisanya adalah responden wanita sebanyak 16 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden pelanggan pada Penginapan Mega Syari'ah Semarang yang diambil sebagai responden adalah pria.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.2



Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

4.2.2 Pekerjaan responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden pelanggan pada Penginapan Mega Syari'ah Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Pekerjaan Responden

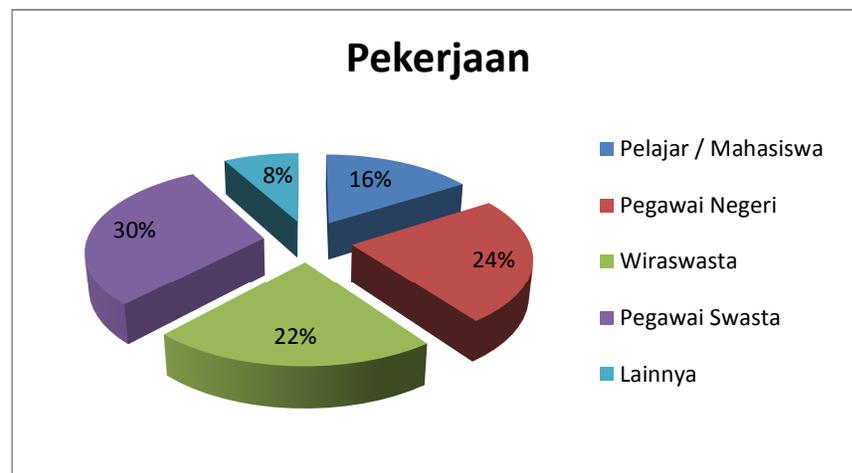
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar Mahasiswa	8	16.0	16.0	16.0
Pegawai Negeri	12	24.0	24.0	40.0
Wiraswasta	11	22.0	22.0	62.0
Pegawai Swasta	15	30.0	30.0	92.0
Lainnya	4	8.0	8.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari pekerjaan responden pelanggan pada Penginapan Mega Syari'ah Semarang yang diambil sebagai responden mayoritas adalah pegawai swasta 15 orang, pegawai negeri sebanyak 12 orang, Adapun sisanya lagi adalah wiraswasta 11 orang, pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 8 orang, sedangkan pekerjaan lainnya sebanyak 4 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar pekerjaan responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.3



Sumber: Data Primer yang diolah 2012

4.2.3 Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden pelanggan pada Penginapan Mega Syari'ah Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Usia Responden

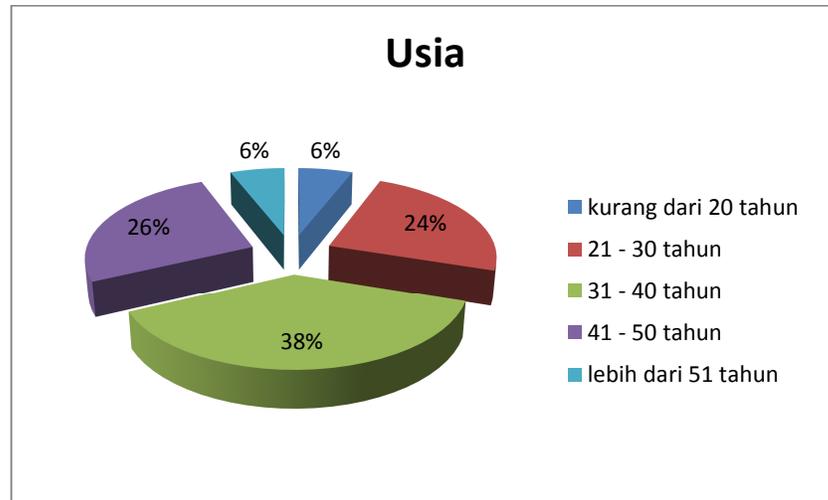
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid kurang dari 20 tahun	3	6.0	6.0	6.0
21 - 30 tahun	12	24.0	24.0	30.0
31 - 40 tahun	19	38.0	38.0	68.0
41 - 50 tahun	13	26.0	26.0	94.0
lebih dari 51 tahun	3	6.0	6.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2012

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 ini memperlihatkan bahwa pelanggan pada Penginapan Mega Syari'ah Semarang yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 31-40 tahun. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berusia 31-40 tahun sebanyak 19 orang, sedangkan yang berusia 41-50 tahun sebanyak 13 orang, yang berusia 21-30 tahun sebanyak 12 orang, yang berusia lebih dari 50 tahun ada 3 orang dan terdapat 3 orang yang berusia kurang dari 20 tahun.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar usia responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.4



Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

4.2.4 Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan sebagai responden pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

