

**PENGARUH LAYANAN LOGISTIK HALAL HOTEL KHAS
BERKONSEP SYARIAH SEMARANG TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Oleh:

DESY RAHMASARI

1801036130

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2022

NOTA PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Prof Dr. Hamka KM 2 (kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan Telp. (024) 7506405
Semarang 50185 website: fakdakom.walisongo.ac.id, email: fakdakom.uinwv@gmail.com

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 Satu Bendel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Desy Rahmasari
NIM : 1801036130
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul : Pengaruh Layanan Logistik Halal Hotel Khas Berkonsep Syariah Semarang Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 September 2022

Pembimbing,

Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd.
NIP. 19710605199803 1 004

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jalan. Prof. Dr. Hamka Km.2 (Kampus 3 UIN WALISONGO) Ngaliyan, Semarang 50185.
Telepon (024) 7506405, Website : fakdakom.walisongo.ac.id, Email : fakdakom.uinws@gmail.ac.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQSAH

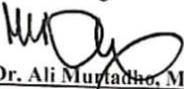
Naskah Skripsi yang Berjudul:
**PENGARUH LAYANAN LOGISTIK HALAL HOTEL KHAS BERKONSEP
SYARIAH SEMARANG TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

Disusun Oleh:
Desy Rahmasari
1801036130

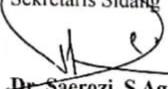
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 26 September 2022 dan dinyatakan **LULUS** Ujian Munaqosah

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang


Dr. Ali Murtada, M.Pd.
NIP. 1969081 81995031 001

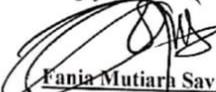
Sekretaris Sidang


Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd.
NIP. 1971060 51998031 004

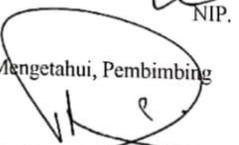
Penguji I


Eswatun Niswah, S.Sos.I., M.S.I.
NIP. 1984040 22018012 001

Penguji II


Fania Mutiara Savitri, M.M.
NIP. 19900507 2019032 011

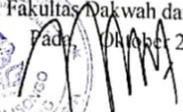
Mengetahui, Pembimbing


Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd.
NIP. 1971060 51998031 004

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

pada, 26 Oktober 2022


Prof. Dr. H. Ilvas Supena, M.Ag.
NIP. 19720410 200112 1 003



PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan sumbernya dijelaskan didalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 16 September 2022



Desy Rahmasari

NIM: 1801036130

BERITA ACARA UJIAN

Nama Peserta Ujian	Desy Rahmasari
NIM	1801036130
Program Studi	Manajemen Dakwah
Judul Skripsi	Pengaruh Layanan Logistik Halal Hotel Khas Berkonsep Syariah Semarang Terhadap Kepuasan Pelanggan
Hari, Tanggal Ujian	Senin, 26 September 2022
Waktu Ujian	13:00 – 14:00 WIB
Tempat Ujian	Ruang Sidang Utama FDK
Pembimbing	Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd.
Ketua Sidang	Dr. Ali Murtadlo, M.Pd.
Sekretaris Sidang	Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd.
Penguji I	Uswatun Niswah, S.Sos.I., M.S.I.
Penguji II	Fania Mutiara Savitri, M.M.

NILAI BIMBINGAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Prof Dr. Hamka KM 2 (kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan Telp. (o24) 7506405
Semarang 50185 website: fakdakom.walisongo.ac.id, email: fakdakom.uinws@gmail.com

NILAI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Desy Rahmasari
Nim : 1801036130
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Pengaruh Layanan Logistik Halal Hotel Khas Berkonsep Syariah Semarang Terhadap Kepuasan Pelanggan

NILAI PEMBIMBING
3,75
(diisi angka skala 1-4)

Semarang, September 2022
Pembimbing,

Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd.
NIP. 19710605199803 1 004

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahiwabarakatuh

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada kita Sholawat beserta salam selalu senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW beserta keluarga dan pengikutnya hingga akhir zaman. Puji Syukur penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Layanan Logistik Halal Hotel Khas Berkonsep Syariah Semarang Terhadap Kepuasan Pelanggan**" guna memenuhi dan melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos). Sebuah gelar Strata 1 pada jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan karunia besar kepada peneliti.
2. Prof. Dr. Imam Taufiq, M. Ag. Selaku Rektor UIN Walisongo Semarang beserta staf dan jajarannya yang telah memberikan restu penelitian untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Skripsi.
3. Dr. Ilyas Supena, M.Ag dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, serta kepada seluruh dosen dan staf di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan restu kepada peneliti untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Skripsi.
4. Dra. Hj. Siti Prihatiningtiyas, M. Pd, selaku ketua Jurusan Manajemen Dakwah yang telah mendukung peneliti untuk menyelesaikan Skripsi, dan Bapak Dedy Susanto. S. Sos. I., M. S. I, selaku sekretaris jurusan Manajemen Dakwah yang telah mensupport peneliti untuk menyelesaikan Skripsi.
5. Usfiyatul Marfu'ah M.S.I selaku wali dosen yang telah mensupport peneliti untuk menyelesaikan Skripsi.

6. Dr. Saerozi, S.Ag, M.Pd selaku pembimbing skripsi peneliti yang telah meluangkan waktu dan tenaga ditengah kesibukannya, terimakasih atas nasehat, motivasi, dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, yang telah mengarahkan, mendidik, membimbing, dan membagi ilmunya kepada peneliti, dan selama menuntut ilmu di UIN Walisongo Semarang.
8. Dewan penguji yang telah menguji proposal dan skripsi yang memberikan kritik dan saran untuk kemajuan skripsi.
9. Darsono selaku Human Resources Manager Hotel Khas Semarang beserta staf karyawan hotel lainnya yang telah memberikan tempat izin dan kesempatan bagi peneliti untuk menggali informasi dan data data yang dibutuhkan peneliti guna menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Kedua orang tua tercinta, Bapak Suherman Bin Bapak Suwarno dan Ibu Sutinah Binti Bapak H. Nur Salim yang saya hormati dan yang selalu memberikan cinta tulus hingga kasih sayang kepada anak nya ini, serta selalu memberikan cinta dan restu senantiasa mendoakan dengan tulus ikhlas, memberikan semangat, memberikan motivasi dan kekuatan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kakak beserta adik saya Mba Evi Hermawati, Mas Hafid Yusuf, Nur Aida, Mas Kohar, Mba Yanti, Eko Nur Sya'bani, Salma Ismy Izzati yang selalu memberikan saya support dan dukungan penuh hingga materi kepada penulis.
12. KH. Imroni Abdillah dan Bapak Nugroho yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, arahan dan mendoakan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Terimakasih kepada Zhillan Firdaus yang sudah membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi peneliti.
14. Sahabat saya Rizka Novrita, Asadatullah Ainurrosyidah, Ana Putri, Arini Setyana dan Arina, yang telah mensupport penulis hingga sampai dititik ini.

Dan semuanya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu membantu, memberikan motivasi, dan dukungannya kepada penulis.

15. Seluruh responden tidak terkecuali yang telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian.
16. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah senantiasa memberikan keberkahan, rasa syukur dan kebahagiaan.

Dan semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu diperlukan kritik dan saran yang membangun. Akhirnya, hanya kepada Allah penulis berdoa semoga bermanfaat dari hasil Skripsi ini, *Aamiin Yarabbal Aalamiin.*

Wassalamual'aikum warahmatullahiwabarakatuh

Semarang, 9 September 2022

Penulis,

Desy Rahmasari

1801036130

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirahim

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Salawat serta salam tidak lupa dipanjatkan kepada Nabi Agung Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan contoh Akhlakul Kharimah bagi seluruh umat muslim. Rasa syukur yang tak berhenti penulis ucapkan kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, terimakasih karena senantiasa memberikan hamba-Nya ini keridhoan dan kelancaran.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa terimakasih sedalam-dalamnya, terutama pada diri sendiri. Terimakasih, karena sudah sampai pada tahap ini, ingat perjuangan tidak berhenti sampai disini. Tak hanya itu, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua peneliti yaitu Bapak Suherman dan Ibu Sutinah yang telah memberikan cinta, kasih sayang dan doa restunya kepada penulis, dalam kondisi sehat selalu dan di berkahi hidupnya oleh Allah SWT.
2. Kedua kakak peneliti serta adik yaitu mba Evi Hermawati, mas Hafid Yusuf serta Nur Aida yang selalu mendukung penulis dan selalu memberikan semangat dalam meraih cita-cita semoga selalu diberi kesehatan, panjang umur dan kebahagiaan selalu dalam keluarganya.
3. Dosen Pembimbing Dr. Saerozi, S.Ag, M.Pd yang sudah bersedia untuk membimbing penulis, menasehati, mengajari, sehingga terselesaikan Skripsi ini dengan baik.
4. Keluarga besar H. Nur Salim dan Keluarga besar Suwarno atas doa dan karunia nya sehingga skripsi ini telah terselesaikan.

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ
وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

-Q.S An Nahl : 90-

“Selesaikan pendidikanmu, wujudkan impianmu dan jadilah perempuan yang cerdas agama dan good attitude!”

-Desyrhs-

“Telan rasa sakit itu jangan lagi lompati setiap proses, jangan jadi orang yang pemalas yang ingin harum seketika.”

-Desyrhs-

ABSTRAK

Desy Rahmasari. 1801036130, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi penelitian dengan judul “Pengaruh Layanan Logistik Halal Hotel Khas Berkonsep Syariah Semarang Terhadap Kepuasan Pelanggan”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh layanan logistik halal Hotel Khas berkonsep Syariah Semarang terhadap kepuasan pelanggan. Untuk melihat seberapa besar pengaruh dari segi layanan *halal tourism* di suatu tempat dengan begitu hotel yang mengusung konsep syariah tidak hanya sekedar penanda atau kalim label, tetapi juga di dalamnya berdasar prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan hotel. Dengan begitu pelanggan cenderung akan merasakan kepuasan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data peneliti menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Pada teknik pengumpulan data menggunakan koesiner yang disebarluaskan pada sampel yang sudah ditentukan dengan spesifikasi tertentu dan didokumentasikan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Hotel Khas Semarang dengan spesifikasi pengunjung yang sedang atau sudah *check-out*, artinya pengunjung sudah merasakan pengalaman menginap pada hotel tersebut. Adapun sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 20.00 dengan menganalisis uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas dan uji heterokedastisitas, analisis uji regresi sederhana, analisis uji determinasi simultan, analisis uji hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji f serta analisis statistik deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan logistik halal Hotel Khas Semarang sudah baik dengan nilai sebesar 4,18. Tidak hanya itu kepuasan pelanggan pada Hotel Khas Semarang masuk kategori sudah baik dengan nilai sebesar 4,32 dan dinyatakan bahwa layanan logistik halal terhadap kepuasan pelanggan sudah terbilang baik, sehingga layanan logistik halal pada Hotel Khas Semarang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang memiliki nilai dari uji t sebesar 9,510 dan dinyatakan layanan logistik halal mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pada uji f memiliki nilai sebesar 90,448 yang dapat dinyatakan bahwa layanan logistik halal mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan dapat dilihat pada persentase yaitu sebesar 47,5% bahwa layanan logistik halal Hotel Khas Semarang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Pelayanan, Layanan Logistik Halal, Kepuasan Pelanggan

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	i
PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	vi
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka	9
BAB II.....	12
KERANGKA TEORI	12
A. Konsep Halal	12
B. Hotel Syariah.....	13
1. Definisi Hotel Syariah	13
2. Perkembangan Hotel Syariah Di Indonesia.....	15
3. Ketentuan Hotel Syariah	17
4. Perbandingan Hotel Konvensional Dan Hotel Syariah	18
5. Industri Pariwisata dan Hotel Dalam Al-Qur'an dan Hadist.....	19
C. Kualitas Layanan Logistik	20
1. Definisi Layanan	20
2. Definisi Logistik Halal	21
3. Indikator Layanan Logistik	22
D. Kepuasan Pelanggan	23

1. Definisi Kepuasan	23
2. Definisi Pelanggan	24
3. Kepuasan Pelanggan.....	25
4. Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan.....	26
5. Mengukur Kepuasan Pelanggan	27
6. Indikator Kepuasan Pelanggan	29
E. Kerangka Pikir	29
F. Hubungan Variabel Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	30
G. Hipotesis	31
BAB III	32
METODE PENELITIAN.....	32
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
B. Subjek dan Objek Penelitian	32
C. Lokasi Penelitian.....	32
D. Variabel Penelitian	33
E. Definisi Operasional Variabel.....	33
F. Sumber dan Jenis Data	35
G. Populasi dan Sampel.....	36
H. Teknik Pengumpulan Data	37
I. Validitas dan Reliabilitas Data.....	39
J. Teknik Analisis Data.....	40
K. Analisis Regresi Linier Sederhana	42
L. Koefisien Determinasi	43
M. Sistematika Penulisan	43
BAB IV	45
GAMBARAN UMUM HOTEL KHAS SEMARANG	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
1. Sejarah Hotel Khas Semarang	45
2. Lokasi Objek Penelitian	46
3. Fasilitas Objek Penelitian	47
B. Visi dan Misi Hotel Khas Semarang.....	50
C. Struktur Organisasi Hotel Khas Semarang	51
D. Aktifitas Hotel Khas Semarang.....	54
BAB V.....	56

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Paparan Data Penelitian	56
1. Analisis Deskriptif.....	56
2. Uji Validitas	64
3. Uji Reliabilitas.....	65
4. Uji Normalitas	66
5. Uji Heterokedastisitas.....	67
6. Uji F.....	67
7. Uji t.....	68
8. Analisis Regresi Sederhana	69
9. Koefisien Determinasi	70
B. Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB VI	77
PENUTUP.....	77
A. KESIMPULAN	77
B. SARAN	77
DAFTAR PUSTAKA	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	83
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tiga Hotel Berkonsep Syariah di Kota Semarang	5
Tabel 3. 1 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian	38
Tabel 5. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 5. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 5. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 5. 4 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Hotel.....	58
Tabel 5. 5 Variabel X.....	60
Tabel 5. 6 Deskriptif Variabel Y	63
Tabel 5. 7 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 5. 8 Reliabilitas Variabel Layanan Logistik Halal (X)	65
Tabel 5. 9 Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	66
Tabel 5. 10 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 5. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 5. 12 Hasil Uji F.....	68
Tabel 5. 13 Hasil Uji t.....	68
Tabel 5. 14 Analisis Regresi Sederhana.....	69
Tabel 5. 15 Uji Koefisien Determinasi Simultan (R ²).....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4. 1 Acara Re-Branding Pesona Hotel menjadi Khas Hotel	46
Gambar 4. 2 Hotel Khas Semarang.....	46
Gambar 4. 3 Ballroom	47
Gambar 4. 4 Resepsionis 24 jam.....	47
Gambar 4. 5 Musholla Umum.....	47
Gambar 4. 6 Sertifikat CHSE	47
Gambar 4. 7 Pajangan Hotel	48
Gambar 4. 8 Lift.....	48
Gambar 4. 9 Toilet Umum Perempuan	48
Gambar 4. 10 Kolam Renang	48
Gambar 4. 11 Restoran Hotel.....	48
Gambar 4. 12 Tempat Wudhu.....	48
Gambar 4. 13 Kran Wudhu	49
Gambar 4. 14 Sajadah dsb.....	49
Gambar 4. 15 Kulkas Mini.....	49
Gambar 4. 16 Brankas Digital.....	49
Gambar 4. 17 Toilet Kamar	50
Gambar 4. 18 Mini Bar.....	50
Gambar 4. 19 Struktur Organisasi.....	51
Gambar 4. 20 Layanan Antar Jemput Salat Subuh	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Surat Izin Riset	84
Lampiran 1. 2 Beberapa Dokumentasi Penyebaran Koesioner.....	85
Lampiran 1. 3 Koesioner Penelitian.....	87
Lampiran 1. 4 Data Karakteristik Responden	91
Lampiran 1. 5 Hasil Data Tabulasi Responden.....	94
Lampiran 1. 6 F Tabel.....	98
Lampiran 1. 7 T Tabel.....	99

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar wisata halal di Indonesia diperkirakan akan tumbuh pesat. Hal ini diperkuat oleh Disbudpar Aceh, di mana wisata halal (*halal tourism*) berkembang pesat di tahun-tahun mendatang, bahkan dalam satu tahun terakhir dan akan berkembang di pasar Indonesia yang menjanjikan. Pesatnya perkembangan pariwisata halal di Indonesia turut membantu perkembangan industri lainnya. Apalagi mengingat Indonesia adalah salah satu negara berpenduduk mayoritas Muslim di dunia dan lebih dari 87% penduduknya beragama Islam (Disbudpar.acehprov.go.id, Rabu 13 April 2022, pukul 10:53 WIB). Oleh karena itu, prinsip kehalalan sangat penting bagi khalayak Indonesia, misalnya pemilihan produk berupa industri yang berkonsep halal. Sedangkan di sisi lainnya, industri dengan berkonsep halal belum mampu memenuhi kebutuhan warga muslim yang ada di Indonesia. Produk berbasis halal teruslah meningkat, dengan demikian terciptalah harapan di sektor pariwisata halal, terutama di industri halal.

Dengan dukungan bisnis akomodasi dan perhotelan yang merupakan salah satu produk syariah yang saat ini sedang berkembang di Indonesia, diperkirakan saat ini terdapat 50 hingga 100 hotel berkonsep syariah di Indonesia. Hal ini dikarenakan kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup Halal (*Halal lifestyle*) semakin meningkat, sehingga dipilahlah hotel dengan konsep berbasis Syariah, dan konsep Syariah memberikan rasa aman dan kepercayaan, serta terjaga dari persepsi masyarakat yang negatif. Bahkan banyak hotel konvensional yang mengubah konsepnya menjadi hotel berbasis syariah (Pratiwi, 2017:75-76). Mansouri (2014:20) menyebut hotel dengan konsep yang berbasis syariah diarahkan di penggunaan konsep halal, yang terlihat pada fasilitas hotel yang tersedia untuk tamu, seperti: fasilitas hotel yang disediakan untuk pelanggan sebagai contoh fasilitas umum yaitu adanya sekat ruangan antara batas laki-laki dan perempuan, tidak menyajikan makanan dan minuman yang mengandung alkohol ataupun babi,

kamar mandi beserta kasur kamar hendaknya menghindari arah kiblat, maka dengan itu disko/bar/pesta yang mengandung unsur sara yang dianggap melanggar hukum Syariah ditiadakan.

Hotel adalah fasilitas tempat tinggal yang menawarkan kepada wisatawan yang di dalamnya terdapat faktor pelayanan, rasa nyaman, aman dan fasilitas yang dibutuhkan oleh pelanggan, serta akomodasi untuk kepentingan keluarga atau liburan. Buruknya kualitas layanan yang diberikan oleh pihak hotel kepada pelanggan dapat mengakibatkan kerugian. Bilamana pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan, dan juga pelayanan yang diberikan kepada tamu dapat mempengaruhi keberlangsungan hotel. Selain itu, fakta bahwa pelanggan saat ini mulai selektif dalam hal memilih layanan, mendukung apa yang dikatakan dari Akhmad Khusaini (Khusaini, 2015:2). Pengelola hotel berlomba-lomba menawarkan pelayanan yang menyenangkan untuk pelanggan hotel. Dalam lingkungan yang sangat kompetitif ini, kepuasan pelanggan harus menjadi kunci kelangsungan dan keberlanjutan manajemen hotel. Oleh karena itu, pengelola hotel diharapkan dapat memberikan layanan pelanggan yang lebih baik. Baik itu makanan, layanan, fasilitas atau hiburan bagi pelanggan. Selain itu, berbagai dekorasi dan desain harap ditambahkan untuk menjamin kenyamanan tamu hotel. Oleh karena itu, pengelola harus mengetahui apa yang dianggap penting bagi bisnisnya untuk memuaskan pelanggan, termasuk meningkatkan efisiensi layanan logistik.

Menurut Sahnaz Ubud, pengendalian kualitas layanan logistik membutuhkan persyaratan yang berbeda. TQM merupakan singkatan dari *Total Quality Management* di mana bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kinerja pelayanan yang memenuhi, serta melebihi kebutuhan pelanggan, atau biasa disebut dengan kepuasan pelanggan (Ubud, binus.ac.id 2020). Peran layanan logistik adalah memainkan dalam segala posisi baik pendistribusian barang maupun pengeolaan dari tangan produsen ke tangan pelanggan. Pastikan juga bahwasanya produk yang ter pesan telah sampai ke tangan pelanggan sebaik mungkin. Maka daripada itu, pelanggan yang kecewa dengan kinerja keseluruhan perusahaan dalam penyaluran

barang bisa berbalik menurunkan kualitas perusahaan industri jasa yang bersangkutan. Diharapkan bahwa setiap kontrol logistik dapat membantu industri jasa agar bisa mempengaruhi kualitas dari layanan sehingga menciptakan harga terbaik yang dapat mengurangi biaya. Kualitas layanan yang baik dapat mempengaruhi baik buruknya industri jasa tersebut dari sudut pandang pelanggan. Hal ini disebabkan karena yang menikmati jasa layanan adalah mereka para pelanggan dan secara garis besar pelanggan lah yang menentukan kualitas pelayanan.

