



**PENGARUH *ISLAMIC BRANDING*, FASILITAS, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL
SYARIAH WILAYAH KOTA BOGOR**

SKRIPSI

MIFTAHUL JANAH 1810116039

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2022



**PENGARUH *ISLAMIC BRANDING*, FASILITAS, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL
SYARIAH WILAYAH KOTA BOGOR**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

MIFTAHUL JANAH 1810116039

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Miftahul Janah

NIM : 1810116039

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Jakarta, 29 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Miftahul Janah)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miftahul Janah
NIM : 1810116039
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Islamic Branding, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mengingat di Hotel Syariah Wilayah Kota Bogor

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Juni 2022

Yang menyatakan,


1000
REPUBLIK INDONESIA
METERAI TEMPEL
2503AJX846307251

(Miftahul Janah)

SKRIPSI

**PENGARUH *ISLAMIC BRANDING*, FASILITAS, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENGINAP DI HOTEL SYARIAH WILAYAH KOTA BOGOR**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MIFTAHUL JANAH 1810116039

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 29 Juni 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Tati Handavani, S.E., M.M.
Ketua Penguji



Prima Dwi Privatno, B.A., M.E.
Penguji I



Dr. Sufyati HS, S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Ariefiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS.
Dekan



Muhammad Anwar Fathoni, Lc., M.A., CDIF.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Juni 2022

The Influence of Islamic Branding, Facilities, and Quality of Service on the Decision to Stay at Sharia Hotels in Bogor City Region

By Miftahul Janah

Abstract

This study aims to explain the influence of Islamic branding, facilities, and service quality on the decision to stay at a sharia hotel in the Bogor City area. This research uses a quantitative method that refers to numerical data. The subjects studied were 150 guests who had been in sharia hotels in the Bogor City area. The object of his research was the decision to stay at a sharia hotel in the Bogor City Area. This study uses data analysis techniques used, namely descriptive statistical analysis, data quality, classical assumptions, multiple linear regression, and hypothesis testing. The results of this study are that Islamic branding does not have a significant influence on the decision to stay in sharia hotels, facilities have a significant influence on the decision to stay in sharia hotels, and the quality of service has an influence on the decision to stay in sharia hotels, and simultaneously Islamic branding, facilities, and quality of service have a significant influence on the decision to stay in sharia hotels. There is an influence of Islamic Branding, facilities, and quality of service in the decision to stay at Sharia Bogor hotel. With the contribution of this research, it can provide insight into consumer opinion on the use of Islamic brands in halal tourism, especially towards Sharia hotels.

Keywords: *facilities, sharia hotels, islamic branding, decisions, quality of service*

Pengaruh Islamic Branding, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Syariah D Wilayah Kota Bogor

Oleh Miftahul Janah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Islamic branding*, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di hotel syariah wilayah Kota Bogor. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang merujuk pada data-data angka. Subjek yang diteliti yaitu 150 tamu yang telah di hotel syariah wilayah Kota Bogor. Objek penelitiannya yaitu keputusan menginap di hotel syariah wilayah Kota Bogor. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang dipakai merupakan analisis statistik deskriptif, kualitas data, asumsi klasik, regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil dalam temuan penelitian ini adalah *Islamic branding* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di hotel syariah, fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di hotel syariah, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap di hotel syariah, serta secara bersamaan *Islamic branding*, fasilitas, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menginap di hotel syariah. Adanya pengaruh *Islamic Branding*, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di hotel syariah Bogor. Dengan kontribusi penelitian ini dapat memberikan gambaran dalam pandangan konsumen tentang penggunaan merek Islami dalam pariwisata halal terutama terhadap hotel syariah.

Kata Kunci: fasilitas, hotel syariah, *Islamic branding*, keputusan, kualitas pelayanan



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2021/2022**

Hari ini Rabu , tanggal 29 Juni 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Miftahul Janah

No.Pokok Mahasiswa : 1810116039

Program : Ekonomi Syariah S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Islamic Branding, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Syariah DI Wilayah Kota Bogor

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tati Handayani, SE, MM	Ketua	1.
2	Prima Dwi Priyatno, B.A.,M.E.	Anggota I	2.
3	Dr. Sufyati HS, SE., MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

- *) Coret yang tidak perlu
- ***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 29 Juni 2022

Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprodi. Ekonomi Syariah S.1

Muhammad Anwar Fathoni, Lc,
MA.,CDIF.

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. karena atas kasih dan sayang-Nya penyusunan karya ilmiah ini dapat diselesaikan. Tak lupa shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad Saw. atas perjuangannya telah membimbing dan membawa umat manusia ke jalan yang lurus.

Penelitian ini dilakukan sejak bulan Februari hingga bulan Juni 2022 dengan judul **“Pengaruh Islamic Branding, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Syariah Wilayah Kota Bogor”**. Dengan terselesaikannya karya ilmiah ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Sufyati HS. SE., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan, saran, dan nasihat bermanfaat kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

Terima kasih juga diucapkan untuk kedua orang tua, terkhusus Ibu Irma Suryani sebagai mama yang selalu mendukung secara moril melalui doa, motivasi, dan kasih sayang yang begitu luas maupun secara materil. Lalu, Alm. Bapak Mulyadi Rahmat sebagai Bapak yang telah terlebih dahulu kembali ke sisi-Nya sebelum bisa melihat saya mengenakan toga yang beliau impikan. Kemudian, Sdr. Indri Listyaningsih dan suami (kakak ipar) selaku kakak yang juga selalu memberi dukungan dan bantuan selama penelitian ini berlangsung serta orang-orang yang tidak bisa saya tulis satu persatu. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada teman-teman satu bimbingan yang selalu memberikan semangat, teman-teman Ambyar yang selalu membantu, menjadi teman diskusi, menghibur, dan menguatkan satu sama lain sejak awal perkuliahan, yaitu Annisa Maharani, Ananda Annisa, Alifiah Nandya, Dinda Millenia, Lulu Amelia, dan Rani Ramadhani.