Pendidikan Responden

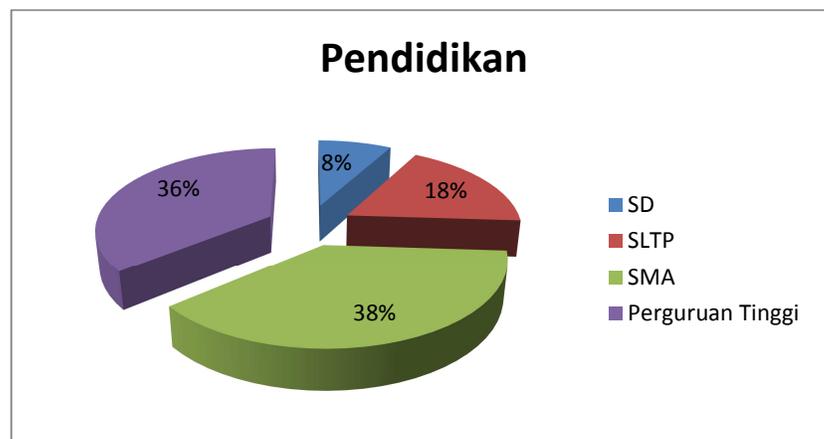
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	4	8.0	8.0	8.0
SLTP	9	18.0	18.0	26.0
SMA	19	38.0	38.0	64.0
Perguruan Tinggi	18	36.0	36.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2012

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 memperlihatkan bahwa pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang yang diambil sebagai responden sebagian besar berpendidikan SMA. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berpendidikan SMA sebanyak 19 orang, sedangkan yang berpendidikan perguruan tinggi sebanyak 18 orang, SLTP sebanyak 9 orang dan responden yang berpendidikan SD sebanyak 4 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar pendidikan responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.5



Sumber: Data Primer yang diolah 2012

4.3. Deskripsi Data Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan, harga dan lokasi sebagai variabel bebas (*Independen*) dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat (*Dependen*). Data variabel-variabel tersebut di peroleh dari hasil angket yang telah di sebar, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5
Hasil Skor Kuesioner Regresi

Variabel	Item pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total KS	%	Total TS	%	Total STS	%
Kualitas Pelayanan (X1)	Pertanyaan 1	20	40	19	38	7	14	2	4	2	4
	Pertanyaan 2	15	30	22	44	9	18	4	8	0	0
	Pertanyaan 3	16	32	19	38	12	24	3	6	0	0
	Pertanyaan 4	12	24	28	56	8	16	1	2	1	2
	Pertanyaan 5	17	34	19	38	12	24	3	6	1	2
Harga (X2)	Pertanyaan 6	13	26	21	42	12	24	3	6	1	2
	Pertanyaan 7	15	30	21	42	9	18	4	8	1	2
	Pertanyaan 8	11	22	25	50	10	20	2	4	2	4
Lokasi (X3)	Pertanyaan 9	11	22	30	60	9	18	0	0	0	0
	Pertanyaan 10	5	10	33	66	11	8	1	2	0	0
	Pertanyaan 11	9	18	27	54	9	18	5	10	0	0
	Pertanyaan 12	9	18	31	64	9	18	1	2	0	0
	Pertanyaan 13	20	40	28	56	1	2	1	2	0	0
	Pertanyaan 14	11	22	30	60	8	16	1	2	0	0
Loyalitas Pelanggan (Y)	Pertanyaan 15	11	22	26	52	12	24	0	0	1	2
	Pertanyaan 16	11	22	30	60	8	16	1	2	0	0
	Pertanyaan 17	10	20	29	58	9	18	2	4	0	0
	Pertanyaan 18	7	14	34	68	9	18	0	0	0	0

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

4.3.1 Kualitas Pelayanan

Tabel 4.6

Karyawan di penginapan syari'ah selalu tepat dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	2	4.0	4.0	8.0
Kurang Setuju	7	14.0	14.0	22.0
Setuju	19	38.0	38.0	60.0
Sangat Setuju	20	40.0	40.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel pada kualitas pelayanan. Item pertanyaan 1, sebanyak 40% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang selalu tepat dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang, sedangkan sebanyak 38% dari jumlah responden memilih setuju.

Tabel 4.7

Karyawan di penginapan syari'ah selalu membantu kebutuhan pelanggan dengan rasa percaya diri

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	8.0	8.0	8.0
Kurang Setuju	9	18.0	18.0	26.0
Setuju	22	44.0	44.0	70.0
Sangat Setuju	15	30.0	30.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Pada item pertanyaan 2, sebanyak 30% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang selalu membantu kebutuhan pelanggan dengan rasa percaya diri, sedangkan sebanyak 44% dari jumlah responden menyatakan setuju.