Logistik halal dapat didefinisikan sebagai penerapan prinsip *halalan toyyiban* dalam rantai pasokan. Semua kegiatan mulai dari penyimpanan, transportasi, penanganan, dan distribusi, harus sesuai dengan prinsip Syariah (Jalal, 2017:320). Tujuan logistik halal adalah untuk memastikan integritas halal dari produk halal bagi pelanggan akhir serta untuk memastikan pelanggan dapat menikmati, menggunakan atau mengkonsumsi produk pada waktu yang tepat, jumlah dan kondisi yang tepat ke tempat yang tepat dan harga yang tepat kepada pelanggan yang tepat. Pada layanan logistik terdapat istilah 7R sebagai berikut pertama; right quality: mutu yang tepat, kedua; right quantity: jumlah yang tepat, ketiga; right time: waktu yang tepat, keempat; right place: tempat yang tepat, kelima; right impression: kesan atau impresi yang tepat, keenam; right price: harga yang tepat, ketujuh; right information: informasi yang tepat. Menurut Zaroni kontributor Ahli TruckMagz yang menjabat sebagai Direktur Keuangan Pos Logistik Indonesia di Kulgram (Kuliah Telegram) dia mengatakan bahwa meningkatnya permintaan produk halal akan meningkatkan pentingnya logistik halal. Hal ini menunjukkan bahwa penduduk muslim di negara Indonesia semakin berkembang. Selain itu, ada sejumlah faktor, seperti pasar bebas, perdagangan lintas negara, dan reformasi ekonomi halal di seluruh dunia (Zaroni, 28 April 2020). Bukti lain menunjukkan bahwa pelanggan bersedia membayar lebih untuk membeli produk yang telah bersertifikat halal. Berdasarkan survei penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sukoso (2020) mengatakan bahwa lebih dari konsumen di Belgia cenderung membeli daging bersertifikat halal, survei menemukan bahwa konsumen Muslim lebih cenderung membeli daging bersertifikat halal dengan harga lebih tinggi di

toko Muslim dibandingkan toko lain yang belum tentu bersertifikat tanpa jaminan halal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kehalalan suatu produk menjadi hal yang penting, khususnya bagi konsumen muslim yang telah mengambil keputusan dalam pembelian (Sukoso, 2020:118). Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Zailani (2010) berpendapat bahwa keterlacakan dan sistem pelacakan halal juga dapat dianggap sebagai peluang untuk logistik halal karena akan meningkatkan layanan dan tingkat produk serta menawarkan transparansi dan kontrol yang lebih besar di seluruh pasokan rantai.

Kebutuhan adanya pemenuhan pelanggan menjadi hal yang sangat penting di dalam suatu usaha, ada banyak hal yang dapat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen, terkhusus dalam akomodasi perhotelan dengan konsep halal seperti yang telah dikemukakan oleh Rinehart pada tahun 1989 di dalam penelitiannya dan tertuang di *Journal of the Academy of Marketing Science* mengatakan bahwa kategori variabel layanan logistik tersebut diantaranya fasilitas, prosedur pemesanan, persediaan, dan transportasi yang disajikan kepada klien atau konsumen (Rinehart, 1989:66-68). Persediaan adalah rantai dalam proses manajemen di mana prosedurnya mengenai tentang persediaan produk untuk membantu penyedia pelayanan kepada konsumen dengan cara menyimpan barang atau produk dalam kondisi yang baik dan jauh dari hal – hal yang haram. (Astana, 2007:184). Kedua adalah fasilitas, di mana Lupiyoadi dan Hamdani mendefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar bahwa penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan adalah dapat diandalkan kepada lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (Hamdani, 2006:182). Ketiga yaitu pemrosesan pesanan terdiri dari pertukaran informasi, komunikasi, transmisi data, dan pemrosesan, dengan kata lain sebagian besar persyaratan pelanggan ditransmisikan dalam bentuk pesanan (Kerap, 2017:2571). Kemudian yang terakhir yaitu proses transportasi di mana artinya adalah proses pemindahan manusia ataupun barang dengan bantuan mesin dari suatu tempat ke tempat yang

lainnya, guna memudahkan manusia untuk melaksanakan suatu aktivitas (Andriansyah, 2015:1).

Indonesia sendiri sudah memiliki banyak hotel, namun jumlah perusahaan yang belum mengelola manajemen logistik dengan baik untuk meningkatkan pelayanan guna menjamin kepuasan pelanggan pada hotel masih terbilang sedikit. Oleh karena itu, pelayanan logistik harus terus ditingkatkan agar pelayanannya berkualitas dengan mengusung teknologi, konsep dan kebijakan yang tepat. M. Daud Arif Khan sebagai sekretaris Bidang Bisnis dan Ekonomi Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengatakan, minimnya hotel mengantongi prinsip-prinsip syariah karena keterbatasan sumber daya. Hal ini harus berjalan beriringan dengan pemilik hotel yang sadar dan berusaha untuk mendukung asosiasi, karena mungkin ada banyak hotel dengan prinsip syariah tetapi standar halal masih belum ada dan sebaliknya. Pentingnya pemantauan dan pengendalian kembali terhadap pelaksanaan layanan logistik halal di Hotel Syariah dengan konsep *moslem friendly* di Indonesia perlu ditegaskan kembali. Ada hotel berbasis Syariah yang perlu peningkatan lebih lanjut di Hotel Syariah agar benar-benar memenuhi standar Syariah, sehingga dapat memberikan kemudahan dan memenuhi tuntutan wisatawan muslim, serta menyadarkan para pelaku usaha akan pentingnya standar produk halal. Penipuan terhadap produk berlabel halal palsu karena proses produksi halal tidak terbuka ke seluruh rantai pasokan hingga hilir. Oleh karena itu, dengan adanya layanan logistik halal diharapkan dapat menjaga kehalalan produk untuk menjamin kehalalan produk dan memastikan produk/jasa tersebut sesuai dengan prinsip syariah.

Di pulau Jawa Hotel Syariah telah hadir di beberapa kota antara lain Jakarta, Bandung, Pekalongan, Solo, Yogyakarta, Malang, Surabaya, dan Semarang. Sebagai contoh, berikut 3 Hotel Syariah di Kota Semarang, Jawa Tengah:

Tabel 1. 1 Tiga Hotel Berkonsep Syariah di Kota Semarang

No	Nama Hotel Syariah	Alamat

1.	Hotel Semesta Semarang	Jalan KH. Wahid Hasyim 125-127, China Town Semarang Jawa Tengah
2.	Hotel Khas Semarang	Jalan Depok No. 33, Kembang Sari, Kota Semarang
3.	Grasia Hotel Semarang	Jalan S. Parman No.29, Gajahmungkur, Semarang Selatan, Kota Semarang

Sumber: www.gatra.com 2022

Logistik halal diharapkan mampu menawarkan sebagian besar pelayanan yang maksimal dan kenyamanan bagi pelanggannya. Seperti yang dikatakan oleh seorang ahli pakar pemasaran Fandy Tjiptono bahwa setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku pelanggan di pasar tujuannya, karena kelangsungan perusahaan sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya sangat bergantung pada tindakan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan teknik yang tepat yang dapat memungkinkan pemanfaatan peluang yang ada untuk dimenangkan dalam persaingan.

Hotel Khas Semarang merupakan perkembangan dari Hotel Pesonna yang sudah berdiri pada tahun 2016 yang berlokasi di Jl. Depok No. 33, Kembang Sari, Kota Semarang. Pada mulanya hotel tersebut adalah hotel konvensional hingga kemudian pada bulan November tahun 2021 Hotel Pesonna berganti nama menjadi Hotel Khas Semarang yang berbintang tiga dengan mengusung halal *lifestyle* (*Moslem Friendly*) atau konsep syariah. Hadirnya Hotel Khas dengan *stakeholder* muslim kemudian menjadi salah satu *pioneer* berdirinya hotel berkonsep syariah di Semarang. Hotel Khas Semarang merupakan hotel ber bintang tiga yang dikelola oleh BUMN PT. Pegadaian persero di bawah anak perusahaan PT. Pesonna Indonesia Jaya. Di Indonesia setidaknya telah berdiri sembilan properti Hotel Khas (*Formerly Pesonna Hotel*), salah satunya berada di kota Semarang. Mengusung konsep halal *lifestyle*, hotel Khas sendiri tumbuh menjadi salah satu hotel favorit bagi para pelanggannya terutama pelanggan wisatawan muslim. Karena konsep

halal yang ada pada Hotel Khas sendiri mengacu pada penghilangan hal-hal yang tidak baik untuk manusia dan juga lingkungan sekitar, jadi sebetulnya fasilitas hotel halal tetap bisa dinikmati siapapun, dan tidak terbatas pada yang muslim saja.

Berdasarkan hasil observasi yang terjun langsung dan mengamati obyek yang akan diteliti, peneliti menemukan bahwa masih belum adanya ruang sekat antara batas laki – laki dan perempuan pada musala umum padahal hal tersebut merupakan salah satu syarat hotel yang harus di penuhi untuk menjadikan hotel berkonsep syariah, setelah itu pada kolam renang masih tercampur antara laki – laki dan perempuan padahal pada saat wawancara peneliti dengan staf yang menjabat sebagai *Human Resources Management* menyatakan bahwa kolam renang terpisah. Pada kenyataannya yang peneliti lihat adalah berbanding terbalik pada saat wawancara. Menarik bila langkah atau strategi perusahaan untuk bertahan dalam menghadapi persaingan global dan penerapan layanan hotel berkonsep syariah ke tangan pelanggan dari awal hingga akhir? Dalam hal ini harus diperhatikan untuk membedakannya dengan hotel biasa atau bisa disebut dengan hotel konvensional, sehingga “Syariah” tidak hanya sekedar penanda atau kalim label, tetapi juga menggunakan konsep syariah dalam pengelolaan hotel. Di sisi lain, jika sebuah perusahaan atau organisasi mengejar visi dan tujuannya, perusahaan harus dapat memilih tindakan yang etis dan bijaksana sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Pelayanan yang baik dan bisnis yang baik bukan hanya bisnis yang menguntungkan, tetapi pelayanan yang baik dan bisnis yang baik adalah jalan menuju kesuksesan. Hotel Khas Semarang memiliki branding yaitu *Hotel Moslem Friendly*.

Berdasarkan latar belakang diatas, keunikan Hotel Khas Semarang yang berani memposisikan diri sebagai penyedia jasa akomodasi yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang logistik halal yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dengan melakukan penelitian tentang “Pengaruh Layanan Logistik Halal Hotel Khas Berkonsep Syariah Terhadap Kepuasan Pelanggan”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dan untuk memperjelas arah penelitian, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Apakah ada pengaruh antara layanan logistik halal hotel Khas berkonsep syariah Semarang terhadap kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis ada tidaknya pengaruh antara layanan logistik halal hotel Khas berkonsep Syariah Semarang terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu untuk memberi suatu manfaat. Berikut ini adalah beberapa jumlah manfaat penelitian yang mencakup hal – hal sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan menawarkan peningkatan, pengetahuan dan mengembangkan wawasan studi yang luas yang dilakukan guna untuk mencapai gambaran langsung mengenai kepuasan pelanggan, khususnya layanan logistik pada Hotel Khas Semarang. Dan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan datang.

2. Secara Praktis

Bagi Hotel Syariah, sebagai bahan referensi bagi pihak akomodasi perhotelan di mana dapat memberikan sumbangsih secara nyata seperti masukan, saran pemikiran dan pandangan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya perbaikan maupun peningkatan kinerja fungsi pelayanan Hotel Syariah Semarang dimasa yang akan datang. Kemudian bagi Masyarakat terutama pada penyedia jasa, dengan keterbatasan penelitian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan catatan dan gambaran bagi pihak-pihak yang bersangkutan yang ingin dijadikan acuan atau bahan evaluasi terutama untuk meningkatkan

pelayanan.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari kesamaan penulisan dan plagiasi antar penulis maka peneliti menulis beberapa penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang dijadikan Tinjauan pustaka adalah sebagai berikut :

Pertama, jurnal dengan judul “*Pengaruh E-Logistics Terhadap Kepuasan Pelanggan Marketplace Lazada*” yang dilakukan oleh Annisa, Ratih Hurriyati dan Puspo Dirgantari 2020. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran *e-logistics*, gambaran tingkat kepuasan pelanggan dan besarnya pengaruh *e-logistics* terhadap kepuasan pelanggan *marketplace* Lazada. Menggunakan metode kuantitatif dan analisis data regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS 24.0. Menghasilkan temuan bahwa *e-logistics* berada pada kategori tinggi, dan gambaran tingkat kepuasan pelanggan berada pada tingkat tinggi, dengan itu maka dapat ditarik kesimpulan *e-logistics* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan pada penelitian ini adalah sama – sama menggunakan variabel Y yaitu kepuasan pelanggan, dari segi teknik pengumpulan data juga sama menggunakan wawancara dan koesioner. Perbedaan penelitian pertama yaitu pada objek penelitian dan subjek penelitian di mana objek pada penelitian ini pada Hotel Khas Semarang dan juga subjeknya yaitu para pelanggan yang sudah merasakan pengalaman menginap pada objek yang telah ditempati.

Kedua, jurnal “*Pemodelan Sistem Traceability, Halal Supply Chain dalam Menjaga Integritas Produk Makanan Halal dengan Pendekatan Interpretive Structural Modeling (ISM)*” yang dilakukan oleh Haryono dan Dwi Iryaning 2018. Penelitian ini bertujuan untuk membuat model sistem *Traceability halal Supply Chain* dalam menjaga integritas produk makanan halal. Menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Interpretive Structural Modeling (ISM)*. Menghasilkan temuan bahwa sistem *traceability halal Supply Chain* dalam menjaga integritas produk halal terletak pada *Quadran Driver Power* yaitu *halal manufacturing, Producer traceability, supplier traceability, Quadran Strong Driver-Strongly Dependent Variabel (Linkage)*, elemen sistem *Traceability halal Supply Chain* yang termasuk dalam quadran ini akan mendukung keberhasilan

integrity produk halal dan memiliki ketergantungan yang kuat sebagai penggerak, quadran ini meliputi halal procurment, distribusi *traceability*, halal logistik. Sedangkan sistem *traceability* halal *supply chain* yang tidak berpengaruh terhadap *integrity* produk halal masuk Quadran II *Driver Power* yaitu: logistik *traceability* dan halal distribusi. Persamaan pada penelitian ini adalah sama – sama penelitian metode kuantitatif , sama – sama meneliti dalam lingkup layanan logistik halal namun yang membedakan secara garis besarnya ialah penelitian dari Haryono menggunakan pendekatan *Interpretive Structural Modeling* (ISM) sedangkan penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS* dan variabel X serta variabel Y juga berbeda secara keseluruhan.

Ketiga, skripsi “*Kesiapan Penerapan Logistik Halal Pada UMKM Pangan Dengan Metode Analisis Regresi Linear Berganda (Studi Kasus: UMKM Berbasis Makanan di Kabupaten Wonogiri)*” yang dilakukan oleh Hendro Sutajid 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh visi untuk perubahan, dukungan manajemen, lingkungan, penerimaan karyawan dan sistem logistik halal terhadap kesiapan penerapan logistik halal pada UMKM pangan di Kabupaten Wonogiri. Menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan program *SPSS*. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa visi untuk perubahan, lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kesiapan penerapan logistik halal. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa visi untuk perubahan, dukungan manajemen, lingkungan, penerimaan karyawan dan sistem logistik halal berpengaruh signifikan terhadap kesiapan penerapan logistik halal. Pengaruh tersebut sebesar 38,30% dan 61,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Persamaan dari penelitian Hendro Sutadji dengan penelitian ini adalah sama – sama menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif dan membahas teori mengenai layanan logistik halal serta sama – sama menggunakan koesioner untuk ambil data primer dilapangan. Perbedaan dari penelitian ini adalah pada obyek di mana obyek disini mengacu pada *UMKM* berbasis makanan sedangkan obyek yang peneliti lakukan adalah pada Hotel Khas Semarang. Pada metode analisis juga memiliki perbedaan yaitu regresi linier berganda di penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana karena hanya memiliki satu variabel X saja yaitu layanan logistik.

Keempat, jurnal “*Analisis Halal Supply Chain Management Produk Kosmetik Halal Terhadap Tingkat Kesadaran Dan Kepuasan Mahasiswi Yogyakarta*” yang dilakukan oleh Ryan Riyadi 2019. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis halal *supply chain management* terhadap tingkat kepuasan produk kosmetik halal dengan variabel kontrol kepuasan mahasiswi Yogyakarta. Menggunakan populasi dan sampling serta metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tingkat kepuasan berpengaruh secara positif terhadap produk kosmetik halal, yang di mana variabel kontrol tingkat kesadaran mahasiswi Yogyakarta. Persamaan pada penelitian ini yaitu mengarah pada layanan logistik serta ada satu variabel Y yang sama yaitu kepuasan dan otomatis pula penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Namun hal tersebut tidak membuat penelitian ini sama hampir keseluruhan, tetap ada perbedaannya yaitu terletak pada obyek penelitian dan juga populasi serta sampel yang digunakan.

Kelima, jurnal “*Proyeksi Potensi Pengembangan Pariwisata Perhotelan Dengan Konsep Syariah*” yang dilakukan oleh Hanik Fitriani tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah tentang proyeksi potensi pengembangan pariwisata perhotelan dengan konsep syariah di Indonesia dikarenakan pengembangan pariwisata hotel syariah di Indonesia belum terpetakan dan perlu digali untuk menumbuhkembangkan bisnis syariah agar tidak stagnan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan hasil menunjukkan bahwa perkembangan hotel syariah di Indonesia masih terlalu lambat bahkan dapat dikatakan stagnan meskipun MUI telah mengeluarkan standarisasi label syariah kepada bisnis perhotelan namun bentuk dan tahapan pengurus format syariah ini masih belum jelas adanya, dampaknya banyak pebisnis hotel syariah yang lebih mengimplementasikan konsep hotel syariah berdasar aturan-aturan Islam dan tidak melegalkan bisnis mereka sehingga kualitas pengelolaan belum maksimal. Memiliki persamaan yaitu terletak pada pariwisata khususnya di bidang industri akomodasi perhotelan dengan mengusung konsep syariah. Perbedaan pada penelitian Hanik Fitriani yaitu pada jenis penelitiannya yaitu Hanik menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan peneliti di sini menggunakan penelitian kuantitatif.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Konsep Halal

Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ketentuan syariat Islam. Status hukum halal dapat melekat pada benda ataupun perbuatan. Perbuatan yang dilarang menurut syariat Islam untuk dikerjakan, dan juga benda yang dilarang untuk dikonsumsi menurut ketentuan syariat Islam (Sukoso,2020:7). Halal bukan hanya mengandung unsur merek, namun memiliki makna sistem kepercayaan, kode etik moral serta pedoman dalam kehidupan sehari-hari (Jaelani, 2017:29). Oleh karena itu dianjurkan bagi setiap muslim, mencari halal adalah suatu kewajiban sekaligus kebutuhan, sebagai perwujudan ketaatan manusia dalam melaksanakan hukum-hukum perintah Allah SWT yang merupakan manifestasi dari keimanan. Mereka yang memenuhinya berarti telah bersikap taat kepada Allah SWT, sehingga baginya adalah pahala di sisi Allah.

Konsep halal tidak hanya berkaitan dengan barang-barang yang diizinkan dan dilarang, produk makanan, kosmetik, vaksin dan keuangan. Melainkan juga berkaitan dengan status kehalalan produk atau jasa yang pada saat ini konsep halal sendiri telah mencakup pada layanan pariwisata yang tidak kalah pentingnya, di mana seiring meningkatnya kebutuhan tamu muslim, maka sudah dipastikan jasa akomodasi perhotelan, biro perjalanan yang mengusung halal harus dilibatkan di dalamnya.

