

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah Yogyakarta

Syahid Madalena¹, Ahmad Mulyadi Kosim², Sutisna³

^{1,2,3} Universitas Ibn Khaldun Bogor

syahidmadalena16@gmail.com¹ ahmadmulyadi@fai.uika-bogor.ac.id²,

Stn.sutisna@gmail.com³

ABSTRACT

The hotel is a large house which is a means of lodging for consumers who are traveling long distances. The hotel is included in a business that is engaged in the property sector and is developing in the service sector that provides services, lodging, eating and drinking. As the largest Muslim community in Indonesia, these activities must be considered halal, both in terms of facilities, waiters and others because there are some service accommodations that do not pay attention to the quality of halal. So the purpose of this researcher is to find out what most influences consumers in choosing Yogyakarta sharia hotels from the three variables of facility factors, service factors, and price factors on consumer decisions in choosing Yogyakarta sharia hotels. In order to provide knowledge and benefits to the halal industry in Indonesia to be more developed and advanced. This research approach uses quantitative primary data types by using validity and reliability tests, then using the Smirnov Kolgomornov normality test, and using Coefficients T test, Summary Model Test, and multiple regression test. In the Coefficients T test, the results of this study indicate that there is no significant effect on the facilities and price variables but there is a significant influence on the service variable on consumer decisions with a value of $0.000 < 0.05$ or T count 5.141 which means $>$ from the T table value of 2.055 then H_0 is accepted and H_a is rejected. The summary model test results show that there is an influential power between X_1 , X_2 , and X_3 on Y of 0.557 or 55.7%.

Keywords: Factors, Sharia Hotel, Consumer Desires

ABSTRAK

Hotel adalah rumah besar yang menjadi sarana tempat penginapan terhadap konsumen yang sedang melakukan perjalanan jauh. Hotel termasuk dalam sebuah bisnis yang bergerak di bidang properti dan berkembang dibidang jasa yang menyediakan pelayanan, penginapan, makan dan minum. Sebagai umat muslim terbesar di indonesia kegiatan-kegiatan ini harus diperhatikan kehalalannya baik

dari fasilitas, pelayan dan lain-lain karena ada beberapa akomodasi jasa yang tidak memperhatikan kualitas kehalalannya.

Maka tujuan peneliti ini untuk mengetahui apa yang paling mempengaruhi konsumen dalam memilih hotel syariah Yogyakarta dari tiga variabel faktor fasilitas, faktor pelayanan, dan faktor harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih hotel syariah Yogyakarta. Agar dapat memberikan pengetahuan dan manfaat kepada industri halal di Indonesia untuk bisa lebih berkembang dan maju.

Pendekatan penelitian ini menggunakan jenis data primer kuantitatif dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, lalu menggunakan uji normalitas *smirnov kolgomornov*, dan menggunakan Coefficients uji T, Uji Model Summary, Serta uji regresi berganda. Dalam Coefficients uji T Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan pada variabel fasilitas dan harga tetapi terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel pelayanan terhadap keputusan konsumen dengan nilai $0,000 < 0,05$ atau T hitung 5,141 yang artinya $>$ dari nilai T tabel 2,055 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Untuk hasil uji model summary menunjukkan bahwa terdapat kekuatan yang berpengaruh antara X_1, X_2 , dan X_3 terhadap Y sebesar 0,557 atau 55,7%.

Kata Kunci: Faktor-Faktor, Hotel Syariah, Keinginan Konsumen.

PENDAHULUAN

Negara Indonesia adalah negara yang terkenal mayoritas berpenduduk orang-orang muslim. Dari data badan statistik dan kementerian agama menunjukkan bahwa penduduk yang beragama Islam di Indonesia sekitar 207.176.162 juta jiwa. (Pratiwi, 2017). tetapi pada kenyataannya hotel yang berbasis syariah belum banyak, dan peminat konsumen yang memilih hotel syariah itu dominan masih sangat sedikit mereka masih memilih hotel konvensional sebagai pelayanan jasa dengan alasan tertentu. Jika penduduk muslim di Indonesia lebih banyak seharusnya usaha-usaha yang berbasis syariah itu lebih di minati oleh masyarakat dan lebih cepat berkembang tetapi pada kenyataannya tidak seperti itu.