Tabel 4.8

Karyawan di penginapan syari'ah selalu membantu kebutuhan pelanggan dengan ramah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	6.0	6.0	6.0
Kurang Setuju	12	24.0	24.0	30.0
Setuju	19	38.0	38.0	68.0
Sangat Setuju	16	32.0	32.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Pada item pertanyaan 3, sebanyak 32% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang selalu membantu kebutuhan pelanggan dengan ramah, sedangkan sisanya sebanyak 38% dari jumlah responden menyatakan setuju.

Tabel 4.9

Karyawan di penginapan syari'ah dapat berkomunikasi dengan baik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	1	2.0	2.0	4.0
Kurang Setuju	8	16.0	16.0	20.0
Setuju	28	56.0	56.0	76.0
Sangat Setuju	12	24.0	24.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Pada item pertanyaan 4, sebanyak 24% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang dapat berkomunikasi dengan baik, sedangkan sisanya sebanyak 56% dari jumlah responden menyatakan setuju.

Tabel 4.10

Karyawan di penginapan syari'ah selalu berpakaian rapi dan bersih

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	3	6.0	6.0	8.0
Kurang Setuju	10	20.0	20.0	28.0
Setuju	19	38.0	38.0	66.0
Sangat Setuju	17	34.0	34.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Pada item pertanyaan 5, sebanyak 34% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang selalu berpakaian rapi dan bersih, sedangkan sisanya sebanyak 38% dari jumlah responden menyatakan setuju.

4.3.2 Harga

Tabel 4.11

Harga yang ditetapkan di penginapan syari'ah adalah harga yang murah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	3	6.0	6.0	8.0
Kurang Setuju	12	24.0	24.0	32.0
Setuju	21	42.0	42.0	74.0
Sangat Setuju	13	26.0	26.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Variabel pada harga dalam tabel diatas menunjukkan bahwa pada item pertanyaan 6, sebanyak 26% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa harga yang telah ditetapkan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang adalah harga yang murah, sedangkan responden lain sebanyak 42% dari jumlah responden menyatakan setuju.

Tabel 4.12

Harga yang ditetapkan di penginapan syari'ah sama seperti yang ada di penginapan pada umumnya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	4	8.0	8.0	10.0
Kurang Setuju	9	18.0	18.0	28.0
Setuju	21	42.0	42.0	70.0
Sangat Setuju	15	30.0	30.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Pada item pertanyaan 7, sebanyak 30% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa harga yang ditetapkan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang sama seperti yang ada di penginapan lain pada umumnya, sedangkan responden lain sebanyak 42% dari jumlah responden menyatakan setuju.

Tabel 4.13

Harga yang ditetapkan di penginapan syari'ah dapat dijangkau oleh kalangan ekonomi menengah kebawah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	2	4.0	4.0	8.0
Kurang Setuju	10	20.0	20.0	28.0
Setuju	25	50.0	50.0	78.0
Sangat Setuju	11	22.0	22.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Pada item pertanyaan 8, sebanyak 22% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa harga yang ditetapkan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang dapat dijangkau oleh kalangan ekonomi menengah kebawah, sedangkan responden lain sebanyak 50% dari jumlah responden yang menyatakan setuju.

4.3.3 Lokasi

Tabel 4.14

Lokasi di lingkungan penginapan syari'ah bersih

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	9	18.0	18.0	18.0
Setuju	30	60.0	60.0	78.0
Sangat Setuju	11	22.0	22.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Variabel pada lokasi dalam tabel diatas menunjukkan bahwa pada item pertanyaan 9, sebanyak 22% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi di lingkungan Penginapan Mega Syari'ah Semarang bersih, sedangkan responden lain sebanyak 50% dari jumlah responden menyatakan setuju.

Tabel 4.15
Di lokasi penginapan syari'ah aman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Kurang Setuju	11	22.0	22.0	24.0
Setuju	33	66.0	66.0	90.0
Sangat Setuju	5	10.0	10.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Pada item pertanyaan 10, sebanyak 10% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa di Penginapan Mega Syari'ah Semarang aman, sedangkan sebanyak 66% dari jumlah responden menyatakan setuju.

Tabel 4.16
Lokasi di penginapan syari'ah dapat dijangkau kendaraan umum

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	10.0	10.0	10.0
Kurang Setuju	9	18.0	18.0	28.0
Setuju	27	54.0	54.0	82.0
Sangat Setuju	9	18.0	18.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Pada item pertanyaan 11, sebanyak 18% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi di Penginapan Mega Syari'ah Semarang dapat dijangkau dengan kendaraan umum, sedangkan lainnya sebanyak 54% dari jumlah responden menyatakan setuju.