Al-Qur'an telah memerintahkan setiap umat manusia untuk mengonsumsi produk Halal yang tertuang dalam Q.S Al-Baqarah ayat 2:168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

yang diterjemahkan sebagai '*Wahai manusia! makanlah dari apa yang ada di bumi [yang] halal dan baik dan janganlah kamu ikuti jejak langkah setan: karena setan adalah nyata-nyata musuh bagimu*' (Departemen Agama RI, 2006:5).

B. Hotel Syariah

1. Definisi Hotel Syariah

Hotel syariah merupakan salah satu bentuk usaha dalam bidang pelayanan jasa di mana di dalamnya mempertahankan fasilitas dasar hotel dan pelayanan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Shnyrkova, 2019:5). Maka dengan kata lain, hotel adalah suatu perusahaan yang menyediakan jasa pelayanan yang tidak hanya terpaku pada makanan minuman yang mengandung babi atau alkohol namun juga mencakup kepada bidang fasilitas kamar untuk tidur yang sudah melakukan perjalanan serta mampu membayar pelayanan yang telah diterima sesuai dengan jumlah yang sudah disepakati. Penelitian dari Nur Hidayah Che Ahmat menyebutkan bahwa terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh pihak hotel sendiri untuk menjadikan hotel tersebut hotel syariah. Atribut yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut; bagian operasional, tidak adanya alkohol hanya menyajikan makanan dan minuman halal, mayoritas staff dan karyawan hotel beragama Muslim, adanya keterpisahan antara ruang karyawan khusus wanita dan ruang karyawan khusus laki-laki, tersedianya layanan televisi yang konservatif, tersedianya alat ibadah di setiap kamar hotel meliputi kitab suci Al-Qur'an, sajadah dsb. Kemudian bagian desain interior, menyediakan ruangan umum yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, terdapat tanda arah panah di setiap ruangan kamar yang menunjukkan adanya arah kiblat, tidak menyediakan tempat hiburan seperti klub malam, tempat tidur dan toilet tidak boleh menghadap arah kiblat, tidak adanya tampilan seni yang berupa bentuk manusia, menyediakan fasilitas kesehatan yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, tersedianya kamar yang terpisah khusus untuk laki-laki lajang, perempuan lajang dan keluarga. Terakhir bagian keuangan, hotel dengan pembiayaan keuangan yang menganut syariat Islam, mengikuti prinsip zakat di mana pemilik hotel sebagian pendapatan sesuai dengan prinsip zakat.

Penelitian dari Nor Zafir Md Salleh menyebutkan bahwa konsep halal pada hotel syariah dapat meningkatkan keunggulan kompetitif bagi hotel itu sendiri. Hal ini dikarenakan meningkatnya permintaan barang dan jasa yang ada pada industri halal. Selain hal itu ada faktor lain yaitu permintaan akan hotel yang

menawarkan fasilitas dan kamar yang mengikuti prinsip-prinsip Syariah semakin meningkatnya wisatawan yang datang akan membuat semakin meningkatnya keuntungan hotel. Oleh karena itu, konsep hotel syariah dengan segala manajemen dalam menyediakan fasilitas dan produk layanan sesuai prinsip Syariah (Md Salleh, 2014:26-30).

Dalam menjalankan bisnis Islam, (salah satunya adalah akomodasi penginapan Hotel Syariah) pebisnis harus senantiasa mematuhi dan berpegang erat pada ketentuan syariat, di mana ketentuan syariat tersebut berfungsi untuk pengendalian dalam menjalankan kegiatan bisnis, dan setidaknya juga harus memiliki beberapa tujuan, diantaranya (Arifin J, 2009):

a. Target Hasil

Hasil yang diharapkan dapat berupa manfaat yang signifikan atau tidak berwujud. Menggunakan syariah sebagai dasar bisnis, keuntungan akan lebih tinggi, karena tentu bisnis sesuai dengan aturan bisnis, serta akan menuai keuntungan dan keberkahan.

b. Keberlangsungan

Ketika memutuskan untuk memulai bisnis, bukan berarti tujuannya hanya untuk mencari keuntungan setelah itu bisnis selesai. Bisnis lebih dari itu, bisnis yang baik harus memiliki tujuan atau sasaran untuk meningkatkan kualitas bisnis yang dikelolanya, serta untuk melanjutkan pengembangan bisnis, dan menghindari stagnansi.

c. Pertumbuhan terus meningkat

Bisnis yang dilakukan tidak hanya menutupi biaya modal awal dan kepentingan pribadi/laba. Namun, tujuannya adalah untuk membuat kedepannya lebih kondusif, maju dan terus berkembang bagi pertumbuhan bisnis Islam.

d. Mendapatkan keberkahan dan Ridha Allah SWT

Pada hakekatnya hal inilah hakikat dari bisnis yang sesungguhnya, karena tanpa ridho Allah SWT maka diperoleh manfaat baik materil maupun on materil, dan eksistensi yang kokoh tidak akan ada nilainya bila tidak mendapat ridho dari ridha Allah SWT.

2. Perkembangan Hotel Syariah Di Indonesia

Mengingat pertumbuhannya saat ini, jasa hotel Syariah atau *Moslem Friendly* terjadi peningkatan besar dalam layanan akomodasi. Pertumbuhannya semakin cepat karena orang cenderung mulai menanamkan gaya hidup halal (*halal lifestyle*). Namun, pengamat properti menilai Indonesia masih kekurangan hotel syariah yang cukup bagus dan layak. Hal ini karena sebagian besar hotel syariah di Indonesia masih memiliki pasar yang moderat rendah (Ariyani R, diakses 14 April 2022 pada jam 10:29 WIB). Namun menurut Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), banyak sekali pertumbuhan hotel syariah di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan hotel syariah di Indonesia yang mencapai 10 persen, menurut pemeringkatan MasterCard & Crescent Indonesia dalam Global Muslim Travel Index 2018, wisatawan muslim menempati urutan kedua terbanyak dikunjungi di dunia (Deputi Bidang Ekonomi, 2018:79).

Penggunaan label “Syariah” dalam bisnis perhotelan masih terdengar asing ditelinga masyarakat Indonesia. Hal ini karena di Indonesia sendiri, konsep halal atau syariah pada awalnya dianggap hanya terkait dengan beberapa aspek dasar, seperti produksi produk halal untuk dikonsumsi. Penggunaan label syariah dalam layanan akomodasi hotel belum banyak diketahui masyarakat Indonesia. Perkembangan bisnis syariah di dunia telah mendorong para pengusaha untuk memperkenalkan kata “syariah” ke dalam sistem manajemen, salah satunya adalah manajemen hotel (Riyanto, 2011). Hingga pada akhirnya masih banyak yang beranggapan bahwa kehadiran hotel syariah hanya menyasar kepada masyarakat muslim saja. Padahal, hotel syariah tidak hanya diperuntukkan bagi pasar muslim tetapi juga untuk tamu non muslim karena hal itu tidak mengganggu pelanggan non muslim untuk menggunakan produk dan layanan hotel syariah. Sebagian dari mereka beranggapan bahwa konsep “syariah” menghilangkan persepsi negatif tentang apa yang buruk bagi sebagian orang untuk tamu atau pengunjung yang menginap di hotel syariah. Hotel syariah memiliki karakter yang tidak dimiliki oleh hotel pada umumnya yaitu prinsip

syariah yang diterapkan pada hotel syariah dan tujuan mulia dari setiap usaha oprasionalnya adalah menciptakan masalah bagi masyarakat (Sula, 2006:107).

Meskipun jumlah Hotel Syariah yang telah mengajukan permohonan kepada Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai hotel syariah di Indonesia masih sedikit, namun jumlah hotel berbasis syariah secara bertahap meningkat. Di Indonesia sendiri, hotel syariah masih dijalankan sebagai bisnis keluarga di mana masih di dominasi hotel bintang dua dan melati. Hal ini disebabkan karena kurangnya informasi publik mengenai standarisasi fasilitas hotel syariah. Akibatnya, banyak pengusaha hotel syariah yang masih harus memiliki dan belum memahami legalitas pendirian hotel syariah sebagai acuan. Majelis Ulama Indonesia (MUI) memiliki label syariah pada industri perhotelan, namun struktur dan tahapan pengurusan format syariah masih belum jelas. Pada akhirnya sebagian besar bisnis hotel syariah ini beroperasi berlandaskan hukum Islam yang diperoleh melalui konsultasi langsung dengan para pemimpin agama Islam seperti Ustad. Hal ini menimbulkan opini publik yang beragam tentang kemunculan konsep hotel syariah. Ada beberapa hotel syariah yang mengutamakan penghapusan makanan dan minuman non halal. Selain itu, ada hotel syariah yang dikelola dengan menghilangkan fasilitas kegiatan yang berbau negatif, parahnya lagi dengan semua aturan yang ada, mungkin ada hotel syariah yang hanya mendukung pasar muslim saja. Sementara beberapa pelaku syariah di industri perhotelan telah berani menjalankan hotel mereka sendiri, itu hanya didasarkan pada pemahaman mengenai keislaman masing-masing pribadi orang, sehingga terjadilah kualitas manajemen dan industri terkadang tidak mencapai goalsnya atau tidak maksimal. Oleh karena itu, hotel syariah harus didukung oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang dibentuk oleh tim hotel, sehingga nantinya penyelarasan produk dan jasa secara umum dapat berlangsung sesuai dengan kaidah syariah, bukan sekedar penunjang nilai jual belaka. Jadi, hanya karena diberi label 'syariah' bukan berarti fasilitas yang mendukung aktivitas pengunjung hotel juga terbatas. Sebaliknya, hotel syariah harus berusaha untuk menawarkan keunikan dan ciri khas fasilitas hotel, agar menarik dan menambah nilai jual bagi pelanggan.

3. Ketentuan Hotel Syariah

Terdapat ketentuan pariwisata halal yang diatur oleh Peraturan Daerah mengenai jasa akomodasi. Tertuang dalam peraturan LD PERDA (Lembar Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat) Nomor 2 Tahun 2016 tentang Pariwisata Halal, di mana akomodasi merupakan segala bentuk hotel berbintang maupun non bintang. Peraturan tersebut dijelaskan dalam Paragraf 2 Pasal 14, sebagai berikut:

- a. Standar syariah sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) ditujukan setelah memperoleh sertifikasi dari DSN-MUI.
- b. Dalam pariwisata halal harus memiliki akomodasi yang sesuai standar syariah.
- c. Standar syariah yang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi aspek: Produk, Pelayanan, dan Pengelolaan.
- d. Dalam hal standar syariah yang sebagaimana dimaksud pada ayat (2) belum terpenuhi, maka akomodasi paling tidak sedikitnya memenuhi hal-hal sebagai berikut: tersedianya fasilitas yang layak untuk bersuci; Tersedianya aksesibilitas yang mudah untuk beribadah; Tersedianya makanan dan minuman yang berlogo halal; Fasilitas dan suasana yang aman, nyaman dan kondusif untuk keluarga dan bisnis, serta Terjaganya kebersihan sanitasi dan lingkungan.

Selain LD PERDA terdapat peraturan lain mengenai hotel syariah ialah Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yaitu dalam No: 108/DSN-MUI/X/2016 yang terkait dengan perhotelan, ketentuan tersebut diantaranya adalah bahwa hotel tidak boleh menyediakan hiburan yang mengarah kepada kemusyrikan, maksiat, pornografi, dan atau tindak asusila. Berikut peraturan yang menjadi ketentuan hotel syariah: Hotel syariah tidak menyediakan fasilitas hiburan yang cenderung kemusyrikan, terutama pornografi dan maksiat; terdapat makanan dan minuman yang wajib mendapatkan sertifikat halal dari MUI; hotel syariah wajib memiliki pedoman tata cara pelayanan hotel, yang bertujuan untuk mengintegrasikan pelaksanaan pelayanan hotel sesuai dengan prinsip syariah; karyawan hotel wajib memakai

pakaian yang sesuai dengan ketentuan syariah; tersedianya fasilitas berupa fasilitas yang memadai bagi pelanggan hotel untuk menunjang ibadah termasuk fasilitas bersuci atau wudhu; hotel Syariah wajib menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam mendukung layanan transaksi nasabah; makanan dan minuman yang disediakan hotel syariah wajib mendapat sertifikat halal dari MUI; hotel syariah wajib menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam melakukan pelayanan; menyediakan fasilitas, peralatan dan sarana yang memadai untuk melaksanakan ibadah termasuk fasilitas bersuci (Fatwa Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Syariah, 2016:6-7)

4. Perbandingan Hotel Konvensional Dan Hotel Syariah

Hotel konvensional adalah hotel yang sesuai dengan arahan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi No. KM 94/HK.103/MPPT-87 ialah hanya untuk memenuhi keinginan pelanggan yang sesuai jika berada di kawasan wisata. Hal ini berbeda dengan hotel yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah hingga bertujuan untuk mencapai *Falah* sebagai tujuan hidup setiap muslim, sehingga dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, Hotel Syariah tidak hanya melihat pada harta benda atau yang sering disebut dengan keuntungan dan laba, tetapi juga menekankan pada kualitas spiritual yang dapat berupa keimanan. Di tingkat duniawi, *Falah* adalah konsep multi-dimensi dan memiliki arti bagi individu atau aspek kecil dari kombinasi perilaku (Sapudin, 2014:3).

Menurut P3EI UII (2013) menyatakan bahwa *mashlahah* adalah segala bentuk keadaan baik material maupun non material, yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia. Menurut Al-Ghazali, kesejahteraan atau *mashlahah* dasar kehidupan manusia terdiri dari lima hal yakni, agama (*din*), jiwa (*nafs*), akal (*aql*), keturunan (*nash*) dan harta (*maal*). Pada hotel konvensional tidak memberikan dampak pada *mashlahah* karena mereka menjalankan bisnis tidak bertujuan untuk melindungi kelima hal tersebut. Pemberian label “Syariah” pada Hotel Syariah, bukan hanya sekedar klaim label semata, namun karena “Syariah” oleh para ahli hukum Islam, diartikan sebagai “seperangkat peraturan atau ketentuan dari Allah untuk manusia yang disampaikan melalui Rasul-Nya”. Program Wisata Syariah yang

dicanangkan oleh pemerintah, baik oleh pemerintah pusat melalui Kemenparekraf maupun pemerintah daerah, hotel-hotel yang ada di Indonesia akan disertifikasi oleh LPPOM MUI, mana yang memenuhi unsur Syariah dan mana yang belum memenuhi. Cara penyediaan tempat dan alat salat serta penunjuk arah kiblat di kamar hotel penyajian makanan yang halal serta penyediaan minuman non-alkohol di bar sebuah hotel merupakan unsur lolosnya sertifikasi. Hal tersebut juga masuk ke dalam kategori ‘*Moslem Friendly*’ atau bisa diartikan sebagai “Ramah Bagi Umat Islam” (LPPOM MUI dalam bisnis.com, 2014). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa akomodasi di hotel syariah tidaklah mudah. Ada syarat yang harus dipenuhi pengelola, terutama prinsip syariah yang mengacu pada aturan ‘*halalan thoyyiban*’. Aturan yang disajikan di sini salah satunya meliputi pengelolaan makanan dan minuman.

Faridasari dalam Kompas.com (2014) mengatakan bahwa segala sesuatu dalam operasional hotel syariah harus syar’i mulai dari pakaian muslim untuk karyawan hotel (terutama untuk karyawan hotel wanita yang berhijab), pemilihan tamu hotel, pemisahan tamu antara laki-laki dan wanita serta larangan minuman beralkohol. Ada banyak prinsip dan aturan syariah yang bisa dijadikan pedoman dalam mengelola pelayanan akomodasi, khususnya di bidang perhotelan syariah, antara lain: memuliakan tamu (*fal yukrim dhaifahu*); damai, tentram dan aman (*salam*); terbuka untuk semua kalangan, yaitu universal (*kaffatan lin-naas*); rahmat untuk semua kalangan dan lingkungan (*rahmatan lil 'aalam*); Jujur (*siddiq*); dapat dipercaya (*amanah*); konsisten (*Istiqomah*); tolong menolong dalam kebaikan (*ta 'awun alal birri wat taqwa*).

5. Industri Pariwisata dan Hotel Dalam Al-Qur’an dan Hadist

a. Al Qur’an Surat Ar-Rum [30] Ayat 42

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلُ
كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ

Artinya: Katakanlah (Muhammad), “Adakanlah perjalanan di muka bumi ini, lalu lihatlah bagaimana kesudahan orang-orang dahulu. Kebanyakan dari mereka adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah).

b. Al-Qur'an Surat Al-An'am [6] Ayat 11

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكَذِّبِينَ

Artinya: Katakanlah (Muhammad), Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagai-mana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu.

c. Hadits Tentang Memuliakan Tamu

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ

Artinya: Barang siapa yang beriman pada Allah dan hari akhir maka hendaklah dia memuliakan tamunya. [HR. Bukhari dan Muslim]

Tamu yang disebut di dalam hadits di atas meliputi tamu Mukmin maupun kafir. Kata “*dhaifah*” termasuk dalam *lafadz* umum, sehingga mencakup semua jenis tamu; baik tamu Mukmin, kafir, laki-laki, maupun perempuan. Semua tamu wajib disambut dan dimuliakan serta dihormati berdasarkan hadits di atas. Seorang Muslim juga diperintahkan untuk memenuhi hak-hak tamu.

C. Kualitas Layanan Logistik

1. Definisi Layanan

Pelayanan atau *customer service* adalah suatu tahapan kegiatan yang dirancang dan diarahkan untuk menjamin kepuasan kepada pelanggan dan diharapkan melalui layanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan bahwa pelayanan adalah upaya melayani kebutuhan orang lain, dan pelayanan membantu mempersiapkan (*help someone in need*/membantu apa yang diperlukan seseorang). Pada hakekatnya, pelayanan merupakan rangkaian kegiatan yang bersifat proses. Sebagai proses pelayanan yang teratur dan berkelanjutan, melibatkan kehidupan semua orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui kegiatan orang lain (Indrasari, 2019:57).

Menurut Kotler, pelayanan dalam Hendro Syamswana adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada orang lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengarah pada harta benda, tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.. Secara umum, layanan yang diberikan

oleh produsen atau perusahaan berkualitas akan menghasilkan kepuasan pembelian yang tinggi serta berulang (Yuwana, 2017:332). Menurut Sunyoto (2012:236) kualitas atau mutu dalam bidang jasa adalah penyajian suatu produk atau jasa dalam ukuran yang sesuai di mana produk tersebut disimpan, pengiriman sama dengan apa yang diinginkan pelanggan serta yang diharapkan. Jadi, semua aspek yang dilakukan oleh perusahaan (hotel) harus memenuhi harapan dan selalu berusaha untuk meningkatkan keunggulan layanan untuk memenuhi keinginan dan harapan serta kepuasan pelanggan.

Pada prinsipnya pelayanan dibangun dengan faktor utama yang dilihat dari persepsi masyarakat terhadap pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka inginkan dan harapkan, maka dapat dikatakan pelayanan tersebut berkualitas tinggi dan dapat dikatakan memuaskan. Sedangkan pelayanan yang berkualitas rendah adalah pelayanan yang tidak dapat diharapkan. Pelayanan yang ditawarkan perusahaan tidak hanya berfokus pada kepuasan pelanggan. Sebab, sebagai seorang muslim, pemberian pelayanan harus berlandaskan pada nilai-nilai syariah, memahami nilai takwa dan menunjukkan konsistensi nilai amanah dalam menjalankan aktivitas bisnis. Bukan hanya komitmen yang berorientasi pada materi, tetapi juga merupakan bagian dari nilai ibadah kepada Allah SWT.

Dengan kata lain layanan adalah kegiatan yang dilakukan suatu perusahaan yang ditujukan kepada pelanggan yang telah bersedia membeli produk atau memakai jasa.

2. Definisi Logistik Halal

Logistik adalah serangkaian proses yang meliputi pengelolaan barang yang strategis terhadap pemindahan, penyimpanan, pengadaan dan pemeliharaan atau peralatan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik internal maupun eksternal melalui rantai pasok sampai dengan ke pelanggan akhir. Logistik adalah pengelolaan pemrosesan pesanan, transportasi dan penanganan bahan, semuanya terintegrasi di seluruh jaringan fasilitas. Tujuan logistik adalah untuk mendukung pengadaan, pembuatan, dan persyaratan operasional distribusi pasar. Kemudian logistik halal tidak jauh berbeda artinya dengan logistik halal,

di mana logistik halal dapat didefinisikan sebagai kegiatan logistik yang mencakup aspek pergudangan dan distribusi di mana proses mengelola pengadaan, pergerakan, penyimpanan, dan penanganan bahan bagian produk jadi atau produk dalam proses baik makanan dan non makanan serta pengelolaan informasi terkait melalui organisasi atau perusahaan berdasarkan standar umum prinsip-prinsip Hukum Syariah (Mu'ti, 2019:20).