Hotel adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang properti dan pada dasarnya semua tujuan hotel itu hampir sama yaitu memberikan fasilitas jasa penginapan yang bersifat untuk sementara sesuai perjanjian dan akad di awal. Tetapi pada kenyataannya setiap hotel memiliki beberapa perbedaan baik dari segi jasa pelayanan, makan dan minum, harga, dan lain sebagainya. Contohnya seperti hotel konvensional dan hotel yang berlabel syariah, jika pada hotel konvensional ia membebaskan semuanya baik dari segi hiburan, makan dan minuman yang tidak

mementingkan halal atau haram, berbeda dengan hotel syariah semua pelayanan serba dibatasi untuk makan dan minum yang di sediakan harus bersifat halal yang memiliki sertifikat dari Majelis Ulama Indonesia bukan hanya makan dan minum saja yang kita perhatikan tetapi seleksi tamu juga sangat penting untuk menghindari hal-hal yang tidak di inginkan seperti terjadinya perzinahan, dan hotel syariah tidak menyediakan bar, dugem, hura-hura dan lain sebagainya yang melenceng dari ajaran agama Islam, Sebagaimana yang di tegaskan dalam Al-Quran Surat Al-Isra ayat 32 yaitu.

سَبِيلٌ وَسَاءَ فُجْسَةٌ كَانَ إِنَّهُ ۖ الَّذِي تَقْرُبُوا وَلَا

Artinya: “Dan janganlah kamu mendekati zinah. Sesungguhnya zinah itu adalah suatu perbuatan yang keji. Dan suatu jalan yang buruk”.

Yogyakarta adalah tempat yang terkenal wisatanya tetapi ternyata Hotel yang berlabel syariah di daerah Yogyakarta tidak terlalu banyak dibandingkan dengan hotel konvensional, Ini akan menjadi tantangan bagi hotel syariah, maka dari itu kita harus mengetahui beragam sifat konsumen yang selalu mengutamakan layanan yang berkualitas agar kita tidak kalah saing dengan hotel-hotel lainnya. Karena permasalahan di atas saya tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH HOTEL SYARIAH YOGYAKARTA”. Semoga dengan adanya penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan bagi praktisi khususnya bagi pengusaha hotel syariah dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan kualitas hotel agar peminatnya lebih banyak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang memberikan gambaran tentang suatu gejala dari masyarakat tertentu (rumidi, 2002). Dalam penelitian jenis data sangatlah penting, maka dari itu dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer yang dilakukan di salah satu hotel syariah Yogyakarta agar mendapatkan informasi yang relevan berupa data-data yang di butuhkan oleh seorang penulis. Teknik pengumpulan data di sini dengan menyebar kuesioner, wawancara dan dokumentasi setelah itu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas dan Analisis regresi linear berganda

1. Uji validitas

Uji validitas yaitu ketepatan data yang terjadi dengan objek penelitian atau mengukur valid tidaknya sesuatu pada tiap-tiap pertanyaan di kuesioner

(Bloor, 1997). Pada penelitian ini penulis menggunakan uji kolerasi pearson untuk mengukur tingkat validitas dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

2. Uji reliabilitas

Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk menguji konsisten jawaban responden dalam sebuah kuesioner. Dalam menguji reliabilitas penulis menggunakan bantuan SPSS. Konsistensi adalah pengamatan yang didapat dari pencatatan secara berulang baik dalam satu objek saja maupun dari berapa jumlah objek. (Siyoto, 2015)

3. Analisis regresi linear berganda

Teknik analisis regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, pelayanan, dan harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih hotel syariah. Secara umum model regresi berganda dirumuskan sebagai berikut (Kurniawati, 2017)

$$Y = a + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan konsumen dalam memilih Hotel satya nugraha syariah

a : Konstanta

X1 : fasilitas

X2 : pelayanan

X 3 : harga

β_1 : Koefisien regresi faktor fasilitas

β_2 : Koefisien regresi faktor pelayanan

β_3 : Koefisien regresi faktor harga

e : Error, yaitu pengaruh variabel lain yang tidak masuk dalam model, tetapi ikut mempengaruhi.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Hotel Family

Syariah 2 Yogyakarta

Menurut konsumen Ibu Zuanita Sea Putri hal yang mempengaruhi ia dalam memilih hotel family syariah karena tempatnya bersih, nyaman, dan aman bukan hanya itu saja tetapi menurut Ibu Zuanita Sea Putri bahwa hotel family syariah tidak menerima tamu yang kurang dari umur 17 tahun dan melarang tamu untuk minum-minuman keras di dalam kamar

Menurut konsumen Bapak Wahyu Sajiyanti hal yang mempengaruhi dalam memilih hotel family syariah 2 adalah tempatnya nyaman untuk menginap bersama keluarga karena hotel lain kurang dalam kenyamanan dan hotel family syariah basic kekeluargaan.