Tabel 4.17

Lokasi di penginapan syari'ah bersifat strategis

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Kurang Setuju	9	18.0	18.0	20.0
Setuju	31	62.0	62.0	82.0
Sangat Setuju	9	18.0	18.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Pada item pertanyaan 12, sebanyak 18% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi di Penginapan Mega Syari'ah Semarang bersifat strategis, sedangkan responden lain sebanyak 62% dari jumlah responden menyatakan setuju.

Tabel 4.18

Keadaan di lokasi penginapan syari'ah sejuk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Kurang Setuju	1	2.0	2.0	4.0
Setuju	28	56.0	56.0	60.0
Sangat Setuju	20	40.0	40.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Pada item pertanyaan 13, sebanyak 40% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa keadaan di lokasi Penginapan Mega Syari'ah Semarang sejuk, sedangkan responden lainnya sebanyak 56% dari jumlah responden menyatakan setuju.

Tabel 4.19

Keadaan di lokasi penginapan syari'ah mempunyai lahan parkir yang memadai

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Kurang Setuju	8	16.0	16.0	18.0
Setuju	30	60.0	60.0	78.0
Sangat Setuju	11	22.0	22.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Pada item pertanyaan 14, sebanyak 22% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa keadaan di lokasi Penginapan Mega Syari'ah Semarang mempunyai lahan parkir yang memadai, sedangkan sebanyak 60% dari jumlah responden menyatakan setuju.

4.3.4 Loyalitas Pelanggan

Tabel 4.20

Saya akan tetap loyal terhadap jasa yang telah diberikan di tempat ini

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Kurang Setuju	12	24.0	24.0	26.0
Setuju	26	52.0	52.0	78.0
Sangat Setuju	11	22.0	22.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Untuk variabel loyalitas pelanggan dalam tabel di atas menunjukkan pada item pertanyaan 15, sebanyak 22% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa pelanggan akan tetap loyal terhadap jasa yang telah diberikan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang, sedangkan sisanya sebanyak 52% dari jumlah responden menyatakan setuju.

Tabel 4.21

Jika ada kesempatan, saya akan tetap melakukan penginapan ulang di tempat ini

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Kurang Setuju	8	16.0	16.0	18.0
Setuju	30	60.0	60.0	78.0
Sangat Setuju	11	22.0	22.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Pada item pertanyaan 16, sebanyak 22% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa jika ada kesempatan lagi, pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang akan tetap melakukan penginapan ulang di Penginapan Mega Syari'ah Semarang, sedangkan sisanya sebanyak 60% dari jumlah responden menyatakan setuju.

Tabel 4.22
Saya tidak akan terpengaruh dengan penginapan-penginapan yang berada ditempat lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	4.0	4.0	4.0
Kurang Setuju	9	18.0	18.0	22.0
Setuju	29	58.0	58.0	80.0
Sangat Setuju	10	20.0	20.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Pada item pertanyaan 17, sebanyak 20% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang tidak akan terpengaruh dengan penginapan-penginapan yang berada ditempat lain, sedangkan sisanya sebanyak 58% dari jumlah responden menyatakan setuju.

Tabel 4.23
Saya bersedia menceritakan kepuasan saya menginap ditempat ini kepada orang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	9	18.0	18.0	18.0
Setuju	34	68.0	68.0	86.0
Sangat Setuju	7	14.0	14.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Pada item pertanyaan 18, sebanyak 14% dari jumlah responden menyatakan sangat setuju bahwa pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang bersedia dan akan menceritakan kepuasannya menginap di Penginapan Mega Syari'ah Semarang kepada orang lain, sedangkan sisanya sebanyak 68% menyatakan setuju.

4.4 Metode Analisis Data

4.4.1 Uji Validitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut hasil pengujian validitas.

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur (kuesioner). Uji validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Kriteria pengukuran yang digunakan adalah :

- Apabila r hitung $>$ r tabel dengan $df = n-2$, maka kesimpulannya item kuesioner tersebut valid
- Apabila r hitung $<$ r tabel dengan $df = n-2$, maka kesimpulannya item kuesioner tersebut tidak valid