Tujuan logistik halal adalah untuk memastikan integritas halal dari produk halal sampai ke pelanggan akhir serta untuk memastikan pelanggan dapat menikmati, menggunakan atau mengkonsumsi produk pada waktu yang tepat, jumlah dan kondisi yang tepat ke tempat yang tepat dan harga yang tepat kepada pelanggan yang tepat (M. Syazwan, 2014:3). Manajemen logistik halal melibatkan serangkaian kegiatan, yaitu, transportasi, penyimpanan, manajemen persediaan, bahan, dan layanan pelanggan. Semua produk Halal harus memenuhi syarat syariat Islam yang menyatakan bahwa produk tersebut harus aman dan tidak berbahaya langsung dari asal sampai konsumsi akhir. Jadi, mengadopsi halal ke dalam perspektif logistik, harus dipastikan bahwa produk segala macam logistik, seperti transportasi atau penyimpanan, harus berpegang pada prinsip-prinsip Syariah. Dengan kata lain, layanan logistik halal dapat didefinisikan sebagai penerapan prinsip-prinsip *halalan toyyiban* sepanjang kegiatan *supply chain* semua kegiatan mulai dari sumber pasokan, penyimpanan, transportasi, manufaktur, penanganan, dan distribusi harus mematuhi konsep prinsip-prinsip Hukum Syariah (Jalal, 2017:320).

3. Indikator Layanan Logistik

Menurut (astana, 1989:66-68) indikator layanan logistik antara lain:

a. Persediaan

Persediaan adalah bahan atau barang yang disimpan, berguna untuk tujuan tertentu, tujuan tersebut digunakan dalam proses produksi. Persediaan mempengaruhi besar kecilnya biaya operasional, sehingga kesalahan pengelolaan persediaan mengurangi keuntungan perusahaan, dan sebaliknya jika persediaan dapat dikelola dengan baik dan maksimal

maka pengelolaan persediaan dapat menguntungkan perusahaan (Astana, 2007:185).

b. Fasilitas

Fasilitas merupakan bukti kemampuan penyedia jasa untuk menunjukkan eksistensi perusahaan kepada pihak luar, bahwa sarana dan prasarana fisik perusahaan aman bagi lingkungan. Hal ini termasuk meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan alat yang digunakan (Hamdani, 2006:182).

c. Pemrosesan pesanan

Pemrosesan pesanan didefinisikan sebagai pertukaran komunikasi, informasi, pemrosesan data, transaksi data dan dokumentasi impor atau ekspor. Proses pemesanan melibatkan keseluruhan aspek pengelolaan persyaratan pelanggan yang meliputi tanda terima, pengiriman, penagihan dan pengumpulan pesanan awal (Kerap, 2017:2571).

d. Transportasi

Transportasi di mana artinya adalah proses pemindahan manusia ataupun barang dengan bantuan mesin dari suatu tempat ke tempat yang lainnya, guna memudahkan manusia untuk melaksanakan suatu aktivitas (Andriansyah, 2015:1).

D. Kepuasan Pelanggan

1. Definisi Kepuasan

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung kembali lagi untuk membeli produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada persepsi dan harapan pelanggan itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan ketika membeli suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan pelanggan ketika membeli suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu dalam mengkonsumsi

barang atau jasa tersebut dan pengalaman teman-teman yang pernah mengkonsumsi barang atau jasa tersebut serta yang terakhir periklanan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan apa yang dia terima dan harapannya. Bahkan ketika seorang pelanggan membeli suatu produk/jasa, pelanggan tersebut mengeluarkan uang tidak hanya dalam bentuk harga produk/jasa, tetapi juga pelanggan menanggung biaya dalam hal waktu, energi, pemikiran, transportasi, dan lainnya. Begitu juga dengan pelanggan dapatkan produk/layanan yang dimaksud, benar-benar mendapatkannya manfaat lain seperti pelayanan, citra dan lain-lain. (Harahap, 2018:117).

Pelanggan, jika puas dengan nilai produk atau layanan, dapat menjadi pelanggan untuk jangka waktu yang lebih lama. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku tersebut, Manajemen Pemasaran menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa ketika seseorang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk yang dipikirkan dengan kinerja yang diharapkan (Kotler, 2007:177). Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah tujuan dari setiap perusahaan. Selain menjadi bagian integral dari kehidupan perusahaan, memenuhi kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan peluang persaingan yang tinggi. Pelanggan yang puas dengan produk dan layanan akan kembali sering membeli produk dan menggunakan layanan ketika permintaan muncul lagi saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Artinya kepuasan merupakan hal terpenting bagi pelanggan dalam membeli ulang yang menyumbang sebagian besar penjualan perusahaan.

Jadi, dapat dikatakan kepuasan merupakan respon atau sikap yang di tunjukan pelanggan terhadap kepusan yang telah pelanggan rasakan atau terima, serta perasaan senang tidaknya pelanggan apabila apa yang sudah pelanggan dapatkan akan sesuai harapannya maka dari itu pelanggan akan merasa puas dan senang, begitupun sebaliknya pelanggan akan merasakan kekecewaan.

2. Definisi Pelanggan

Pertanyaan awal sebelum membahas lebih dalam tentang melayani para

pelanggan adalah kita harus mengenal dan memahami apa dan siapa pelanggan tersebut. Maka dari itu berikut beberapa pengertian mengenai definisi pelanggan menurut beberapa pakar/penulis yang intens menggeluti tentang pelayanan dan *total quality management (TQM)*.

Menurut Yoeti yang dikutip dari buku karya Suharto Abdul Majid (2009:11-12) menjelaskan bahwa pelanggan adalah orang per individu atau sekelompok orang yang membeli produk atau jasa pada suatu perusahaan. Sedangkan menurut Nasution (2001:44-45) dikutip di buku yang sama mendefinisikan pelanggan ialah semua orang yang menuntut kita dengan tujuan guna memenuhi suatu standar kualitas tertentu dan oleh sebab itu akan ada pengaruh pada performa kita sebagai pelanggan dan perusahaan. Sedangkan pengertian pelanggan tidak terkhusus pada menurut pakar atau ahli namun juga tertuang dalam UU No. 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa pelanggan adalah setiap orang yang memakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup orang lain dan tidak untuk diperdagangkan (Pasal 1 Ayat 2).

Dari pendapat beberapa para ahli dan pakar serta undang-undang yang telah dijelaskan diatas menyimpulkan bahwa pelanggan itu ada di mana-mana. Secara jelasnya pelanggan merupakan orang per individu bahkan per kelompok.

3. Kepuasan Pelanggan

Pelanggan disini artinya memang harus dipuaskan, sebab jika mereka tidak puas maka akan menghasilkan atau meninggalkan rekam jejak yang jelek terhadap perusahaan penyedia jasa atau produk tersebut. Dan hal ini akan menyebabkan terjadinya penurunan penjualan dan pada akhirnya akan menurunkan laba bahkan kerugian pun akan didapatkan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari Buku Manajemen Pemasaran dari Rahmawati mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merasakan rasa senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja yang diterima dari suatu produk atau jasa dengan perlakuan yang sudah dirasakan terhadap kinerja yang diharapkan (Rahmawati, 2016:18). Pelanggan dapat menjadi pelanggan dalam jangka panjang jika merasa puas dengan nilai atau kualitas yang ditawarkan

produk jasa. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam perusahaan. Sekali lagi, kepuasan pelanggan hanya dapat dicapai jika dapat menyediakan beberapa jenis layanan yang berkualitas kepada pelanggannya (Moonti, 2015:142).

Sementara menurut Stopka, dkk bahwa kepuasan pelanggan adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan terkhusus dalam bidang logistik agar perusahaan tersebut dapat bersaing dengan kompetitornya (Stopka, 2016:193). Apabila perusahaan tidak memenuhi harapan dari pelanggan maka pelanggan tersebut akan beralih ke perusahaan yang sejenis lainnya dan menyebabkan pelanggan tersebut menjadi pelanggan pesaing. Menurut Kotler kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang dalam membandingkan yang telah dia rasakan dibanding dengan ekspektasi harapannya (Kotler & Armstrong, 2005:70). Setelah itu menurut Tjiptono bahwa kepuasan pelanggan yaitu respon dari pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang di rasakan pada diri pelanggan antara harapan sebelumnya dengan yang sudah di rasakan saat berada di tempat yang membuatnya tidak puas dengan hasil layanan serta kinerja aktual produk yang di rasakan setelah pemakaiannya.

Mengetahui beberapa definisi kepuasan pelanggan di atas, dapat kita simpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hal yang harus selalu diupayakan, terutama bagi perusahaan yang melakukan pembelian secara ulang untuk menjadi inisiator (cikal bakal) dalam membangun kepuasan pelanggan. Karena itu adalah jaminan kesuksesan jangka panjang perusahaan (Usmara, 2003:108).

4. Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan tentunya memiliki keinginan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Namun, dalam usaha menciptakan kepuasan pelanggan, ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhinya, antara lain (Lupioyadi, 2001:158) :

a. Kualitas Produk

Jika hasil penilaian menunjukkan bahwa produk yang digunakan pelanggan berkualitas tinggi, maka kualitas produk dapat menghasilkan

kepuasan pelanggan. Jika produk yang berkualitas dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, maka dapat dikatakan dapat dikatakan baik hal itu bagus.

b. Emosional

Orang akan bangga ketika orang lain mengaguminya. Hal ini dipengaruhi ketika seseorang menggunakan merk produk tertentu yang lebih memuaskan.

c. Harga

Ada harga ada kualitas, pernyataan ini ada benarnya. Karena orang tertarik pada produk yang sama kualitasnya atau setara kualitasnya tetapi dengan harga yang lebih rendah.

d. Kualitas Pelayanan

Dalam pelayanan tamu, pelanggan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik dan puas dengan harapan pelanggan.

e. Biaya

Pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa karena merasa puas dengan produk atau jasa tersebut.

5. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang sangat penting bagi setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik. Pada bagian ini akan dibahas beberapa diantaranya Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan menurut (Kotler,1996) dalam jurnal Endro Prihastono (2012:18-19) mengidentifikasi pengukuran kepuasan pelanggan antara lain:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Keluhan atau saran yang dapat disampaikan oleh pelanggan akan sangat bermanfaat bagi perusahaan, karena mengetahui tingkat kepuasan yang diterimanya, misalnya dengan menggunakan media

untuk menerima keluhan dan saran pelanggan. Contoh saja menyediakan kotak saran, kartu komentar, saluran telepon gratis, dan lainnya. Informasi ini juga akan memberikan masukan serta ide bagi perusahaan untuk bertindak secara bertanggung jawab dan cepat dalam menyelesaikan masalah yang muncul nantinya. Jadi, jika pelanggan mengajukan keluhan, perusahaan dapat segera memperbaikinya. Jika keluhan tersebut dapat diselesaikan dengan baik, pelanggan akan puas dengan pelayanan dan tidak akan bosan dengan produk yang ditawarkan perusahaan.

b. *Ghost Shipping*

Ghost shopping adalah cara untuk mendapatkan gambaran kepuasan pelanggan dengan mempekerjakan lebih banyak orang (*ghost shopper*). *Ghost shopper* bertindak sebagai pembeli potensial produk perusahaan serta produk pesaing. Kemudian, berdasarkan pengalaman mereka, orang-orang ini akan mengatakan hal-hal tentang kekuatan dan kelemahan produk dari pesaing perusahaan.

c. *Lost Customer Analysis*

Ketika sebuah perusahaan kehilangan sejumlah pelanggan, itu tidak berarti akhir dari hubungan bisnis. Hal ini dapat dijadikan sebagai peluang untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Perusahaan akan menghubungi pelanggannya sehingga mereka dapat mengetahui mengapa mereka beralih. Perusahaan kemudian dapat menemukan solusi yang tepat untuk membawa kembali pelanggan menggunakan produk perusahaan. Dengan demikian dapat meningkatkan tingkat *customer lost rate* (kehilangan pelanggan) yang pada akhirnya menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Survei kepuasan pelanggan merupakan cara paling umum untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Survei dapat dilakukan melalui berbagai media, melalui telepon, email atau melalui wawancara pribadi. Dengan melakukan survei pelanggan, perusahaan akan menerima

tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan, dan akan memberi sinyal bahwa perusahaan sangat memperhatikan pelanggan tersebut.

6. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut (Panjaitan & Yuliati, 2016) indikator kepuasan pelanggan yaitu:

a. Kepatuhan terhadap jenis pelayanan

Merupakan langkah pemenuhan tingkat harapan pelanggan melalui kinerja produk harapan pelanggan, meliputi: fasilitas yang diterima memuaskan, dengan kata lain di luar ekspektasi artinya produk yang dihasilkan melebihi ekspektasi, layanan karyawan memenuhi atau melebihi harapan.

b. Minat berkunjung kembali

Minat berkunjung kembali didefinisikan sebagai cara pelanggan ingin kembali, meliputi: berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang diberikan sesuai dan memadai. Berminat untuk berkunjung kembali karena terdapat nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk atau fasilitas yang telah dirasakan. Berminat untuk berkunjung kembali dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh karyawan masuk kategori memuaskan.

c. Kesiediaan merekomendasikan

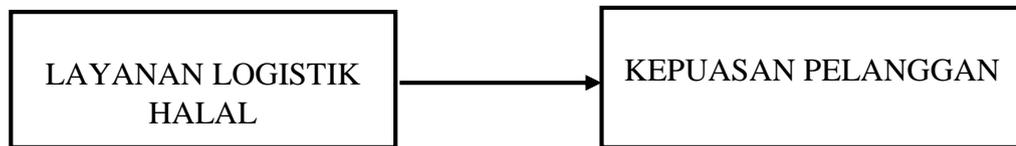
Kesiediaan merekomendasi didefinisikan sebagai kesiediaan pelanggan untuk menawarkan produk yang diterima atau dirasakan kepada teman atau keluarga, termasuk menyarankan teman/keluarga/kerabat untuk menggunakan produk jasa yang ditawarkan, sebabnya fasilitas yang telah disediakan masuk kategori memuaskan bagi pelanggan itu sendiri. Menyarankan kepada teman/kerabat/keluarga untuk membeli produk yang telah dirasakan karena mendapat pelayanan yang memuaskan.

E. Kerangka Pikir

Secara umum, kerangka pikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel yang akan diteliti. Dengan kerangka pemikiran, maka dapat diketahui alur pemikiran peneliti yang bertujuan untuk menguji pengaruh layanan logistik halal terhadap kepuasan pelanggan pada hotel syariah di Semarang.

Kerangka pikir pada penelitian ini adalah:

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



F. Hubungan Variabel Terhadap Kepuasan Pelanggan

1. Hubungan Persediaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh persediaan terhadap kepuasan pelanggan dilakukan oleh Yaspita (2018:27-36) di mana penelitian tersebut membahas mengenai pengaruh persediaan obat-obatan dan pelayanan terhadap kepuasan pasien pada Instalasi Farmasi RSUD Indrasari Rengat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan dan persediaan obat-obatan terhadap kepuasan pasien di Instalasi Farmasi RSUD Indrasri Rengat. Maka dari itu, penelitian tersebut didapat hipotesis bahwa:

H1: Persediaan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif.

2. Hubungan Pemrosesan Pesanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh pemrosesan pesanan terhadap kepuasan pelanggan pernah dilakukan oleh Ishandi (2017) yang membahas mengenai analisis pengaruh harga, proses pemesanan dan proses pemenuhan pada kepuasan konsumen lazada. Hasil penelitian dari Ishandi adalah menunjukkan bahwa kepuasan dalam proses pemesanan memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan konsumen. Maka dari pada itu penelitian tersebut didapat hipotesis bahwa:

H2: Pemrosesan Pesanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif.

3. Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dilakukan oleh Lumentut & Palandeng (2014: 126-136) yang

membahas mengenai pengaruh fasilitas, servicescape, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial fasilitas, servicescape, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka dari pada itu penelitian tersebut didapat hipotesis bahwa:

H3: Fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif.

4. Hubungan Transportasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh transportasi terhadap kepuasan pelanggan dilakukan oleh Soebiyantoro (2010:16-22) yang membahas tentang pengaruh ketersediaan sarana prasarana, sarana transportasi terhadap kepuasan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan sarana prasana dan sarana transportasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Maka dari penelitian tersebut didapat hipotesis bahwa:

H4: Transportasi mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif.

G. Hipotesis

Hipotesis sama dengan hipotesa di mana didefinisikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara atas masalah yang hendak diteliti (Heryana, 2020:3).

Dalam hal ini yaitu, variabel layanan logistik halal di mana yang dimaksud adalah variabel (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Hotel Khas berkonsep Syariah Semarang. Adapun hipotesis penelitian ini adalah:

Ho: Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel layanan logistik terhadap kepuasan pelanggan Hotel Khas berkonsep Syariah Semarang.

Ha: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel layanan logistik terhadap kepuasan pelanggan Hotel Khas berkonsep Syariah Semarang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif artinya metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pendekatan penulis menggunakan pendekatan deskriptif, penelitian deskriptif merupakan indikator statistik yang digunakan untuk menganalisis informasi dengan mengungkapkan atau menyajikan informasi yang dikumpulkan. Statistik deskriptif mencakup; penyajian data melalui grafik, tabel, pictogram, diagram lingkaran, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan modus, perhitungan desil, perhitungan persentase, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi. Perhitungan sebaran data melalui perhitungan rata – rata adalah semua contoh statistik deskriptif. Tujuan utamanya adalah untuk mendeskripsikan secara terstruktur berkenaan dengan isu atau masalah yang sedang diteliti (Darwin, 2021: 9).

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang akan diteliti adalah seluruh pengunjung yang sudah check out atau sudah merasakan pengalaman menginap minimal satu kali di Hotel Khas Semarang.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah layanan logistik halal dan kepuasan pelanggan pada Hotel Khas Semarang.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan untuk penelitian ini yaitu pada Hotel Khas Semarang yang terletak di Jl. Depok No. 33, Kembang Sari, Kota Semarang.

D. Variabel Penelitian

Variabel dapat dibedakan menjadi dua yaitu Variabel Bebas dan Variabel Terikat. Berikut ini penjelasan variabel bebas dan variabel terikat pada penelitian ini:

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Suatu variabel yang secara teoritis dapat mempengaruhi variabel lainnya. Variabel bebas biasanya disebut variabel independen. Jika ditelaah, variabel bebas muncul terlebih dahulu, diikuti oleh variabel lainnya (Surahman, 2020:58). Dalam penelitian ini layanan logistik halal menjadi variabel independen yang dilambangkan dengan simbol huruf 'X'.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Menurut (Surahman, 2020:59) Variabel bebas biasanya disebut variabel terikat. Dengan kata lain, perubahan tergantung pada faktor yang membantu menentukan hasil. Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai variabel dependen yang dilambangkan dengan simbol huruf 'Y'.

E. Definisi Operasional Variabel

Untuk mengukur jumlah instrumen yang akan digunakan tergantung variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel yaitu layanan logistik halal dan kepuasan pelanggan hotel syariah. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel konsep yang menjelaskan pola hubungan suatu gejala atau fenomena, yaitu:

1. Layanan Logistik Halal

Layanan logistik halal dapat didefinisikan sebagai penerapan prinsip-prinsip *halalan toyyiban* sepanjang kegiatan mulai dari sumber pasokan, penyimpanan, transportasi, manufaktur, penanganan, dan distribusi harus mematuhi konsep prinsip-prinsip Hukum Syariah (Rinehart, 1989:66-68).

Indikator layanan logistik antara lain:

a. Persediaan

Persediaan adalah bahan atau barang yang disimpan, berguna untuk tujuan tertentu, tujuan tersebut digunakan dalam proses

produksi. Persediaan mempengaruhi besar kecilnya biaya operasional, sehingga kesalahan pengelolaan persediaan mengurangi keuntungan perusahaan, dan sebaliknya jika persediaan dapat dikelola dengan baik dan maksimal maka pengelolaan persediaan dapat menguntungkan perusahaan.

b. Fasilitas

Fasilitas merupakan bukti kemampuan penyedia jasa untuk menunjukkan eksistensi perusahaan kepada pihak luar, bahwa sarana dan prasarana fisik perusahaan aman bagi lingkungan. Hal ini termasuk meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan alat yang digunakan.

c. Pemrosesan pesanan

Pemrosesan pesanan didefinisikan sebagai pertukaran komunikasi, informasi, pemrosesan data, transaksi data dan dokumentasi impor atau ekspor. Proses pemesanan melibatkan keseluruhan aspek pengelolaan persyaratan pelanggan yang meliputi tanda terima, pengiriman, penagihan dan pengumpulan pesanan awal.

d. Transportasi

Transportasi di mana artinya adalah proses pemindahan manusia ataupun barang dengan bantuan mesin dari suatu tempat ke tempat yang lainnya, guna memudahkan manusia untuk melaksanakan suatu aktivitas.