Menurut konsumen Bapak Nur Kholis hal yang mempengaruhi dalam memilih hotel family syariah 2 karena pelayanan yang baik, hotel nya bersih serta nyaman dan cocok untuk menginap keluarga. Disini penulis akan menguji sebuah kuesioner untuk mengetahui valid atau tidaknya dengan uji validitas dan reliabilitas menggunakan spp.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Item	r- hitung	r- tabel	Signifikansi	Keterangan
Fasilitas (X1)	1	0,592	0,361	0.000	Valid
	2	0,752		0.000	Valid
	3	0,605		0.000	Valid
	4	0,668		0.000	Valid
	5	0,837		0.000	Valid
Pelayanan (X2)	1	0,625		0.000	Valid
	2	0,806		0.000	Valid
	3	0,884		0.000	Valid
	4	0,681		0.000	Valid
	5	0,764		0.000	Valid
Harga (X3)	1	0,584		0.000	Valid
	2	0,741		0.000	Valid
	3	0,895		0.000	Valid
	4	0,641		0.000	Valid

	5	0,804		0.000	Valid
Keputusan konsumen (Y)	1	0,897		0.000	Valid
	2	0,800		0.000	Valid
	3	0,601		0.000	Valid
	4	0,763		0.000	Valid
	5	0,683		0.000	Valid

Sumber : Penelitian, data diolah (2022)

Setelah di uji validitasnya dengan SPSS menyatakan bahwa semua variabel Fasilitas (X1), Pelayanan (X2), Harga (X3), dan Keputusan Konsumen (Y) dinyatakan valid. Karena semua nilai (rHitung) > dari pada (rTabel) senilai 0,361 pada taraf signifikansi 0,05%.

Setelah uji validitas di nyatakan valid, maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui hasil pengukuran yang relatif tetap konsisten. Hasil uji reliabilitas bisa dikatakan reliable jika nilai croanbach alpha >0,6 dan jika croanbach alpha <0,6 maka dikatakan tidak reliabel. Ada 4 variabel yang akan di uji reliabilitasnya yaitu variabel Fasilitas (X1), Pelayanan (X2), Harga (X3), dan Keputusan Konsumen (Y) Sebagaimana hasil uji reliabilitas SPSS pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabel Variabel

Variabel	Croanbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
Fasilitas (X1)	0,680	0.600	Reliabel
Pelayanan (X2)	0,804		Reliabel
Harga (X3)	0,732		Reliabel
Keputusan Konsumen (Y)	0,802		Reliabel

Tabel di atas menyatakan bahwa semua croanbach alpha pada variabel Fasilitas (X1), Pelayanan (X2), Harga (X3), dan Keputusan Konsumen (Y) dinyatakan reliabel. Karena hasilnya lebih besar dibandingkan nilai 0,6.

Tabel 4.3 Coefficients

Hasil Uji T Faktor Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17,604	2,667		6,601	,000
Fasilitas	,246	,128	,342	1,926	,064

a. Dependent Variable: Y

Uji T nilai signifikan harus $< 0,05$ dan nilai T hitung harus $>$ dari T tabel, dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan faktor fasilitas (X1) terhadap keputusan konsumen (Y) adalah $0,064 > 0,05$, dan untuk nilai T hitung 1,926 lebih kecil dari nilai T tabel yaitu 2,055, maka dari itu H_0 nya ditolak dan H_a nya diterima, jadi kesimpulannya bahwa tidak ada pengaruh terhadap faktor fasilitas dalam keputusan konsumen secara signifikan untuk menginap di hotel family syariah 2 Yogyakarta.

Tabel 4.4 Coefficients

Hasil Uji T Faktor Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,329	2,807		2,967	,006
	Pelayanan	,664	,129	,697	5,141	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan faktor Pelayanan (X2) terhadap keputusan konsumen (Y) adalah $0,000 < 0,05$, dan untuk nilai T hitung 5,141 lebih besar dari nilai T tabel yaitu 2,055, maka dari itu H_0 nya diterima dan H_a nya ditolak, maka kesimpulan bahwa ada pengaruh terhadap faktor Pelayanan dalam keputusan konsumen secara signifikan untuk menginap di hotel family syariah 2 Yogyakarta.