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $50-2$ atau df 48 dengan α 0,05 didapat r tabel 0,284, jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom corrected item pertanyaan total correlation) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS ver.16. Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.24
 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item pertanyaan	r hitung	r table	Kesimpulan
Pelayanan (X1)	Pertanyaan 1	0,791	0,284	Valid
	Pertanyaan 2	0,796	0,284	Valid
	Pertanyaan 3	0,803	0,284	Valid
	Pertanyaan 4	0,673	0,284	Valid
	Pertanyaan 5	0,851	0,284	Valid
Harga (X2)	Pertanyaan 6	0,830	0,284	Valid
	Pertanyaan 7	0,890	0,284	Valid
	Pertanyaan 8	0,863	0,284	Valid
Lokasi (X3)	Pertanyaan 9	0,700	0,284	Valid
	Pertanyaan 10	0,538	0,284	Valid
	Pertanyaan 11	0,596	0,284	Valid
	Pertanyaan 12	0,691	0,284	Valid
	Pertanyaan 13	0,544	0,284	Valid
	Pertanyaan 14	0,616	0,284	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	Pertanyaan 15	0,811	0,284	Valid
	Pertanyaan 16	0,709	0,284	Valid
	Pertanyaan 17	0,717	0,284	Valid
	Pertanyaan 18	0,554	0,284	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung $>$ dari r tabel (0,284) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Tabel 4.25
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
Pelayanan (X_1)	5 Item Pertanyaan	0,843	Reliabel
Harga (X_2)	3 Item Pertanyaan	0,826	Reliabel
Lokasi/Tempat (X_3)	6 Item Pertanyaan	0,663	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	4 Item Pertanyaan	0,659	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* $>$ 0,60. dengan demikian variabel (kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan) dapat dikatakan reliabel.

4.4.3 Uji Regresi Berganda

Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independent. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependent dengan suatu persamaan.

Tabel 4.26

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.416	1.552		.268	.790		
	Pelayanan (X1)	.163	.050	.301	3.259	.002	.754	1.327
	Harga (X2)	.187	.069	.236	2.726	.009	.858	1.166
	Lokasi/Tempat (X3)	.417	.073	.529	5.674	.000	.742	1.347

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Sumber: Data primer yang diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.26 di atas dapat disimpulkan bahwa variabel loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh tiga variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi sehingga terbentuklah persamaan seperti berikut ini:

$$Y = 0,301 X_1 + 0,236 X_2 + 0,529 X_3$$

Dimana:

Y : Loyalitas Pelanggan

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Harga

X3 : Lokasi/tempat

Berdasarkan hasil persamaan regresi dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent adalah sebagai berikut: Hasil analisis dapat diketahui bahwa variabel bebas atau independent yang paling berpengaruh adalah variabel lokasi/tempat dengan nilai koefisien sebesar 0,529 kemudian diikuti oleh variabel kualitas pelayanan dengan nilai koefisien sebesar 0,301 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah yaitu variabel harga dengan nilai koefisien 0,236, dari persamaan tersebut dapat terlihat bahwa semua variabel bebas (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang, berpengaruhnya variabel-variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara positif terhadap loyalitas pelanggan mengandung arti bahwa dengan meningkatnya persepsi responden tentang variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi maka akan berpengaruh pada meningkatnya loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang.

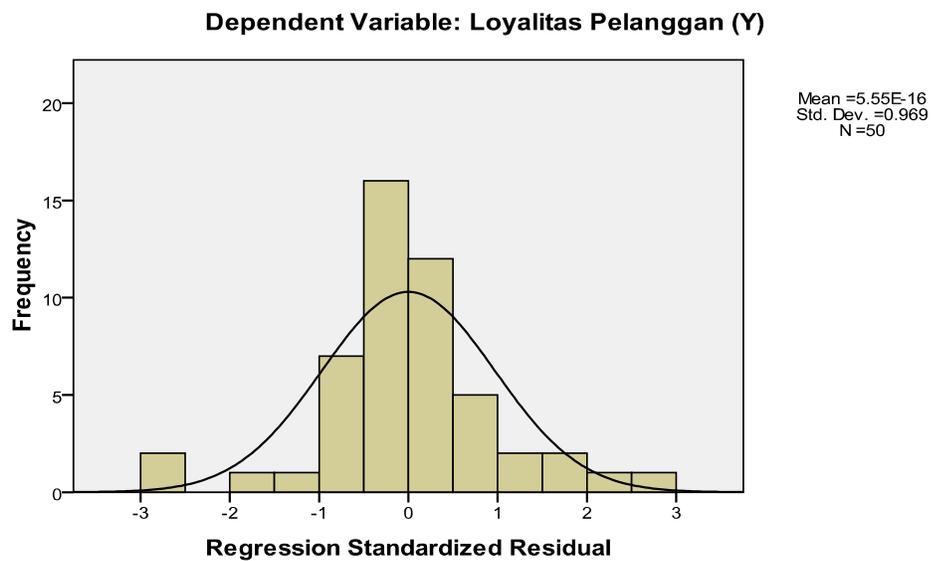
4.4.4 Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Adapun hasil uji statistik normalitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan Grafik Normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola

garis lurus, maka datanya normal. Adapun Uji Normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