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai ekspresi puas dan senang, di mana artinya adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibanding dengan harapannya (Panjaitan & Yuliati, 2016). Indikator kepuasan pelanggan antara lain:

a. Kepatuhan terhadap jenis pelayanan

Merupakan langkah pemenuhan tingkat harapan pelanggan

melalui kinerja produk harapan pelanggan, meliputi: fasilitas yang diterima memuaskan, dengan kata lain di luar ekspektasi artinya produk yang dihasilkan melebihi ekspektasi, layanan karyawan memenuhi atau melebihi harapan.

b. Minat berkunjung kembali

Minat berkunjung kembali didefinisikan sebagai cara pelanggan ingin kembali, meliputi: berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang diberikan sesuai dan memadai. Berminat untuk berkunjung kembali karena terdapat nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk atau fasilitas yang telah dirasakan. Berminat untuk berkunjung kembali dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh karyawan masuk kategori memuaskan.

c. Kesiapan merekomendasikan

Kesiapan merekomendasi didefinisikan sebagai kesiapan pelanggan untuk menawarkan produk yang diterima atau dirasakan kepada teman atau keluarga, termasuk menyarankan teman/keluarga/kerabat untuk menggunakan produk jasa yang ditawarkan, sebabnya fasilitas yang telah disediakan masuk kategori memuaskan bagi pelanggan itu sendiri. Menyarankan kepada teman/kerabat/keluarga untuk membeli produk yang telah dirasakan karena mendapat pelayanan yang memuaskan.

2. Sumber dan Jenis Data

1. Data Primer

Menurut Ahyar (2020:247) Data primer adalah data langsung yang diperoleh selama penelitian dari sumber yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada responden. Adapun sumber data utama dalam penelitian ini adalah data hasil pengisian kuesioner oleh pengunjung.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari orang lain. Dengan kata lain dapat digambarkan sebagai sumber informasi dari bacaan, pembelajaran dan

media lain, literatur, buku dan dokumen (Ahyar, 2020:247).

Sumber data sekunder dalam penelitian ini penulis merujuk pada buku-buku, jurnal, skripsi, artikel dan hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam karya ilmiah ini.

3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang melibatkan obyek atau subyek dengan karakteristik dan nilai tertentu yang peneliti putuskan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020: 126). Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung Hotel Khas Semarang dengan spesifikasi pengunjung yang sedang atau sudah *check-out*, artinya pengunjung sudah merasakan pengalaman menginap pada hotel tersebut untuk dapat mengisi koesioner. Populasi ini bersifat heterogen, yang dapat dilihat dari beragam asal daerah, usia, jenis kelamin dan pekerjaan.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiyono, 2020: 127). Pendekatan pemodelan dalam penelitian ini didasarkan teknik sampling *non probability sampling* di mana peneliti tidak memberikan kesempatan yang sama untuk dipilih dan dijadikan sebagai sampel

Sedangkan metode pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling*. Pada metode ini, sampel yang diperoleh diharapkan benar-benar sesuai dengan kriteria penelitian yang dilakukan. Dengan begitu, sampel yang digunakan harus sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan, seperti kriteria ataupun sifat. Adapun kriteria sampel dari penelitian ini ialah :

1. Laki-laki dan perempuan
2. Rentan usia 17-65 tahun
3. Pekerjaan (Mahasiswa/Pelajar, Ibu Rumah Tangga, PNS, BUMN, Pegawai Swasta)
4. Pengunjung yang sudah pernah merasakan pengalaman menginap pada hotel syariah Semarang

Adapun rumus pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus Lemeshow (1997) untuk populasi yang tidak diketahui. Berikut rumus yang akan digunakan dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini ialah:

$$n = \frac{Z^2 X P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 X 0,5 (1 - 0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Di mana:

n = Jumlah sampel

z = Skor pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel yang didapatkan adalah 96,04 yang dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 orang responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang dapat berubah-ubah.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu metode pengumpulan data. Adapun metode yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data adalah:

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk penulis dalam mendapatkan data. Wawancara bertujuan untuk memperoleh keterangan guna tanya jawab sambil bertatap muka antara penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau bisa disebut dengan responden (Sugiyono, 2020:195).

Penelitian ini menggunakan tanya jawab antara salah satu staff Hotel Khas Semarang untuk mendapatkan informasi-informasi mengenai lebih dalam tentang Hotel Khas Semarang.

2. Koesioner

Koesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan dan mendistribusikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Pada penelitian ini menggunakan koesioner berukuran dengan skala Likert. Skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan presepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.

Dalam penelitian ini, koesioner akan dibagikan kepada responden yang memiliki karakteristik yang sesuai dengan sampel, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya. Sebelum mengukur suatu instrumen bahwa yang harus dilihat yaitu kisi-kisi instrument yang dapat membantu peneliti untuk membuat suatu pertanyaan yang akan di berikan kepada responden. Berikut kisi – kisi instrument yang diperlukan:

Tabel 3. 1 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	No. Item Instrumen
Layanan Logistik Halal	1. Persediaan	2,3,5,7
	2. Fasilitas	1,4,6,9
	3. Pemrosesan Pesanan	8,10,11
	4. Transportasi	12,13
Kepuasan Pelanggan	1. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan	1
	2. Minat melakukan pembelian ulang	3
	3. Minat Merekomendasikan	2

5. Validitas dan Reliabilitas Data

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan hubungan antara informasi yang diperoleh seorang peneliti dengan informasi yang dicatat oleh peneliti tersebut (Ahyar, 2020: 198). Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu koefisien. Suatu koefisien dikatakan valid jika pertanyaan pada koefisien mampu mengungkap suatu yang akan diukur oleh koefisien tersebut. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan mencari korelasi dari setiap skor butir pertanyaan atau indikator terhadap skor totalnya. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. Adapun kriteria pengujian uji validitas, adalah:

- a) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item koefisien tersebut valid.
- b) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item koefisien tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, maka langkah selanjutnya yaitu uji reliabilitas. Reliabilitas merupakan suatu instrumen yang dapat dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut digunakan beberapa kali (Darwin, 2021: 144). Singkatnya, reliabilitas merupakan nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Suatu koefisien dikatakan *reliable* jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau bisa dikatakan stabil dari waktu ke waktu. Ketidak konsistenan responden dapat terjadi kapan saja, mungkin adanya perbedaan persepsi orang satu ke orang lainnya atau kurang pemahamannya responden dalam menjawab tiap butir pertanyaan. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menghitung besarnya nilai *Cronbach's Alpha*. Kriteria pengujian nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* adalah:

1. Jika nilainya $> 0,6$ maka jawaban responden pada koefisien dinilai *reliable*.
2. Jika nilainya $< 0,6$ maka jawaban responden pada koefisien dinilai tidak *reliable*.

6. Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif adalah serangkaian pengukuran yang dapat dinyatakan dengan angka-angka. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dikarenakan data yang digunakan dalam analisis kuantitatif yaitu:

1. Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif yaitu statistik yang bertujuan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, *median*, *mean* (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata (*mean*) dan standar deviasi, perhitungan persentase minimum dan maksimum (Darwin, 2021: 168).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda guna menjawab pertanyaan dalam penelitian. Dalam uji asumsi klasik ini terdiri atas uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskeditas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan guna menguji apakah dalam model regresi, baik variabel dependen maupun variabel independen, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Maka model regresi yang baik adalah model regresi yang mempunyai distribusi normal dengan kata lain mendekati normal. Terdapat dua cara untuk melakukan uji normalitas yaitu dengan uji statistik dan analisis grafik.

Salah satu cara mengetahui kenormalan pada variabel adalah dengan teknik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dengan pengujian normal tidaknya suatu data maka dapat dilakukan acuan signifikansi variabel, jika signifikansi $> 0,005$ maka menunjukkan distribusi normal. Jika signifikansi $< 0,005$ maka menunjukkan distribusi tidak normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan guna bertujuan melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan yang lainnya. Suatu model regresi yang baik merupakan model yang terdapat homoskedastisitas atau sebaliknya. Pada uji heteroskedastisitas ini dapat dilihat dari nilai signifikansi, jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka hasil tersebut dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menilai kelayakan model regresi yang telah terbentuk sebelumnya. Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan apakah variabel-variabel bebas (X) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yaitu (Y) untuk melakukan pengujian uji F ini maka perlu penentuan formulasi hipotesis. Dalam penelitian hal ini, hipotesis yang digunakan adalah:

Ho: variabel bebas yaitu layanan logistik tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan.

Ha: variabel bebas yaitu layanan logistik halal mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan.

Untuk menguji kelayakan model dengan menggunakan uji F, terdapat kriteria pengujian diantaranya adalah:

- 1) Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya yaitu variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak artinya yaitu variabel bebas secara simultan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- 3) Apabila $\text{Sig } F < 0,05$ maka Ho ditolak Ha diterima, artinya yaitu ada pengaruh yang variabel bebas dan variabel terikat.

b. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Sedangkan kriteria pengujiannya adalah taraf signifikansi = 0,05, sedangkan hipotesis untuk uji t antara lain:

Ho: $b = 0$ artinya tidak adanya pengaruh yang signifikan antara layanan logistik terhadap kepuasan pelanggan.

Ha: $b \neq 0$ artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan logistik terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk mengetahui besarnya masing-masing variabel secara bebas individu (parsial) terhadap variabel terikat dengan melakukan uji t:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho identitasnya ditolak dan Ha berbalik arah yaitu diterima, dengan kata lain variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho berstatus diterima dan Ha kebalikannya yaitu ditolak, dengan kata lain variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- 3) Jika $Sig\ t < 0,05$ maka statusnya Ho ditolak dan Ha diterima, dengan kata lain ada pengaruh yang variabel bebas dan variabel terikat.

7. Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana untuk menganalisis data yang bertujuan untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel bebas (*independent*) yang dipengaruhi oleh variabel tidak bebas (*dependent*) dengan itu maka akan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y' = a + b X$$

Keterangan:

Y' = Nilai yang diprediksi

a = Konstanta atau bila harga $X = 0$

b = Koefisien Regresi

X = Nilai variabel independen

L. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan alat pengukuran seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel Model Summary dan tertulis R Square. Nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena R Square berkisar antara 0 sampai 1. Koefisien Determinasi (Kd) dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Di mana:

Kd= Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien kuadrat korelasi ganda

M. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah memahami dan mendapatkan gambaran secara ringkas mengenai skripsi ini, maka penulis memaparkan informasi-informasi yang diperoleh dalam bentuk sistematika guna untuk acuan pokok di mana dibagi menjadi enam sub bab, sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan: Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta tinjauan pustaka yang dikenal sebagai pendahuluan.

BAB II Kerangka Teori: Bab kedua ini berisikan tentang teori-teori yang akan diangkat di mana bersifat relevan dengan permasalahan yang dimiliki oleh penelitian ini, seperti sub bab pertama mengenai pengertian konsep halal. Sub bab kedua tentang pengertian layanan logistik. Sub bab ketiga mengenai pengertian kepuasan pelanggan. Sub bab keempat tentang pengertian hotel syariah dan bab yang kelima menjelaskan tentang hipotesis.

Bab III Metode Penelitian: Substansi bab ini merupakan uraian dari beberapa aspek metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, sumber dan jenis data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas data serta teknik analisis data serta

sistematika penulisan skripsi.

Bab IV Gambaran Umum Obyek Penelitian: Bab ini memuat gambaran secara garis besar mengenai daerah yang akan menjadi tempat penelitian, objek penelitian, serta responden yang tergambar melalui masing-masing variabel penelitian yang memuat data-data responden yang diperlukan.

Bab V Paparan Data dan Analisis Data: Merupakan analisis dari data-data yang telah ditulis pada bab-bab sebelumnya, bab ini dibagi menjadi beberapa sub bab. Sub bab pertama berisi deskripsi subjek dan data penelitian. Sub bab kedua tentang uji Normalitas dan uji Heterokedastisitas. Sub bab ketiga tentang pengujian hipotesis dan sub bab keempat berisi tentang pembahasan hasil temuan penelitian

Bab VI Penutup: Penutup, bab terakhir yang terdiri atas kesimpulan hasil penelitian, saran-saran, kata penutup, lampiran-lampiran dan riwayat hidup penulis.

BAB IV

GAMBARAN UMUM HOTEL KHAS SEMARANG

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Hotel Khas Semarang

Hotel merupakan salah satu perusahaan jasa yang di dalamnya terdapat berbagai fasilitas dan pelayanan yang menyediakan berbagai ruangan untuk umum. Hotel Khas merupakan salah satu hotel berbintang III yang sempat disebut Hotel Pesonna sebelum dilakukan rebranding. Pada tahun 2021 akan dilakukan rebranding yang sebelumnya bernama Hotel Pesonna, sekarang menjadi Khas Hotel, di mana Khas merupakan salah satu aset yang dimiliki oleh BUMN PT. Pegadaian Persero. Tujuan utama dari hotel ini adalah untuk mengembangkan dan mengoptimalkan aset yang ada. Hotel ini sendiri terletak di kota-kota besar di Indonesia, seperti Surabaya, Gresik, Yogyakarta (ada dua unit), Semarang, Pekalongan, Tegal, Makassar dan Pekanbaru.

Pada Agustus 2016, Hotel Pesonna dibuka dan beroperasi yang terdiri dari 9 lantai dan 143 kamar dengan 2 tipe, yaitu *deluxe* dan *suite* serta layanan hotel lainnya. Baru pada tanggal 20 November 2021, Hotel Pesonna resmi berubah menjadi Hotel KHAS Semarang (sebelumnya Hotel Pesonna Semarang). Rebranding ceremony digelar di Sky Conference Room lantai 9 Hotel Semarang di bawah naungan Hotel Indonesia Group (HIG), dan Khas Semarang melakukan rebranding bersama 8 brand Hotel Khas lainnya secara bersamaan yang tersebar di seluruh Indonesia.

Semula Hotel Pesonna dimiliki oleh Pegadaian, berubah nama menjadi Hotel Khas Semarang yang dimiliki oleh PT. Wika Karya Realty, Tbk. Bahkan Hotel Khas Semarang ini memiliki konsep *Muslim Friendly* (Ramah Muslim) atau konsep syariah untuk para pelancong dan pebisnis. Pada dasarnya Hotel Khas Semarang adalah bagian yang mengusung lokalitas budaya paling indah yang ada di Kota Semarang sehingga lebih kompetitif.

Gambar 4. 1 Acara Re-Branding Pesonna Hotel menjadi Khas Hotel



2. Lokasi Objek Penelitian

Khas Hotel berlokasi strategis di dekat pusat kota, pusat perbelanjaan, tempat wisata, perkantoran dan gedung pemerintahan. Berlokasi di Jalan Depok No. 33 Kembangsari Semarang 50133 - Indonesia. Hotel ini mudah diakses dari Bandara Ahmad Yani dan Stasiun Kereta Api Tawang. Untuk tamu hotel yang datang dari bandara, perjalanannya kurang lebih 6,5 km dan memakan waktu kurang lebih 19 menit, tergantung kondisi lalu lintas. Sebaliknya, jika bepergian dari Stasiun Kereta Api Tawang menuju hotel, waktu tempuh berkisar 13 menit dan menempuh jarak 2,5 km. Hotel Khas terletak di kawasan yang strategis, bahkan dari segi lokasi wisata. Beberapa di antara destinasi yang dekat dengan Hotel Khas adalah Paragon Mall, DP Mall, Queen City Mall (wisata belanja), Lawang sewu, Museum Mandala Bhakti dan Tugu Muda (wisata sejarah), Jalan Pandanaran (wisata oleh-oleh), Semawis dan Toko Oen (wisata kuliner), Kawasan Kota Lama (wisata sejarah).

Gambar 4. 2 KHAS Hotel Semarang



3. Fasilitas Objek Penelitian

a. Fasilitas Hotel

Layaknya hotel bintang 3, hotel Khas Semarang memiliki banyak fasilitas. Hotel dengan layanan resepsionis 24 jam ini menawarkan fasilitas penting diantaranya akses internet Wi-Fi gratis di kamar tamu dan tentu saja di area umum hotel, layanan binatu dan *dry cleaning*, permainan anak-anak, kolam renang, dan tempat parkir yang luas untuk kendaraan roda dua maupun roda empat, lift, tangga darurat, toilet di area umum serta musala. Hotel Khas melayani perjalanan bisnis dengan ruang pertemuan yang modern dan elegan serta ruang rapat tanpa pilar dengan langit-langit tinggi yang luas. Untuk setiap seminar, rapat, maupun perjamuan bisa menampung hingga 200 orang. Paket sudah include layar, flip chart, pengaturan meja standar (laptop, pena, permen, air minum kemasan), sistem audio standar, proyektor (sesuai permintaan) serta termasuk semua peralatan yang diperlukan.

Gambar 4. 3 Ballroom



Gambar 4. 5 Musholla Umum



Gambar 4. 4 Resepsionis 24 jam



Gambar 4. 6 Sertifikat CHSE



Gambar 4. 7 Pajangan Hotel



Gambar 4. 8 Lift



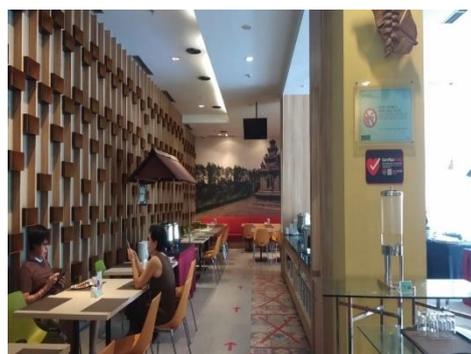
Gambar 4. 9 Toilet Umum Perempuan



Gambar 4. 10 Tempat Wudhu



Gambar 4. 11 Restoran Hotel



Gambar 4. 12 Kolam Renang



b. Fasilitas Kamar

1) *Suites Room*

Suites room memiliki ukuran ruangan jauh lebih besar yang di dalamnya terdapat *one single bed*, kontrol AC individu setiap kamar, brankas individu digital dalam kamar, kunci kamar elektronik, shower air panas dan air dingin, dua international dan lokal satelit channel TV,

sambungan langsung telephone international, fasilitas pembuatan kopi dan teh, hair dryer, alat deteksi kebakaran, sandal, mini bar, kulkas mini, *amenities* mandi standar, *living room*, meja kerja, *bathub* di kamar mandi, 24 jam *room service*, arah kiblat, sajadah dengan al-qur'an dan mukena sesuai permintaan.

2) *Deluxe Room*

Deluxe room merupakan salah satu tipe kamar yang ada pada hotel Khas Semarang yang berjumlah 141 kamar yang tersebar di delapan lantai dengan ukuran ruangan kurang lebih 22 m². Selain *high quality bed* dan kamar mandi *private*. Tipe kamar deluxe dilengkapi dengan fasilitas televisi 32inch internasional & local channel, kunci kamar elektronik, fasilitas pembuatan kopi dan teh, brankas individu digital dalam kamar, kontrol AC individu di setiap kamar, sambungan langsung telephone internasional, shower air panas serta dingin, alat deteksi kebakaran, kulkas mini, sandal, perlengkapan mandi standart, 24 jam *room service* serta sajadah, mukenah dan Al-Qur'an jika diminta.