Tabel 4.1 Model Summary
Hasil Uji R Koefisien Derteminan

Model Summary^b

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,746 ^a	,557	,506	1,34544	1,816
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Besarnya nilai R Square yang terdapat pada tabel model summary adalah sebesar 0,557 hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh X1,X2, Dan X3 terhadap Y adalah 55,7% sementara sisanya adalah 44,7% yang mungkin merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukan pada penelitian ini Persentase 0,746 Sisanya di pengaruhi luar dari penelitian sedangkan R Square 0,557 kekuatan variabel X mempengaruhi variabel Y.

Tabel 4.2 Coefficients
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10,982	3,613		3,040	,005
Fasilitas	,190	,111	,264	1,703	,101
Pelayanan	,583	,133	,612	4,387	,000
Harga	-,230	,128	-,265	-1,801	,083
a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen					

$$Y = a + B1.x1 + B2. X2 + B3. X3$$

$$= 10,982 + 0,190 + 0,583 + -,230$$

Nilai a sebesar 10,982 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel keputusan konsumen belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel fasilitas (X1), Pelayanan (X2), dan Harga (X3), Jika variabel independen tidak ada maka variabel keputusan konsumen tidak mengalami perubahan.

B1 (nilai koefisien regresi x_1) sebesar 0,190 menunjukkan bahwa variabel fasilitas mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 variabel fasilitas maka akan mempengaruhi keputusan konsumen sebesar 0,190 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

B2 (nilai koefisien regresi x_2) sebesar 0,583 menunjukkan bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 variabel pelayanan maka akan mempengaruhi keputusan konsumen sebesar 0,583 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

B3 (nilai koefisien regresi x_3) sebesar -0,230 menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang negatif terhadap keputusan konsumen yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 variabel harga maka tidak akan mempengaruhi keputusan konsumen sebesar -0,230 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini hasil dari analisis regresi berganda adalah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam memilih hotel family syariah 2 Yogyakarta, yang berarti hubungan antara variabel fasilitas dan pelayanan terdapat hubungan yang searah sebagaimana setiap kenaikan variabel fasilitas dan pelayanan maka akan meningkatkan keputusan konsumen dalam memilih hotel family syariah 2 Yogyakarta, dan variabel harga dengan keputusan konsumen tidak menunjukkan hubungan yang searah jadi jika kenaikan harga maka akan terjadi penurunan terhadap keputusan konsumen dalam memilih hotel family syariah 2 Yogyakarta.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pada penelitian ini dengan tujuan ingin mengetahui keputusan konsumen dalam memilih hotel syariah Yogyakarta maka kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis uji T terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan konsumen dalam memilih hotel family syariah 2 Yogyakarta tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel faktor fasilitas tetapi terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel faktor pelayanan.
2. Sedangkan untuk variabel faktor harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan karena untuk harga yang dipasarkan oleh hotel family syariah 2 Yogyakarta relatif setara dengan hotel pada umumnya dan tidak terlalu banyak macam variasi harga kamar yang ditawarkan.

3. Dari tiga faktor variabel yang di uji menyatakan semuanya berpengaruh sebesar 0,557 tetapi jika dilihat dari hasil uji T faktor yang sangat berpengaruh dalam keputusan konsumen untuk memilih hotel family syariah 2 Yogyakarta yaitu faktor pelayanan yang diberikan karyawan hotel tersebut kepada konsumen, dan terdapat sistem kekeluargaan yang membuat konsumen merasa nyaman dan senang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bloor, M. (1997). *Techniques Of Validation In Qualitative Research: A Critical Commentary*. London: Sage.
- Kurniawati, D. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Pada Hotel Syariah Arini Surakarta*. Skripsi, Surakarta.
- Pratiwi, E. K. (2017). *Analisis Manajemen Hotel Adilla Syariah Yogyakarta (Tinjauan Fatwa DSN MUI No: 108/DSN-MUI/X/2016)*. Cakrawala: Jurnal Studi Islam, 1
- Rumidi, S. (2002). *Metodelogi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Penelitian Pemula*. Yogyakarta: UGM pres hal 104.
- Siyanto, S. (2015). *Dasar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, Juni.