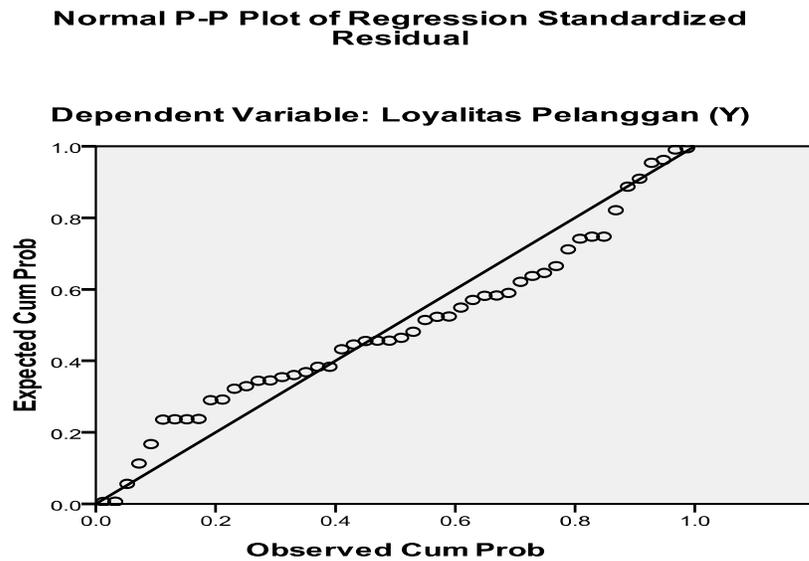
Grafik 4.1

Histogram



Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Gambar 4.6



Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Tabel 4.27. Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Untuk Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan

Uji kolmogorov-smirnov	Unstandarize Residual
Nilai kolmogorov-smirnov	0,909
Sig	0,380

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Berdasarkan pada grafik histogram, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Namun, pada grafik normal P-P Plot residual penyebaran data belum mengikuti garis normal (garis lurus). Untuk lebih memastikan residual data telah mengikuti asumsi normalitas, maka residual data diuji kembali dengan menggunakan uji *Kolomorov Smirnov*. Pada tabel 4.27 pada uji *Kolomorov Smirnov* menunjukkan bahwa residual data yang didapat

tersebut mengikuti distribusi normal, berdasarkan hasil output menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* signifikan pada $0,380 > 0.05$. Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

4.5.1 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent yang digunakan dalam penelitian.

Penelitian ini menghasilkan uji multikolinearitas seperti yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.28

Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pelayanan (X1)	.754	1.327
Harga (X2)	.858	1.166
Lokasi/Tempat (X3)	.742	1.347

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan pada tabel 4.28 diketahui bahwa nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel, yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi adalah lebih kecil dari 5, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi.

4.5.2 Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.29

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.839 ^a	.703	.684	1.11470	1.819

a. Predictors: (Constant), Lokasi/Tempat (X3), Harga (X2), Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* atas residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 1.819. Sebagai pedoman umum (S. Uyanto, 2006) *Durbin-Watson* berkisar 0 dan 4. jika nilai uji statistik *Durbin-Watson* lebih kecil dari satu atau

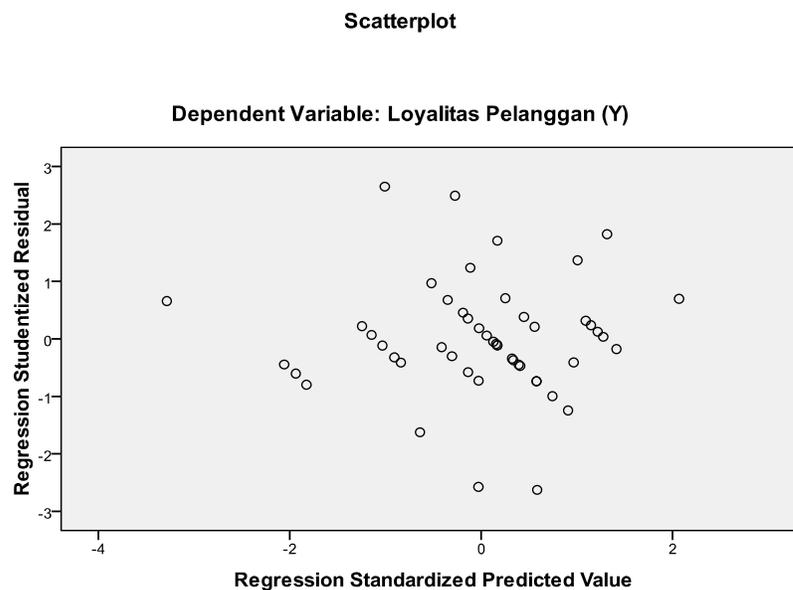
lebih besar dari tiga, maka residuals atau eror dari model regresi berganda tidak bersifat independen atau terjadi *autocorrelation*.⁴