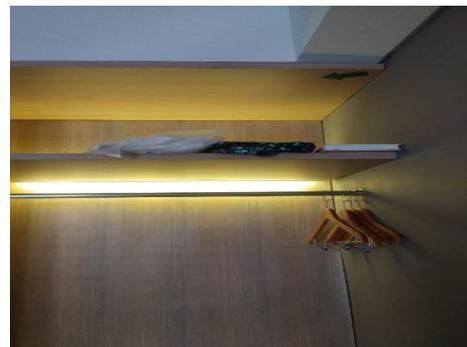
Gambar 4. 13 Kran Wudhu



Gambar 4. 15 Kulkas mini



Gambar 4. 14 Sajadah dsb



Gambar 4. 16 Brankas Digital



Gambar 4. 17 Toilet Kamar



Gambar 4. 18 Mini Bar



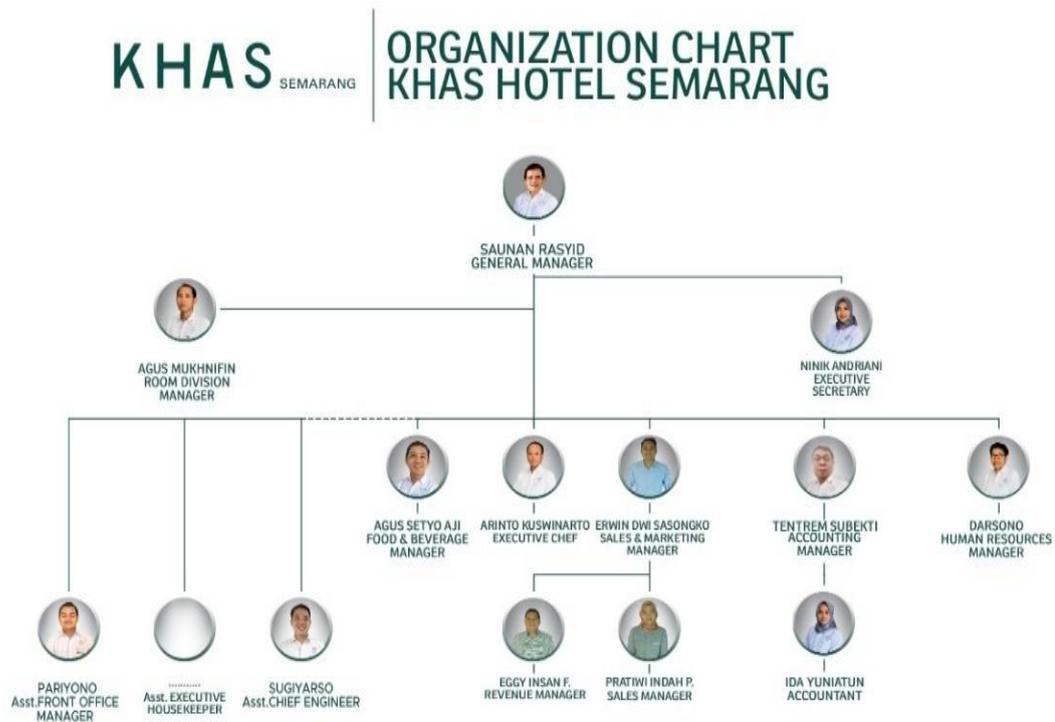
B. Visi dan Misi Hotel Khas Semarang

Visi misi yang ada pada Hotel Khas Semarang dulunya masih berlandaskan pada Hotel Pesonna yang dibawahnya dinaungi oleh Persero Pegadaian namun setelah berubah nama menjadi Khas Hotel Semarang visi misi belum terbentuk secara struktur namun berlandaskan pada tata nilai BUMN yaitu AKHLAK. Di mana akhlak mempunyai arti per huruf yaitu sebagai berikut:

Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, Kolaboratif. Amanah sendiri adalah memegang teguh pada kepercayaan yang diberikan pelanggan. Kemudian kompeten adalah terus belajar dan mengembangkan kapabilitas. Harmonis adalah saling peduli dan menghargai perbedaan. Loyal sendiri merupakan berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara. Adaptif adalah terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan. Dan yang terakhir kolaboratif adalah membangun kerjasama yang sinergis.

C. Struktur Organisasi Hotel Khas Semarang

Gambar 4. 19 Struktur Organisasi



Struktur organisasi yang baik pada perusahaan dapat dikelola dengan baik, tertib, dan terarah dalam mencapai tujuan yang telah digariskan oleh perusahaan. Dalam suatu struktur organisasi selalu terdapat unsur-unsur adanya pimpinan dan sekelompok manusia yang akan dipimpinya, terdapatnya tujuan yang akan dicapai serta adanya wewenang dan tanggung jawab. Di bawah ini akan di bahas mengenai fungsi dari masing-masing struktur organisasi pada Hotel Khas Semarang:

1. *General Manager*

Fungsi pokok jabatan adalah mengusahakan dan meningkatkan efisiensi pelayanan kepada tamu dan relasi hotel untuk mencapai kepuasan tamu dan keuntungan yang maksimal dari operasional hotel. Tugas dan tanggung jawab *General Manager* adalah:

- a) Merencanakan dan melaksanakan tahap usaha yang menyebabkan kenaikan volume bisnis dan keuntungan bagi hotel.

- b) Secara terus menerus mengkaji dan meneliti operasional hotel sehingga mampu menghasilkan keuntungan maksimal dari operasional hotel.
- c) Mencari semua sumber yang memungkinkan untuk mencari bahan penghasilan dan keuntungan bagi hotel.
- d) Senantiasa melaksanakan teknik-teknik manajemen modern untuk mencapai sasaran keuntungan maksimal dan perkembangan perusahaan.
- e) Mengesahkan anggaran untuk dijadikan pedoman operation bagi seluruh departemen.
- f) Mengesahkan keputusan untuk keperluan pengadaan barang-barang keperluan operasional.

2. *Executive Secretary*

Uraian tugas dan tanggung jawab *Executive Secretary* adalah sebagai berikut:

- a) Bertanggung jawab kepada *General Manager*.
- b) Membantu *General Manager* dalam menjalankan tugas.
- c) Bertindak sebagai *General Manager* jika *General Manager* tidak berada di tempat.
- d) Membantu tugas-tugas khusus yang diberikan Direktur Utama untuk kepentingan operasional hotel maupun kepentingan Direktur Utama.

3. *Room Division Manager*

Memastikan operasional staf di *front office*, house keeping dan laundry yang dapat memberikan pelayanan yang baik dan memenuhi kebutuhan pelanggan dan memaksimalkan karyawan yang dimiliki oleh masing – masing bagian tersebut berjalan dengan semestinya.

4. *Human Resources Manager*

Dibagian ini bertanggung jawab dengan kepegawaian dan pengadaan kerja sama dengan pihak luar seperti perekrutan pegawai baru dan mengatur traner.

5. *Accounting Manager*

Fungsi pokok jabatan adalah mengendalikan keuangan hotel serta menyusun laporan perusahaan sesuai dengan *accounting* manual dan

ketetapan-ketetapan yang berlaku. Uraian tugas dan tanggung jawabnya adalah:

- a) Membuat laporan keuangan.
- b) Memonitor, meneliti, menyetujui, dan mengesahkan penerimaan dan pendapatan serta pengeluaran hotel.
- c) Mengatur seluruh personalia *accounting departemen* supaya bekerja sama dan terkoordinasi dengan baik satu sama lainnya.
- d) Meneliti kebenaran mengenai laporan-laporan keuangan.
- e) Menghadiri rapat-rapat kedinasan dan juga mengadakan *accounting meeting*.
- f) Menerima dan melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan.

6. *Sales & Marketing Manager*

Merupakan departemen yang bertugas melaksanakan penjualan dan pemasaran seluruh produk yang dimiliki hotel. Adapun tugas dan tanggung jawabnya adalah sebagai berikut ini:

- a) Membuat publikasi tentang hotel dan mencari hubungan dengan pihak luar.
- b) Melaksanakan pemasaran hotel dan membuat perjanjian kerjasama dengan biro-biro perjalanan

7. *Executive Chef*

Tugas utama *executive chef* adalah membuat menu, bermain dengan bahan-bahan makanan dan menciptakan rasa baru. Mengisi posisi ini membutuhkan pengalaman dan pengetahuan yang mendalam.

8. *Food & Beverage Manager*

Food & Beverage Manager merupakan departemen yang menangani masalah makanan dan minuman bagi para tamu. *Food & Beverage Manager* mempunyai tugas dan tanggung jawab antara lain:

- a) Pengadaan makanan dan minuman halal mulai dari bahan mentah sampai siap dikonsumsi oleh para tamu.
- b) Melayani pemesanan makanan dan minuman bagi para tamu hotel.

D. Aktifitas Hotel Khas Semarang

Hotel Khas Semarang merupakan suatu perusahaan dalam bidang jasa perhotelan. Hotel ini menawarkan berbagai bidang jasa, antara lain:

1. Bidang Akomodasi

Bidang akomodasi pada hotel Khas Semarang merupakan produk utama dari perusahaan ini, karena merupakan usaha pokok dari perusahaan perhotelan yang menyediakan kamar bagi keperluan tamu menginap. Hotel Khas Semarang terletak pada lokasi yang dapat dijangkau atau bisa disebut strategis sehingga tidak hanya menguntungkan bagi perusahaan melainkan juga menguntungkan bagi tamu yang menginap di Hotel Khas Semarang. Hotel Khas dapat diklasifikasikan ke dalam hotel berbintang III dan berkonsep *Moslem Frindly* (Ramah Muslim) serta berkonsep syariah karena fasilitas yang ditawarkan dan dimiliki berbeda dengan hotel-hotel lainnya.

2. Bidang Restoran

Bidang restoran juga bisa disebut dengan *food and beverage* atau bagian yang menyediakan serta mengurus makanan dan minuman tamu hotel, di mana makanan dan minuman yang tersedia pada hotel ini sudah mengantongi sertifikat CHSE (*Clean, Healthy, Safe, and Enviroonmentally sustainable by Ministry of Tourism and Creative Economy*) serta bahan-bahan, proses produksi dan sistem jaminan halal yang diterapkan di setiap makanan dan minuman sesuai dengan halal MUI. Bidang restoran terpisah dengan bidang akomodasi dan merupakan produk kedua setelah bidang akomodasi.

3. Minor Operating Departement

Bidang ini merupakan bidang usaha yang mengelola pelayanan lainnya diluar operasional hotel Khas Semarang (operasi kamar dan restoran) yang merupakan salah satu usaha pihak hotel untuk memenuhi segala kebutuhan yang diperlukan oleh para tamu. Yang termasuk ke dalam bidang *minor operating departement* hotel Khas Semarang adalah:

- a) *Laundry Service*.
- b) Layanan antar jemput gratis salat subuh berjamaah.

Layanan antar jemput ini memperkuat konsep halal dari Hotel Khas Semarang sendiri, karena antar jemput salat subuh berlaku setiap hari di masjid Kauman (Senin-Sabtu) dan Masjid Agung Jawa Tengah (Minggu). Masjid Kauman merupakan masjid tertua dan bersejarah di Kota Semarang. Sementara Masjid Agung Jawa Tengah merupakan masjid dengan arsitektur menawan yang dikenal sebagai situs religi Semarang. Tamu hotel harus mendaftar sehari sebelum keberangkatan di *reception desk*.

Gambar 4. 20 Layanan Antar Jemput Salat Subuh

Pesonna
HOTEL
SEMARANG
"Lifestyle & Halal Concept"

Shalat Subuh
di Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) & Masjid Agung Kauman Semarang

Syarat dan Ketentuan :

- Tamu diwajibkan untuk mendaftar sehari sebelumnya (H - 1) di Reception Desk.
- Untuk jam pengantaran, Tamu dapat berkumpul di lobby hotel pukul 03.30 WIB (melapor ke FO).
- Untuk jam penjemputan, Tamu dapat berkumpul di depan Masjid Agung Jawa Tengah pukul 05.30 WIB.

GRATIS!
Layanan antar jemput Salat Subuh ke Masjid Agung Jawa Tengah & Masjid Agung Kauman Semarang

081 - 5641 4343
021 - 5641 4343
021 - 5641 4343

Pesonna Hotel Semarang | @pesonnahotelSPC

Pegadaian

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data Penelitian

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh layanan logistik halal hotel Khas berkonsep Syariah Semarang terhadap kepuasan pelanggan. Subjek penelitian ini ada pada Hotel Khas Semarang yang beralamat di jalan Jl. Depok No. 33, Kembangsari, Semarang Jawa Tengah yang dilakukan pada 26 – 31 Agustus 2022.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dalam pengambilan sampel yang didasarkan mengambil sampel dengan berdasarkan karakteristik tertentu. Dengan ini maka berikut analisis hasil yang sudah dilakukannya penelitian:

1. Analisis Deskriptif

Pada analisis deskriptif pada penelitian ini berisikan hasil deskriptif data seluruh responden dan analisis deskriptif variabel meliputi:

a. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini jenis kelamin responden dikelompokkan dalam dua kelompok yaitu laki – laki dan perempuan. Dari hasil jawaban seluruh responden yang sudah bersedia mengisi maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 5. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki – Laki	41	41%
Perempuan	59	59%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 5.1 diatas dapat diketahui bahwa dari jumlah total 100 responden didominasi oleh responden perempuan yaitu 59 orang atau sebesar 59% dan responden laki-laki sebanyak 41 orang atau sebesar 41%.

b. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia

Dari hasil penelitian diperoleh persentase distribusi responden berdasarkan usia ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. 2 Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah	Persentase (%)
<20 Tahun	2	2%
21-30 Tahun	41	41%
31-40 Tahun	44	44%
41-50 Tahun	7	7%
51-65 Tahun	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 5.2 diatas dapat diketahui bahwa dari jumlah total 100 responden didominasi oleh kelompok usia 31 – 40 tahun sebanyak 44 orang atau sebesar 44%. Responden dengan usia kurang dari 20 tahun sebanyak 2 orang atau sebesar 2%, responden dengan usia 21 – 30 tahun sebanyak 41 orang atau sebesar 41%, responden usia 41 – 50 tahun sebanyak 7 orang atau sebesar 7%, dan responden dengan usia 51 – 65 tahun sebanyak 6 orang atau sebesar 6%.

c. Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dengan hasil penyebaran koesioner bahwa didapatkan data dari pekerjaan seluruh responden dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 5. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Mahasiswa/Pelajar	4	4%
Pegawai Swasta	47	47%
Ibu Rumah Tangga	9	9%
Wiraswasta	10	10%
PNS	15	15%

BUMN	12	12%
Lain-lain	3	3%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5.3 diatas dapat diketahui bahwa dari jumlah total 100 responden didominasi oleh responden pegawai swasta sebanyak 47 orang atau sebesar 47%. Responden dengan pekerjaan PNS sebanyak 15 orang atau sebesar 15%, responden BUMN sebanyak 12 orang atau sebesar 12%, responden wiraswasta sebanyak 10 orang atau sebesar 10%, responden ibu rumah tangga sebanyak 9 orang atau sebesar 9%, responden mahasiswa/pelajar sebanyak 4 orang atau 4%, dan responden lain – lain sebanyak 3 orang atau sebesar 3%.

d. Deskriptif Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Hotel

Dalam penelitian ini juga menghitung frekuensi penggunaan jasa hotel Khas Semarang. Maka hasil jawaban seluruh responden didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5. 4 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Hotel

Frekuensi	Jumlah	Persentase (%)
1 Kali	52	52%
2 – 3 Kali	36	36%
>4 Kali	12	12%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5.4 diatas dapat diketahui bahwa dari jumlah total 100 responden didominasi oleh responden dengan frekuensi 1 kali sebanyak 52 orang atau sebesar 52%, sedangkan responden dengan frekuensi 2 – 3 kali sebanyak 36 orang atau sebesar 36%, dan responden dengan frekuensi >4 kali sebanyak 12 orang atau sebesar 12%.

e. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai persepsi responden terhadap masing – masing indikator pada setiap variabel. Dalam penelitian ini analisa deskripsi variabel dilakukan terhadap variabel independen yaitu kepuasan pelanggan dan variabel dependen yaitu layanan logistik halal.

Penelitian ini menggunakan yang berisi pertanyaan. Setiap jawaban responden terhadap pertanyaan akan diukur menggunakan skala pengukuran dengan skor di mana angka – angka tersebut menunjukkan suatu posisi berdasarkan atas tanggapan para responden terhadap masing-masing indikator pertanyaan. Kategori jawaban responden dapat ditunjukkan dengan rentang skala di mana rata – rata jawaban tersebut diperoleh. Nilai rata – rata responden dengan skor tertinggi 5 dan skor terendah 1 sehingga rentang intervalnya dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal}}{\text{jumlah kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{Interval} = 0,8$$

Dengan demikian kategori jawaban responden adalah sebagai berikut:

Nilai 1,00 – 1,80 = sangat tidak baik/sangat rendah

Nilai 1,81 – 2,60 = tidak baik/rendah

Nilai 2,61 – 3,40 = cukup baik/cukup

Nilai 3,41 – 4,20 = baik/tinggi

Nilai 4,21 – 5,00 = sangat baik/sangat tinggi

Maka jawaban dari 100 responden terhadap masing-masing variabel penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Layanan Logistik Halal (X)

Dengan indikator dalam koesioner yang sudah disebarkan dalam seluruh responden maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5. 5 Variabel X

No .	Indikator Pertanyaan	Jawaban	Skor	Frekuensi	Skor x F	Rata-rata
1.	Terdapat tanda arah kiblat di setiap kamar hotel	STS	1	-	-	4,41
		TS	2	-	-	
		N	3	2	6	
		S	4	55	220	
		SS	5	43	215	
		Jumlah		100	441	
2.	Hotel menyediakan peralatan berwudhu yang baik dikamar mandi pada kamar hotel	STS	1	-	-	4,35
		TS	2	-	-	
		N	3	3	9	
		S	4	59	236	
		SS	5	38	190	
		Jumlah		100	435	
3.	Penyimpanan pada makanan dan minuman yang ada pada setiap kamar hotel sudah terbilang baik	STS	1	-	-	4,26
		TS	2	-	-	
		N	3	5	15	
		S	4	64	256	
		SS	5	31	155	
		Jumlah		100	426	
4.	Pajangan pada hotel sudah memenuhi syariah Islam	STS	1	-	-	4,18
		TS	2	1	2	
		N	3	10	30	
		S	4	59	236	
		SS	5	30	150	
		Jumlah		100	418	
5.	Tersedia sekat antara batas laki-	STS	1	-	-	4,19
		TS	2	-	-	

	laki dan perempuan pada musala umum saat melaksanakan salat	N	3	16	48	
		S	4	49	196	
		SS	5	35	175	
		Jumlah		100	419	
6.	Tanda terpisah dan tertutupnya ruang tempat wudhu laki-laki maupun perempuan pada musala umum	STS	1	1	1	4,02
		TS	2	1	2	
		N	3	18	54	
		S	4	55	220	
		SS	5	25	125	
		Jumlah		100	402	
7.	Tersedia alat salat dan Al-qur'an pada setiap kamar hotel	STS	1	-	-	4,33
		TS	2	-	-	
		N	3	5	15	
		S	4	57	228	
		SS	5	38	190	
		Jumlah		100	433	
8.	Prosedur pelayanan hotel dan pendaftaran tamu sesuai dengan syariat Islam	STS	1	-	-	4,17
		TS	2	1	2	
		N	3	14	42	
		S	4	52	208	
		SS	5	33	165	
		Jumlah		100	417	
9.	Hotel menyediakan makanan dan minuman yang bersertifikat halal MUI pada restoran hotel	STS	1	-	-	4,34
		TS	2	-	-	
		N	3	7	21	
		S	4	52	208	
		SS	5	41	205	
		Jumlah		100	434	
10.		STS	1	-	-	4,27

	Karyawan hotel tanggap dalam menjawab pertanyaan tamu	TS	2	-	-	
		N	3	7	21	
		S	4	59	236	
		SS	5	34	170	
		Jumlah		100	427	
11.	Karyawan hotel dapat memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan secara tepat dan cepat	STS	1	-	-	4,23
		TS	2	-	-	
		N	3	9	27	
		S	4	59	236	
		SS	5	32	160	
		Jumlah		100	423	
12.	Transportasi antar jemput salat subuh jamaah di beberapa masjid terbesar se Kota Semarang sudah dalam keadaan bersih serta nyaman	STS	1	2	2	3,79
		TS	2	2	4	
		N	3	30	90	
		S	4	47	188	
		SS	5	19	95	
		Jumlah		100	379	
13.	Konsistensi dan keandalan sopir dalam menjemput dan mengantar pelanggan sesuai waktu disepakati	STS	1	1	1	3,91
		TS	2	2	4	
		N	3	26	78	
		S	4	47	188	
		SS	5	24	120	
		Jumlah		100	391	
Rata – Rata						4,18

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Nilai ini jika dilihat dari rentang skala indeks 1 – 5, mempunyai arti bahwa tanggapan pelanggan mengenai fasilitas hotel Khas Semarang yang

berkonsep syariah dalam kategori baik atau tinggi. Dengan nilai tertinggi pada bagian terdapat tanda arah kiblat karena pelanggan merasa perlu penggunaan tanda tersebut untuk menunjukkan arah kiblat di dalam kamar sehingga tidak perlu repot-repot lagi keluar kamar hotel dalam menunaikan ibadah salat lima waktu.

2. Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pada hasil data yang didapatkan dari responden dengan mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5. 6 Deskriptif Variabel Y

No.	Indikator Pertanyaan	Jawaban	Skor	Frekuensi	Skor x F	Rata – Rata
1.	Merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan hotel	STS	1	-	-	4,38
		TS	2	1	2	
		N	3	2	6	
		S	4	55	220	
		SS	5	42	210	
		Jumlah			100	
2.	Bersedia merekomendasikan jasa hotel kepada orang lain, kerabat atau teman terdekat	STS	1	-	-	4,27
		TS	2	-	-	
		N	3	6	18	
		S	4	61	244	
		SS	5	33	165	
		Jumlah			100	
3.	Berminat untuk kembali menggunakan fasilitas dan jasa hotel	STS	1	-	-	4,33
		TS	2	1	2	
		N	3	4	12	
		S	4	56	224	
		SS	5	39	195	
		Jumlah			100	

Rata – Rata	4.32
-------------	------

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Data dari tabel diatas diperoleh rata-rata kepuasan pelanggan sebesar 4,32. Nilai ini jika dilihat dari rentang skala indeks 1 – 5, mempunyai arti bahwa tanggapan pelanggan terhadap kepuasan masuk dalam kategori sangat baik atau sangat tinggi. Tidak hanya itu pada bagian merekomendasikan kepada kerabat atau teman terdekat juga memiliki skor nilai yang tinggi yaitu 4,27. Serta menginginkan kembali untuk menggunakan fasilitas dan jasa hotel Khas Semaarang memiliki skor nilai sebesar 4,33. Dapat diambil kesimpulan bahwa pelanggan memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang cukup tinggi pada Hotel Khas Semarang.

2. Uji Validitas

Pada penelitian ini r tabel yang digunakan yaitu $Df = N - 2$ atau $Df = 100 - 2 = 98$, jadi nilai r tabel sebesar 0,1966. Hasil uji validitas disajikan sebagai berikut:

Tabel 5. 7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Layanan Logistik Halal	Item 1	0,617	0,1966	Valid
	Item 2	0,654	0,1966	Valid
	Item 3	0,632	0,1966	Valid
	Item 4	0,562	0,1966	Valid
	Item 5	0, 739	0,1966	Valid
	Item 6	0,435	0,1966	Valid
	Item 7	0,742	0,1966	Valid
	Item 8	0,713	0,1966	Valid
	Item 9	0,719	0,1966	Valid
	Item 10	0,711	0,1966	Valid
	Item 11	0,738	0,1966	Valid
	Item 12	0,651	0,1966	Valid

	Item 13	0,744	0,1966	Valid
Kepuasan Pelanggan	Item 1	0,847	0,1966	Valid
	Item 2	0,845	0,1966	Valid
	Item 3	0,893	0,1966	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil data diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel X dan Y dapat dinyatakan valid. Karena pada hasil r_{hitung} mendapatkan hasil lebih besar dari pada r_{tabel} sehingga dapat dinyatakan valid dan kriteria validitas sudah dipenuhi dan setiap pertanyaan pada koesioner benar-benar dapat digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas yang digunakan peneliti dengan melihat hasil data tersebut. Pada penelitian ini yaitu menggunakan metode *alpha cronbach* dan signifikansi yang digunakan ialah 5% (0,005). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 5. 8 Reliabilitas Variabel Layanan Logistik Halal (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,890	13

Sumber: SPSS Versi 21

Berdasarkan pengujian diatas menunjukkan bahwa variabel layanan logistik halal (X) memiliki nilai sebesar 0,890. Hasil diatas juga menunjukkan bahwa *alpha cronbach* berada diatas 0,60 sehingga variabel X ini dinyatakan reliabel dalam sebuah koesioner.

Tidak hanya pada variabel X saja tetapi pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) juga di ketahui hasil *alpha cronbach*, berikut hasil data:

Tabel 5. 9 Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,827	3

Sumber: SPSS Versi 21

Berdasarkan pengujian diatas menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai sebesar 0,827. Hasil diatas juga menunjukkan bahwa *alpha cronbach* berada diatas 0,60 sehingga variabel X ini dinyatakan reliabel dalam sebuah koesioner.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Salah satu cara untuk mengetahui kenormalan pada suatu data adalah dengan menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Pada uji normalitas ini jika taraf signifikansi alpha lebih besar dari 5% (0,05), yang akan menunjukkan distribusi normal. Berikut hasil data uji normalitas pada penelitian ini:

Tabel 5. 10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,08946992
	Absolute	,123
Most Extreme Differences	Positive	,123
	Negative	-,086
Kolmogorov-Smirnov Z		1,228
Asymp. Sig. (2-tailed)		,098

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: SPSS Versi 21

Berdasarkan hasil data diatas maka dapat dilihat nilai sig pada data tersebut sebesar 0,98. Dengan ini hasil data responden dinyatakan normal karena nilai taraf signifikansi sebesar 0,98 lebih besar dengan 0,05 yang dinyatakan berdistribusi normal.

5. Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residu suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas namun jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model dikatakan baik adalah tidak terjadinya heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,824	,695		4,065	,000
Layanan Logistik Halal	-,037	,013	-,283	-2,926	,073

a. Dependent Variable: Abs_RES
Sumber: SPSS Versi 21

Pada tabel 5. 11 menunjukkan bahwa didapatkan data sebesar 0,73. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena $0,73 > 0,05$. Artinya seluruh data menunjukkan bahwa variabel sama untuk semua pengamatan peneliti.

6. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengukur apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Dalam menentukan F tabel, tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5%. Berikut ini hasil perhitungan dari uji F:

Tabel 5. 12 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	108,452	1	108,452	90,448	,000 ^b
	Residual	117,508	98	1,199		
	Total	225,960	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Layanan Logistik Halal

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Persamaan regresi memiliki nilai F hitung sebesar $90,448 > F$ tabel dan nilai signifikansi 0,00. Hal ini menunjukkan bahwa variabel layanan logistik halal (X) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Hotel Khas Semarang serta menunjukkan bahwa model ini layak untuk digunakan.

7. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh antara variabel independen X terhadap variabel dependen Y. ketentuan dari pengujian ini adalah dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika t hitung $>$ t tabel, maka H_a diterima.
- b. Jika t hitung $<$ t tabel, maka H_a ditolak.

Tabel 5. 13 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,797	1,076		2,598	,011
	Layanan Logistik Halal	,187	,020	,693	9,510	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji diatas diperoleh t_{hitung} sebesar 9,510 dengan t_{tabel} 1,966 dengan signifikansi 0,000, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel layanan logistik halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Khas Semarang.

8. Analisis Regresi Sederhana

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah teknik analisis regresi sederhana. Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh layanan logistik halal terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Khas Semarang. Berikut ini hasil dari uji analisis regresi sederhana yang dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS:

Tabel 5. 14 Analisis Regresi Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,797	1,076		2,598	,011
Layanan Logistik Halal	,187	,020	,693	9,510	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut ini:

$$Y' = a + bX$$

$$Y' = 2,797 + 0,187 X$$

Berdasarkan persamaan diatas, maka dapat dijelaskna sebagai berikut:

a) Konstanta = 2,797

Hal ini dapat diartikan jika variabel bebas yaitu layanan logistik halal dianggap tidak ada atau sama dengan 0 (nol), maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 2.797

b) Layanan Logistik Halal (X) = 0,187

Besarnya koefisien regresi layanan logistik halal adalah 0,187, hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel layanan logistik halal sebesar 0,187 maka kemungkinan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,187.

9. Koefisien Determinasi

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan dan pada intinya koefisien determinasi ini untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel – variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5. 15 Uji Koefisien Determinasi Simultan (R2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,693 ^a	,480	,475	1,095

a. Predictors: (Constant), Layanan Logistik Halal

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Pada tabel diatas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,475 atau sebesar 47,5% yang artinya besar variansi kepuasan pelanggan Hotel Khas Semarang yang dapat diterangkan oleh variabel layanan logistik halal adalah sebesar 47,5%. Sisanya sebesar 52,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang mempengaruhi layanan logistik halal hotel Khas Semarang. Dalam hal ini, masuk dalam kategori r square rendah.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan menggunakan model regresi linier sederhana serta pembahasan yang telah dilakukan tentang layanan logistik halal terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Khas Semarang maka didapat hasil bahwa dari variabel layanan logistik halal diperoleh t_{hitung} sebesar $9,510 > t_{tabel}$ 0,1966 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini

menunjukkan bahwa variabel layanan logistik halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Khas Semarang.

Sementara pada hasil regresi linier sederhana diperoleh nilai $b = 0,187$ dan bertanda positif, yang berarti setiap peningkatan 1 satuan variabel layanan logistik halal akan diikuti dengan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,187. Kemudian karyawan hotel dituntut untuk cepat tanggap dalam memenuhi apa yang diinginkan oleh pelanggan hotel. Hal yang tidak boleh dilupakan para karyawan hotel adalah memberikan senyum ramah kepada para pengunjung sebagai rasa wujud empati mereka. Kesan pertama pelanggan pada pelayanan hotel sangat menentukan kepuasan pelanggan. Hotel Khas Semarang tentunya sudah memiliki prosedur standar sendiri mengenai pelayanan kepada pelanggan. Karyawan beserta seluruh staff hotel harus memberikan rasa aman dan nyaman kepada para pelanggan hotel, senantiasa menjaga suasana yang tenang dilingkungan sekitar hotel merupakan salah satu bentuk pelayanan yang baik kepada para pengunjung dan memberikan produk/jasa sesuai dengan prinsip – prinsip syariah atau dalam Hotel Khas Semarang menyebutnya *Moslem Friendly*.

Lalu tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis ada tidaknya pengaruh antara layanan logistik halal Hotel Khas Berkonsep Syariah Semarang terhadap kepuasan pelanggan. Dengan ini maka peneliti sudah mendapatkan data yang berasal dari pengisian kuesioner seluruh responden, sehingga mendapatkan hasil penelitian masuk dalam kategori baik. Hal ini mengidentifikasi bahwa para pelanggan hotel Khas Semarang merasa puas dengan layanan logistik halal yang diberikan oleh pihak hotel. Jika pelanggan sudah beranggapan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan maka bukan tidak mungkin mereka suatu saat akan datang kembali ke tempat tersebut dan bahkan pelanggan tersebut dapat merekomendasikan ke teman atau saudara untuk menggunakan jasa hotel tersebut dan itulah sebaik – baiknya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan analisis hasil mengenai layanan logistik halal Hotel Khas Berkonsep Syariah Semarang, diperoleh keterangan secara simultan bahwa layanan logistik halal tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Khas

Semarang. Besarnya pengaruh layanan logistik halal tersebut terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 52,5%. Jadi dengan melihat besarnya pengaruh dari variabel layanan logistik halal yang terdiri dari persediaan, pemrosesan pesanan, fasilitas dan transportasi tersebut terhadap kepuasan pelanggan Hotel Khas berkonsep Syariah Semarang maka sudah sepatutnya variabel layanan logistik halal tersebut menjadi perhatian khusus bagi pihak hotel dalam rangka meningkatkannya kepuasan pelanggan.

1. Pengaruh Layanan Logistik Halal (Persediaan) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh keterangan bahwa variabel layanan logistik halal yang berindikator persediaan menunjukkan bahwa pelanggan puas terhadap layanan logistik pada bagian persediaan yang diberikan oleh pihak Hotel Khas Semarang. Besarnya pengaruh layanan logistik halal pada bagian persediaan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Khas Semarang sebesar 4,29 sehingga (H1) berbunyi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari persediaan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjelaskan bahwa berdasarkan hasil koefisien peralatan berwudhu yang baik, penyimpanan makanan dan minuman sudah terbilang baik serta tersedia alat salat dan al-qur'an pada masing – masing kamar hotel memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Khas Semarang, sehingga hal tersebut bisa menjadi tolak ukur bagi pihak hotel. Maka disimpulkan bahwa, hipotesis mengenai persediaan diterima bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan dari layanan logistik halal tentang persediaan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Khas Semarang.

Persediaan pada layanan logistik halal merupakan bahan atau barang yang disimpan ditempat yang bersih, tidak bercampur dengan bahan-bahan yang berbau alkohol, berguna untuk tujuan tertentu, tujuan tersebut digunakan dalam proses produksi yang sesuai dengan prinsip halal toyyiban. Sesuai dengan konsep hotel yang mengusung syariah maka persediaan disini meliputi hotel menyediakan makanan dan minuman yang bersertifikat halal, hotel menyediakan makanan dan minuman yang berlogo halal di

setiap kamar dan ditempatkan pada mini bar, penyimpanan makanan dan minuman di setiap kamar hotel harus sudah terbilang baik. Maka daripada itu persediaan berpengaruh terhadap besarnya biaya operasi, sehingga kesalahan dalam mengelola persediaan sebisa mungkin dapat mengurangi keuntungan dan sebaliknya.

Berdasarkan hasil deskriptif persentasi diperoleh keterangan bahwasanya layanan logistik halal pada bagian persediaan sudah termasuk dalam kategori baik.

2. Pengaruh Layanan Logistik Halal (Fasilitas) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh keterangan bahwa variabel layanan logistik halal yang berindikator fasilitas menunjukkan bahwa pelanggan puas terhadap layanan logistik halal pada bagian fasilitas yang sudah disediakan oleh pihak Hotel Khas Semarang. Besarnya pengaruh layanan logistik halal pada bagian fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Hotel Khas Semarang sebesar 4,23 sehingga (H_2) berbunyi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjelaskan bahwa berdasarkan hasil koefisien terdapat tanda arah kibat, pajangan pada hotel sudah memnuhi syariat Islam, tanda terpisah antara laki – laki dan perempuan pada tempat wudhu di musala umum serta menyediakan makanan dan minuman yang bersertifikat halal MUI memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dari layanan logistik halal mengenai fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Khas Berkonsep Syariah Semarang.

Fasilitas merupakan penampilan serta kemampuan sarana prasarana pada suatu tempat dan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar yang melihat dan merasakannya. Fasilitas disini yang dimaksud adalah fasilitas fisik gedung yang didalamnya terdapat perlengkapan dan peralatan, di mana fasilitas pada layanan logistik halal memang sangat dibutuhkan demi menambah nilai plus dari Hotel Khas yang mengusung halal friendly ini atau bisa disebut dengan konsep syariah. Hal

– hal yang masuk dalam fasilitas tersebut antara lain pihak hotel menyediakan peralatan salat sajadah serta al-qur'an di setiap kamar hotel untuk menunjang ibadah para pelanggan yang beragama muslim, terdapatnya tanda arah kiblat dan terdapat fasilitas musala umum yang masih dalam ruang lingkup hotel. Fasilitas – fasilitas yang disebutkan tadi merupakan fasilitas yang masuk dalam fasilitas layanan logistik halal. Dengan adanya fasilitas tersebut diharapkan para pelanggan Hotel Khas Berkonsep Syariah Semarang merasa tambah puas dengan apa yang telah diberikan dari pihak hotel karena memang salah satunya dapat memudahkan, membantu dan meringankan.

Berdasarkan hasil deskriptif persentasi diperoleh keterangan bahwasanya layanan logistik halal pada bagian fasilitas sudah termasuk dalam kategori baik.

3. Pengaruh Layanan Logistik Halal (Pemrosesan Pesanan) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh keterangan bahwa variabel layanan logistik halal yang berindikator pemrosesan pesanan menunjukkan bahwa pelanggan puas terhadap layanan logistik halal pada bagian pemrosesan pesanan yang sudah menjadi standart dari pihak hotel sendiri. Besarnya pengaruh layanan logistik halal pada bagian pemrosesan pesanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Khas Semarang sebesar 4,22 sehingga (H3) berbunyi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari pemrosesan pesanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjelaskan bahwa berdasarkan hasil koefisien prosedur pelayanan dan pendaftaran tamu sesuai dengan syariat Islam, karyawan tanggap dalam menjawab pertanyaan tamu dan karyawan hotel memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat dan cepat di mana ketiga hal tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dari layanan logistik halal mengenai pemrosesan pesanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Khas Semarang.

Pemrosesan pesanan merupakan pertukaran komunikasi serta informasi di mana di dalamnya terdapat pemrosesan data, transaksi data dan dokumentasi impor atau ekspor. Pemrosesan pesanan dalam hal ini meliputi apa saja, yaitu diantaranya karyawan hotel apakah sudah betul merespon pelanggan dengan cepat dan tepat, karyawan hotel melayani pelanggan dengan cepat serta tanggap yang tidak merugikan pelanggan serta mengucapkan salam saat memulai berkomunikasi. Dari hal – hal yang telah disebutkan tadi menunjukkan bahwa pemrosesan pesanan dalam layanan logistik halal dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada Hotel Khas Semarang karena pelanggan merasa sangat puas atas pelayanan yang telah diberikan oleh pihak hotel.

Berdasarkan hasil deskriptif persentasi diperoleh keterangan bahwasanya layanan logistik halal pada bagian pemrosesan pesanan sudah termasuk dalam kategori baik.

4. Pengaruh Layanan Logistik Halal (Transportasi) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh keterangan bahwa variabel layanan logistik halal yang berindikator transportasi menunjukkan bahwa pelanggan puas terhadap layanan logistik halal pada bagian transportasi yang sudah disediakan oleh pihak Hotel Khas Semarang. Besarnya pengaruh layanan logistik halal pada bagian transportasi terhadap kepuasan pelanggan Hotel Khas Semarang sebesar 3,85 sehingga (H4) berbunyi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari transportasi terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjelaskan bahwa berdasarkan hasil koefisien terdapat antar jemput salat subuh jamaah di beberapa masjid terbesar se Kota Semarang seperti Masjid Kauman Semarang masjid tertua yang ada di Semarang Jawa Tengah serta Masjid Agung Jawa Tengah Semarang setiap hari minggu dan konsistensi dan keandalan sopir dalam menjemput dan mengantar pelanggan sesuai waktu yang telah disepakati memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dari layanan

logistik halal mengenai transportasi terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Khas Semarang.

Transportasi pada layanan logistik halal merupakan pemindahan barang atau manusia dengan menggunakan alat di mana alat tersebut juga dikendalikan oleh seorang manusia atau dengan bantuan mesin. Transportasi pada layanan logistik halal yang ada pada Hotel Khas meliputi transportasi antar jemput yang bersih serta nyaman kemudian sopir tidak sungkan untuk memberikan informasi kepada pelanggan mengenai referensi tempat yang berkonsep halal. Dengan adanya pelayanan pada transportasi tersebut memang diharapkan oleh pihak Hotel Khas semakin bisa meningkatkan jumlah wisatawan muslim untuk datang ke Kota ATLAS. Dengan adanya layanan antar jemput salat subuh secara gratis tersebut juga diharapkan semakin mengukuhkan Kota Semarang menjadi destinasi wisata halal di Jawa Tengah, sehingga Hotel Khas Semarang mampu dan bisa menjadi pionir akomodasi wisata halal.

Berdasarkan hasil deskriptif persentasi diperoleh keterangan bahwasanya layanan logistik halal pada bagian transportasi sudah termasuk dalam kategori baik.

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel layanan logistik yang terdiri dari persediaan, fasilitas, pemrosesan pesanan dan transportasi terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Khas Semarang Berkonsep Syariah. Penelitian ini menggunakan 100 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Dari rumusan masalah, analisis data serta hasil yang diperoleh pada penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh layanan logistik halal terhadap kepuasan pelanggan mendapatkan hasil uji t sebesar 9,510 dengan itu maka dapat dinyatakan bahwa layanan logistik halal pada Hotel Khas Semarang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Tidak hanya dilihat pada hasil uji t saja namun juga diperkuat dengan hasil uji F sehingga mendapatkan nilai sebesar 90,448 dan dapat dinyatakan bahwa layanan logistik halal hotel Khas Semarang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan hotel. Serta hasil uji determinasi juga mendapat perolehan angka presentase sebesar 47,5% di mana angka tersebut masuk dalam kategori r square rendah.

B. SARAN

Bedasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun beberapa saran yang dapat disampaikan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Diharapkan pihak hotel lebih memperkuat kemampuannya dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tepat tanpa menimbulkan ketidaknyamanan bagi para pelanggan agar semakin puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel.
2. Kemampuan hotel untuk memberikan bantuan dan layanan yang efektif dan efisien harus selalu ditingkatkan. Hindari tindakan yang membuat pelanggan kesal, seperti membuat mereka menunggu dan tidak mendapatkan jawaban atas pertanyaan yang mereka ajukan.