Jadi berdasarkan nilai uji statistik *Durbin–Watson* dalam penelitian ini berada diatas satu dan dibawah tiga (1.819) sehingga tidak terjadi *autocorrelation*.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Adapun hasil uji statistik Heterokedasitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.7



Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Berdasarkan gambar scatterplot menunjukkan bahwa terdapat

⁴ S. Uyanto, *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*, Yogyakarta: Graham Ilmu, 2006, 248

pola yang jelas serta titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, dapat dikatakan bahwa model regresi layak dipakai untuk memprediksi loyalitas pelanggan berdasarkan independent yang digunakan yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel *independen* (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) terhadap variabel *dependen* (loyalitas pelanggan) dapat dilihat pada tabel 4.29.

Berdasarkan pada tabel 4.29 dapat diketahui bahwa besarnya *adjusted R²* adalah 0,703, hal ini berarti 0,703 atau 70,3% variasi dari loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi dari ke tiga variabel independent yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi sedangkan sisanya 29,7% ($100\% - 70,3\% = 29,7\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model). Jadi, hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan (Promosi, tempat ibadah, persediaan makanan dan minuman yang halal dan lain sebagainya). Untuk itu perlu pengembangan penelitian lebih lanjut.

4.6.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Hasil perhitungan uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 4.30

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	135.562	3	45.187	36.366	.000 ^a
	Residual	57.158	46	1.243		
	Total	192.720	49			

a. Predictors: (Constant), Lokasi/Tempat (X3), Harga (X2), Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari tabel Anova ditunjukkan dengan hasil perhitungan F hitung yang menunjukkan nilai sebesar 36,366 dengan tingkat probabilitas 0,000 yang jauh di bawah alpha 5%. Hal itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang.

4.6.3 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independent*. Untuk mengetahui hasil Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t) dapat di lihat pada tabel 4.26. Berdasarkan pada tabel 4.26 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel independent rata-rata memiliki tingkat signifikan kurang dari 0,05. Hal ini berarti bahwa masing-masing variabel *independent*

berpengaruh signifikan terhadap variabel *independent*, Berikut ini dijelaskan hasil perhitungan uji masing-masing variabel:

1. Variabel kualitas pelayanan

Hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan menghasilkan t hitung sebesar 3,259 dan signifikansi sebesar 0,002. T hitung $3,259 >$ (lebih dari) t Tabel yang nilainya 1,327 dengan tingkat signifikansi $0.002 <$ (kurang dari) 0,05, maka dapat diketahui bahwa hepotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan **diterima**

2. Variabel harga

Hasil uji t pada variabel harga menghasilkan t hitung sebesar 2,726 dan signifikansi sebesar 0,009. T hitung $2,726 >$ (lebih dari) t Tabel yang nilainya 1,166 dengan tingkat signifikansi $0.009 <$ (kurang dari) 0,05, maka dapat diketahui bahwa hepotesis yang menyatakan harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan **diterima**

3. Variabel lokasi

Hasil uji t pada variabel lokasi menghasilkan t hitung sebesar 5,674 dan signifikansi sebesar 0,000. T hitung $5,674 >$ (lebih dari) t Tabel yang nilainya 1,347 dengan tingkat signifikansi $0.000 <$ (kurang dari) 0,05, maka dapat diketahui bahwa hepotesis yang menyatakan lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan **diterima**

4.7 Pembahasan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang.

Pembahasan disini menguraikan fakta-fakta lapangan yang sudah diuraikan di atas kaitannya dengan menjawab rumusan masalah “Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang”.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa variabel loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh tiga variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi sehingga terbentuklah persamaan seperti berikut ini:

$$Y = 0,301 X_1 + 0,236 X_2 + 0,529 X_3$$

Dimana:

Y : Loyalitas Pelanggan

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Harga

X3 : Lokasi/tempat

Berdasarkan hasil persamaan regresi dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent adalah sebagai berikut: Hasil analisis dapat diketahui bahwa variabel bebas atau independent yang paling berpengaruh adalah variabel lokasi/tempat dengan nilai koefisien sebesar 0,529 kemudian diikuti oleh variabel kualitas pelayanan dengan nilai koefisien sebesar 0,301 sedangkan

variabel yang berpengaruh paling rendah yaitu variabel harga dengan nilai koefisien 0,236, dari persamaan tersebut dapat terlihat bahwa semua variabel bebas (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang, berpengaruhnya variabel-variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara positif terhadap loyalitas pelanggan mengandung arti bahwa dengan meningkatnya persepsi responden tentang variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi maka akan berpengaruh pada meningkatnya loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang.