3. Dengan dilakukannya peningkatan lebih tinggi lagi mengenai kehandalanan daya tanggap pihak hotel pada pelanggan, diharapkan kepuasan pelanggan dapat terpenuhi dan pelanggan tentunya akan semakin percaya dalam menggunakan fasilitas dan jasa hotel tersebut, bahkan memungkinkan pelanggan akan menjadi pelanggan tetap serta dapat merekomendasikan ke calon pelanggan lainnya.
4. Pada bagian resepsionis lebih ditingkatkan lagi dalam hal pengecekan tamu agar kartu nikah yang dibawa oleh pasangan berstatus suami istri untuk dicek kembali dan dibuktikan dengan hasil data di web kemenag bahwa memang betul sudah terdaftar pada negara.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat, terutama kepada dosen pembimbing, di mana dengan ikhlas bersedia meluangkan waktu dan dengan sabar membimbing. Penulis sendiri menyadari keterbatasan dan kemampuan yang ada pada penulis, maka dari itu kritik dan saran sangat diharapkan dari berbagai pihak demi perbaikan dan penyempurnaan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya, Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahyar, H (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Andriansyah. (2015). *Manajemen Transportasi Dalam Kajian Dan Teori*. Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Arifin, J. (2009). *Etika bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press.
- Darwin, Sorimin dkk. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Penerbit CV. Media Sains Indonesia
- Departemen, RI, A. (2006). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Penerbit Jumanatul Ali.
- Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, S. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif*. Febi UIN-SU Press.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- Majid, S. (2009). *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta Rajawali Press.
- Moonti, U. (2015). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Interpena Yogyakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran: Pengertian, Faktor dan Pengukuran Kepuasan Konsumen* (p. 177). Jakarta.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Riyanto, S. (2011). *Bisnis Syariah Mengapa Tidak? Pengalaman Penerapan Pada Bisnis Hotel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Penerbit Mizan.
- Sunyoto, D. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Sukoso. (2020). *Ekosistem Industri Halal*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia dan Pusat Studi Halal Thoyyib - Universitas Brawijaya.

Surahman (2016). *Metodologi Penelitian*. Pusdik Sumber Daya Manusia.

Usmara, A. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jogjakarta: Penerbit Amara Books.

Jurnal Ilmiah:

Astana, I.N. (2007). *Perencanaan Persediaan Bahan Baku Berdasarkan Metode MRP (Material Requirements Planning)*. Jurnal Ilmiah Teknik Sipil, Vol.11, No.2

Heryana, A. (2020, Juni). *Hipotesis Penelitian*. doi:10.13140/RG.2.2.11440.17927

Ishandi, P. G. 2017. *Analisis Pengaruh Harga, Proses Pemesanan dan Proses Pemenuhan Pada Kepuasan Konsumen Lazada*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada

Jaelani, A. (2017). *Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects*. International Review of Management and Marketing, Vol 7 (3)

Jalal, Q. d. (2017). *Pengembangan Logistik Halal Di Indonesia*.

Kerap, S. K. (2017). *Analisa Manajemen Logistik Pada Usaha Kecil Menengah Di Manado*. Jurnal EMBA, Vol.5 No.2

Khusaini, A. (2015). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spa Club Arena Yogyakarta*. 2.

Lumentut, F. L & Palendeng. 2014. *Fasilitas, Servicescape dan Kualitas Pelayanan, pngaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen McDonald's Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 2

Mansouri, S. (2014). *Peran Ideologi Pariwisata Halal dalam Destinasi*. Konferensi Internasional tentang Hukum, Pendidikan dan Kemanusiaan (ICLEH'14).

Md Salleh. (2014, Februari). *The Practice of Shariah-Compliant Hotel in Malaysia*. International Journal of Trade, Economics and Finance, Vol. 5, No. 1.

Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*. DeReMa Jurnal Manajemen, Vol. 11 No. 2.

Pratiwi, E. K. (2017). *Analisis Manajemen Hotel Adilla Syariah Yogyakarta*. Cakrawala: Jurnal Studi Islam, XII

- Prihastono, E. (2012, Januari). *Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Customer Service Berbasis Web. Vol. VI, No. 1*
- Rinehart, L. M. (1989). *Furthering the Integration of Marketing and Logistics Through Customer Service in the Channel*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Volume 17, Number 1
- Sapudin (2014). *Analisis Perbandingan Hotel dan Pariwisata Syariah dengan Konvensional*. *Jurnal Ekonomi Manajerial Syariah*, 4
- Shnyrkova, A. (2019, Oktober 16). *The Needs Of Muslim Hotel Customers: Evidence From Russian Guests*. *Journal of Islamic Marketing*, 13 No. 1
- Stopka. (2016). *Methodology for Measuring the Customer Satisfaction with the Logistics Services Metodologija mjerenja zadovoljstva logističkim uslugama*. *Jurnal of Marketing*, 14 No. 2
- Soebiyantoro, U. 2010. *Pengaruh Ketersediaan Sarana Prasarana, Sarana Transportasi terhadap Kepuasan Wisatawan*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4
- Yaspita, H. 2018. *Pengaruh Persediaan Obat – obatan dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien pada Instalasi Farmasi RSUD Indrasari Rengat*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 7
- Yuwana. (2017, Mei). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang. Vol 2 No 1*

WEB:

- Ariyani, R. (2016). *Indonesia Belum Miliki Hotel Syariah yang Layak*.
- Aceh, D. (2020). *Pasar pariwisata halal (halal tourism) sedang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir dan berpotensi menjadi pasar yang sangat berpotensi di Indonesia*. Aceh.
- Faridasari (2014). Kompas.com.
- Indonesia, F. D. (2016). *Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata*. NO:108/DSN-MUI/X/2016.
- LD, P. N. (2016). *Pariwisata Halal*. LD Perda.
- Nasional, K. P. (2018). *Master Plan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*. (D. B. Ekonomi, Ed.) Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, P. (2013). *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Raja Grafindo.
- Ubud, S. (2020, September 25). *Manajemen Kualitas Dalam Supply Chain*.

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999. (n.d.). *Perlindungan Konsumen*.

Wawancara:

1. Wawancara Pertama dengan Human Resources Manager Hotel Khas Semarang pada tanggal 26 April 2022
2. Wawancara Kedua dengan Human Resources Manager Hotel Khas Semarang pada tanggal 26 Agustus 2022

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama : Desy Rahmasari
 NIM : 1801036130
 Jurusan : Manajemen Dakwah
 Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
 Alamat : Karanganyar RT/RW 01/01Kelurahan Karanganyar
 Kecamatan Tugu Kota Semarang 50152
 E-Mail : desyrahmasari933@gmail.com

Riwayat Pendidikan dan Pengalaman Organisasi

Pendidikan Formal

2006 – 2012 : SD Negeri Karanganyar 01 Semarang
 2012 – 2015 : SMP Negeri 2 Comal Pemalang
 2015 – 2018 : SMA Negeri 8 Semarang
 2018 – Sekarang : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Pengalaman Organisasi

2018 – 2019 : Pengurus HMJ MD UIN Walisongo Dept Wacana
 2020 – 2021 : Bendahara Forgen Kecamatan Tugu
 2018 – Sekarang : Relawan Aktif Rumah Zakat Semarang
 2021 – Sekarang : Pengurus Aktif Kampung KB Divisi Sosial Budaya
 2021 – Sekarang : Sekretaris Karang Taruna Kelurahan

Semarang, 17 Agustus 2022

Desy Rahmasari

NIM. 1801036130

LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Surat Izin Riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website: www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : 3358/Un.10.4/K/KM.05 01/08/2022
Lamp. : 1 (satu) bendel
Hal : *Permohonan Ijin Riset*

Semarang, 25 Agustus 2022

Kepada Yth.
Pimpinan KHAS Semarang Hotel
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Desy Rahmasari
NIM : 1801036130
Jurusan : Manajemen Dakwah
Lokasi Penelitian : KHAS Semarang Hotel
Judul Skripsi : Pengaruh Layanan Logistik Halal Hotel KHAS Berkonsep Syariah Semarang Terhadap Kepuasan Pelanggan

Bermaksud melakukan riset penggalan data di KHAS Semarang Hotel. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan,
Kepala Bagian Tata Usaha

SITI BARARAH

Tembusan Yth. :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Lampiran 1. 2 Beberapa Dokumentasi Penyebaran Koesioner





Lampiran 1. 3 Koesioner Penelitian

Yth. Saudara/Saudari

Assalamu 'alaikum Warahmatulahi Wabarakaatuh

Perkenalkan, saya Desy Rahmasari mahasiswa UIN Walisongo Semarang jurusan Manajemen Dakwah, sedang melakukan penelitian untuk skripsi dengan judul **“PENGARUH LAYANAN LOGISTIK HALAL HOTEL KHAS BERKONSEP SYARIAH SEMARANG TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”**.

Agar penelitian ini dapat terlaksana, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk dapat meluangkan waktu mengisi koesioner yang saya lampirkan bersamaan dengan surat ini. Informasi yang Saudara/i berikan adalah bantuan yang bernilai dalam penyelesaian skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 di UIN Walisongo Semarang dan segala informasi yang Saudara/i berikan hanya untuk kepentingan penelitian semata dan dijamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan partisipasi Saudara/i dalam pengisian kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatulahi Wabarakaatuh

A. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia :
 - a. <20 Tahun
 - b. 21-30 Tahun
 - c. 31-40 Tahun
 - d. 41-50 Tahun
 - e. 51-65 Tahun

4. Pekerjaan :

- a. Mahasiswa/Pelajar
- b. Pegawai Swasta
- c. Ibu Rumah Tangga
- d. Wiraswasta
- e. PNS
- f. BUMN
- g. Lainnya

5. Frekuensi menggunakan fasilitas dan jasa hotel berkonsep syariah:

- a. 1 kali
- b. 2-3 kali
- c. >4 kali

B. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban pada pernyataan berikut ini sesuai dengan pendapat saudara, dengan cara memberi tanda (✓) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:

SS	= SANGAT SETUJU	(5)
S	= SETUJU	(4)
N	= NETRAL	(3)
TS	= TIDAK SETUJU	(2)
STS	= SANGAT TIDAK SETUJU	(1)

NO.	Pernyataan	Skor				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Layanan Logistik Halal (X)						
1.	Apakah terdapat tanda arah kiblat di setiap kamar hotel					
2.	Apakah hotel menyediakan peralatan berwudhu yang baik dikamar mandi pada kamar hotel					

3.	Apakah penyimpanan pada makanan dan minuman yang ada pada setiap kamar hotel sudah terbilang baik					
4.	Apakah pajangan yang ada pada hotel sudah memenuhi syariah Islam yaitu tidak menyerupai makhluk hidup					
5.	Apakah harus tersedia sekat antara batas laki-laki dan perempuan pada musala umum saat melaksanakan salat					
6.	Apakah harus terdapat tanda terpisah dan tertutupnya ruang tempat wudhu baik laki-laki maupun perempuan pada musala umum					
7.	Apakah harus tersedia alat salat dan Al-qur'an pada setiap kamar hotel					
8.	Apakah prosedur pelayanan hotel dan pendaftaran tamu sesuai dengan syariat Islam (Pengecekan identitas pada pasangan suami istri)					
9.	Apakah hotel menyediakan makanan dan minuman yang bersertifikat halal MUI pada restoran hotel dan bersertifikat CHSE (Clean, Healthy, Safe and Environmentally sustainable by Ministry of Tourism and Creative Economy)					
10.	Apakah karyawan hotel tanggap dalam menjawab pertanyaan tamu					
11.	Apakah karyawan hotel dapat memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan secara tepat dan cepat					

12.	Apakah hotel menyediakan fasilitas transportasi antar jemput salat subuh jamaah di beberapa Masjid terbesar se Kota Semarang bagi pelanggan dengan keadaan bersih serta nyaman					
13.	Apakah konsistensi dan keandalan sopir dalam menjemput dan mengantar pelanggan sesuai dengan waktu yang disepakati					
Kepuasan Pelanggan (Y)						
1.	Apakah pihak hotel memberikan kepuasan pelayanan yang diberikan oleh karyawan hotel Khas Semarang					
2.	Apakah anda bersedia merekomendasikan jasa hotel Khas Semarang kepada orang lain, kerabat atau teman terdekat					
3.	Apakah anda ingin melakukan dan berminat untuk kembali menggunakan fasilitas dan jasa hotel Khas Semarang					

Lampiran 1. 4 Data Karakteristik Responden

Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Frekuensi
Responden 1	Laki – Laki	31 – 40 tahun	PNS	2 - 3 Kali
Responden 2	Laki – Laki	51 – 65 tahun	Pegawai Swasta	>4 Kali
Responden 3	Perempuan	21 – 30 tahun	Wiraswasta	>4 Kali
Responden 4	Perempuan	41 – 50 tahun	Pegawai Swasta	2 - 3 Kali
Responden 5	Laki – Laki	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 6	Laki – Laki	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	2 - 3 Kali
Responden 7	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 8	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Saudagar	>4 Kali
Responden 9	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	>4 Kali
Responden 10	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 11	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	2 - 3 Kali
Responden 12	Perempuan	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 13	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	>4 Kali
Responden 14	Laki – Laki	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	2 - 3 Kali
Responden 15	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	2 - 3 Kali
Responden 16	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	2 - 3 Kali
Responden 17	Perempuan	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	>4 Kali
Responden 18	Laki – Laki	21 – 30 tahun	PNS	1 Kali
Responden 19	Perempuan	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 20	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 21	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	>4 Kali
Responden 22	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	2 - 3 Kali
Responden 23	Perempuan	<20 tahun	Mahasiswa/Pelajar	1 Kali
Responden 24	Laki – Laki	31 – 40 tahun	Wiraswasta	1 Kali
Responden 25	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Wiraswasta	2 - 3 Kali
Responden 26	Laki – Laki	31 – 40 tahun	Wiraswasta	1 Kali
Responden 27	Perempuan	<20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
Responden 28	Perempuan	21 – 30 tahun	BUMN	2 - 3 Kali
Responden 29	Perempuan	21 – 30 tahun	BUMN	2 - 3 Kali
Responden 30	Perempuan	21 – 30 tahun	BUMN	2 - 3 Kali
Responden 31	Laki – Laki	31 – 40 tahun	Wiraswasta	2 - 3 Kali
Responden 32	Perempuan	21 – 30 tahun	PNS	2 - 3 Kali
Responden 33	Perempuan	31 – 40 tahun	Ibu Rumah Tangga	2 - 3 Kali
Responden 34	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 35	Laki – Laki	41 – 50 tahun	Pegawai Swasta	>4 Kali
Responden 36	Laki – Laki	41 – 50 tahun	Pegawai Swasta	>4 Kali
Responden 37	Laki – Laki	31 – 40 tahun	BUMN	2 - 3 Kali
Responden 38	Perempuan	21 – 30 tahun	Ibu Rumah Tangga	2 - 3 Kali
Responden 39	Perempuan	21 – 30 tahun	Mahasiswa/Pelajar	>4 Kali
Responden 40	Perempuan	21 – 30 tahun	PNS	1 Kali
Responden 41	Perempuan	31 – 40 tahun	Ibu Rumah Tangga	2 - 3 Kali
Responden 42	Perempuan	21 – 30 tahun	Mahasiswa/Pelajar	1 Kali
Responden 43	Perempuan	21 – 30 tahun	Wiraswasta	>4 Kali
Responden 44	Perempuan	21 – 30 tahun	BUMN	2 - 3 Kali
Responden 45	Perempuan	31 – 40 tahun	Ibu Rumah Tangga	1 Kali
Responden 46	Perempuan	21 – 30 tahun	PNS	2 - 3 Kali

Responden 47	Perempuan	21 – 30 tahun	BUMN	2 - 3 Kali
Responden 48	Laki – Laki	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 49	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 50	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 51	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	2 - 3 Kali
Responden 52	Laki – Laki	31 – 40 tahun	Wiraswasta	2 - 3 Kali
Responden 53	Laki – Laki	51 – 65 tahun	PNS	2 - 3 Kali
Responden 54	Laki – Laki	51 – 65 tahun	PNS	2 - 3 Kali
Responden 55	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 56	Perempuan	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 57	Perempuan	41 – 50 tahun	Ibu Rumah Tangga	1 Kali
Responden 58	Perempuan	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 59	Perempuan	51 – 65 tahun	Ibu Rumah Tangga	1 Kali
Responden 60	Perempuan	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 61	Laki – Laki	31 – 40 tahun	Wiraswasta	1 Kali
Responden 62	Laki – Laki	21 – 30 tahun	Wiraswasta	1 Kali
Responden 63	Laki – Laki	31 – 40 tahun	BUMN	2 - 3 Kali
Responden 64	Perempuan	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 65	Perempuan	31 – 40 tahun	BUMN	>4 Kali
Responden 66	Perempuan	31 – 40 tahun	PNS	1 Kali
Responden 67	Perempuan	31 – 40 tahun	PNS	1 Kali
Responden 68	Perempuan	41 – 50 tahun	Ibu Rumah Tangga	1 Kali
Responden 69	Perempuan	41 – 50 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 70	Perempuan	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 71	Perempuan	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 72	Perempuan	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 73	Perempuan	31 – 40 tahun	BUMN	1 Kali
Responden 74	Perempuan	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 75	Perempuan	31 – 40 tahun	PNS	2 - 3 Kali
Responden 76	Laki – Laki	51 – 65 tahun	PNS	1 Kali
Responden 77	Perempuan	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 78	Perempuan	21 – 30 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 79	Perempuan	51 – 65 tahun	Ibu Rumah Tangga	1 Kali
Responden 80	Perempuan	31 – 40 tahun	BUMN	2 - 3 Kali
Responden 81	Perempuan	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 82	Perempuan	41 – 50 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 83	Perempuan	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 84	Perempuan	31 – 40 tahun	BUMN	1 Kali
Responden 85	Perempuan	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	2 - 3 Kali
Responden 86	Perempuan	31 – 40 tahun	PNS	2 - 3 Kali
Responden 87	Perempuan	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	2 - 3 Kali
Responden 88	Perempuan	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 89	Perempuan	31 – 40 tahun	PNS	2 - 3 Kali
Responden 90	Perempuan	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	2 - 3 Kali
Responden 91	Perempuan	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	2 - 3 Kali
Responden 92	Perempuan	31 – 40 tahun	Wiraswasta	1 Kali
Responden 93	Perempuan	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	1 Kali
Responden 94	Perempuan	31 – 40 tahun	Ibu Rumah Tangga	1 Kali

Responden 95	Perempuan	31 – 40 tahun	Wiraswasta	1 Kali
Responden 96	Laki – Laki	31 – 40 tahun	Wiraswasta	1 Kali
Responden 97	Perempuan	31 – 40 tahun	Pegawai Swasta	2 - 3 Kali
Responden 98	Laki – Laki	31 – 40 tahun	PNS	2 - 3 Kali
Responden 99	Laki – Laki	31 – 40 tahun	PNS	1 Kali
Responden 100	Laki – Laki	31 – 40 tahun	BUMN	1 Kali

Lampiran 1. 5 Hasil Data Tabulasi Responden

No	SOAL																Total	Total	JML
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	X	Y	
1	4	4	5	5	4	2	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	55	15	70
2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	63	15	78
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	15	80
4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	3	3	5	5	5	57	15	72
5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	60	14	74
6	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	61	15	76
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	15	80
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	15	80
9	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	61	15	76
10	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	3	5	5	3	5	57	13	70
11	5	5	5	5	4	3	5	5	3	5	5	1	2	5	4	3	53	12	65
12	5	5	4	3	4	1	4	2	3	4	4	2	2	4	3	3	43	10	53
13	5	4	4	2	3	5	3	3	4	5	4	1	1	5	5	5	44	15	59
14	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	63	14	77
15	3	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53	12	65
16	5	5	4	3	4	3	5	3	5	4	4	3	4	4	4	4	52	12	64
17	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	57	15	72
18	5	5	5	3	3	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	53	12	65
19	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	61	15	76
20	5	5	4	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	15	75
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	15	80
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	15	80
23	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	59	14	73
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	15	80
25	5	4	4	4	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	58	15	73
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	15	80
27	5	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	55	12	67

58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	12	64
59	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	56	12	68
60	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	55	12	67
61	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	60	15	75
62	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	56	13	69
63	5	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	47	11	58
64	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	57	15	72
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	39	7	46
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	51	12	63
67	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	48	12	60
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	51	11	62
69	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	51	12	63
70	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	49	12	61
71	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	4	51	13	64
72	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	51	12	63
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	49	13	62
74	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	51	12	63
75	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	50	12	62
76	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	50	12	62
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	50	13	63
78	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	5	50	13	63
79	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	49	12	61
80	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51	12	63
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	12	64
82	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	52	12	64
83	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	54	15	69
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	12	64
85	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	51	12	63
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	52	11	63
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	51	13	64

88	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	50	12	62
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	12	64
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	50	14	64
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	5	4	4	51	13	64
92	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	51	14	65
93	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	5	4	48	13	61
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	12	64
95	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51	12	63
96	4	4	3	4	3	4	3	3	5	3	3	3	3	4	5	5	45	14	59
97	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	52	12	64
98	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	50	11	61
99	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	50	12	62
100	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51	12	63

Lampiran 1. 6 F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 1. 7 T Tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211