Kontribusi variabel Kualitas Pelayanan, harga dan lokasi secara simultan (bersama-sama) dapat diwakili oleh besarnya koefisien determinasi. Sebagaimana yang sudah di uraikan di atas, bahwa nilai koefisien determinasi yang dinotasikan dalam angka R^2 (R Square) adalah sebesar 0,703, hal ini berarti 70,3% variasi dari loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi dari ke tiga variabel independent yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi sedangkan sisanya 29,7% ($100\% - 70,3\% = 29,7\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model. Jadi, hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang. Misalnya seperti promosi, Penambahan Fasilitas untuk Ibadah dan lain-lain. Untuk itu perlu pengembangan penelitian lebih lanjut.

Sebagaimana juga telah dijelaskan pada hasil perhitungan uji t dan juga uji F, diketahui bahwa dari hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan menghasilkan t hitung sebesar 3,259 dan signifikansi sebesar 0,002. T hitung $3,259 >$ (lebih dari) t Tabel yang nilainya 1,327 dengan tingkat signifikansi $0,002 <$ (kurang dari) 0,05, maka dapat diketahui bahwa hepotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan **diterima** (Menerima H1 yang telah diajukan peneliti). Dalam surat Al-Ankabut ayat 69, Allah berfirman:



Artinya: *Dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridhaan) Kami, benar-benar akan Kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan kami. dan Sesungguhnya Allah benar-benar beserta orang-orang yang berbuat baik. (QS. Al-Ankabut:69).*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa orang yang berbuat baik akan selalu dijaga dan ditunjukkan jalan kebenaran oleh Allah. Hal ini sesuai dengan indikator yang telah dilakukan peneliti dalam penelitian di Penginapan Mega Syari'ah Semarang, yaitu shiddiq, kreatif, berani dan percaya diri, tabligh serta istiqomah dalam kualitas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di penginapan Mega Syari'ah Semarang. Karena Orang yang bekerja (karyawan) yang telah memberikan pelayanan yang baik, percaya diri, ramah, dapat berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan, akan melahirkan

kepuasan terhadap pelanggan dan berakhir pada loyalitas Pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang.

Hasil uji t pada variabel harga menghasilkan t hitung sebesar 2,726 dan signifikansi sebesar 0,009. T hitung 2,726 > (lebih dari) t Tabel yang nilainya 1,166 dengan tingkat signifikansi 0.009 < (kurang dari) 0,05, maka dapat diketahui bahwa hepotesis yang menyatakan harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan **diterima** (Menerima H2 yang telah diajukan peneliti). Dalam Al-qur'an surat An-Nisa' ayat 29, Allah berfirman:



Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu” dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”* (An-Nisa’: 29).

Ayat tersebut menerangkan tentang penentuan harga adalah harus sesuai kesepakatan dan saling suka sama suka. Harga yang ditetapkan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang adalah harga yang telah disepakati, harga yang disetujui oleh pelanggan dan pihak penginapan dengan suka sama suk, hal ini sesuai dengan ayat tersebut diatas. Menurut islam, harga yang syari'ah bukanlah harga yang murah, melainkan harga yang

telah disepakati bersama (sesuai ijab-qabul) dan tidak memberatkan salah satu diantara tersebut. Penginapan Mega Syari'ah dapat menciptakan pelanggan menjadi loyal, karena para pelanggan merasa senang dan tidak kecewa dengan harga yang telah ditetapkan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang.

Hasil uji t pada variabel lokasi menghasilkan t hitung sebesar 5,674 dan signifikansi sebesar 0,000. T hitung $5,674 >$ (lebih dari) t Tabel yang nilainya 1,347 dengan tingkat signifikansi $0,000 <$ (kurang dari) 0,05, maka dapat diketahui bahwa hepotesis yang menyatakan lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan **diterima** (Menerima H3 yang telah diajukan peneliti). Lokasi Penginapan Mega Syari'ah bersih, aman, dapat dijangkau kendaraan umum dan sejuk. Lokasi penginapan syari'ah bersifat strategis. Hal ini menjadikan semakin meningkatnya loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang.

Dari tabel Anova ditunjukkan dengan hasil perhitungan F hitung yang menunjukkan nilai sebesar 36,366 dengan tingkat probabilitas 0,000 yang jauh di bawah alpha 5%. Hal itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang. Maka dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