Selain itu, kepada teman-teman Yuk Nabung Yuk An-Nisa Ulfah dan Khusnul Fajriyah yang telah memberikan semangat dan membantu ketika penulis menemui kesulitan. Serta terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu dengan tanpa mengurangi rasa hormat, telah membantu peneliti untuk menyebarkan kuesioner dan seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga dapat

terselesaikannya skripsi ini. Semoga Allah Swt membalas seluruh kebaikan kalian.
Amin.

Penulis menyadari masih adanya kekurangan dalam penelitian ini, namun sekiranya penulis berharap karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak regulator yang terlibat dalam penelitian ini.

Jakarta, 29 Juni 2022

Miftahul Janah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	2
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
II.1 Landasan Teori.....	7
II.1.1 Keputusan Pembelian.....	7
II.1.2 Definisi Hotel Syariah.....	9
II.1.2.1 Definisi Pariwisata Halal.....	10
II.1.2.2 Landasan Hukum Hotel Syariah Di Indonesia.....	10
II.1.3 Definisi <i>Islamic Branding</i>	11
II.1.3.1 Citra <i>Islamic Branding</i>	14
II.1.4 Definisi Fasilitas	15
II.1.4.1 Ketentuan Fasilitas Pada Hotel Syariah	16
II.1.5 Definisi Kualitas Pelayanan	16
II.1.5.1 Faktor-Faktor Pada Kualitas Pelayanan	17
II.2 Penelitian Terdahulu	18
II.3 Model Penelitian	27
II.4 Hipotesis.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
III.1.1 Definisi Operasional	29
III.1.2 Pengukuran Variabel	30
III.2 Populasi dan Sampel.....	31
III.2.1 Populasi	31
III.2.2 Sampel	31
III.3 Teknik Pengumpulan Data	32
III.3.1 Angket (Kuisisioner).....	32

III.4	Teknik Analisis Data	33
III.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
III.4.2	Uji Asumsi Klasik	34
III.4.3	Uji Regresi Linier Berganda.....	35
III.4.4	Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		37
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian Hasil.....	37
IV.2	Deskripsi Data Penelitian	38
IV.2.1	Deskripsi Data dan Profil Responden.....	38
IV.2.2	Analisis Data Deskriptif	40
IV.3	Uji Hipotesis dan Analisis	43
IV.3.1	Uji Validitas.....	43
IV.3.2	Uji Reliabilitas	45
IV.3.3	Uji Asumsi Klasik	45
IV.3.3.1	Uji Normalitas.....	45
IV.3.3.2	Uji Multikolinieritas.....	47
IV.3.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	47
IV.3.4	Uji Regresi Linier Berganda.....	49
IV.3.5	Uji Hipotesis	50
IV.3.5.1	Uji F	50
IV.3.5.2	Uji t	51
IV.3.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
IV.4	Pembahasan	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		58
V.1	Simpulan.....	58
V.2	Keterbatasan Penelitian	59
V.3	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		61
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Hotel di wilayah Kota Bogor	4
Tabel 2. Tipe Merek Islam (<i>Islamic Branding</i>)	14
Tabel 3. Matriks Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	31
Tabel 5. Skala Likert	34
Tabel 6. Data Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 7. Data Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 8. Data Pendidikan Terakhir Responden.....	41
Tabel 9. Data Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	42
Tabel 10. Hasil Uji Statistik Deskriptif Data Keputusan Menginap (Y)	43
Tabel 11. Hasil Uji Statistik Deskriptif Data Islamic Branding (X ₁).....	43
Tabel 12. Hasil Uji Statistik Deskriptif Data Fasilitas (X ₂).....	44
Tabel 13. Hasil Uji Statistik Deskriptif Data Kualitas Pelayanan (X ₃).....	44
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Keputusan Menginap Di Hotel Syariah (Y).....	46
Tabel 15. Hasil Uji Validitas Islamic Branding (X ₁)	46
Tabel 16. Hasil Uji Validitas Fasilitas (X ₂)	46
Tabel 17. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X ₃)	47
Tabel 18. Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 19. Hasil <i>Kolmogrov-Smirnov Test</i>	49
Tabel 20. Hasil Uji Multikolonieritas	50
Tabel 21. Hasil <i>Uji Glesjer</i>	51
Tabel 22. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 23. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	53
Tabel 24. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	54
Tabel 25. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	28
Gambar 2. Uji <i>P-Plot of Regression</i>	48
Gambar 3. <i>Scatterplot</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Data Kuesioner 200 Responden
- Lampiran 4. Deskripsi Data Responden
- Lampiran 5. Hasil Analisis Statistik Deskriptif
- Lampiran 6. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8. Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 10. Uji Hipotesis
- Lampiran 11. Bukti Sebar Kuesioner
- Lampiran 12. Catatan Revisi
- Lampiran 13. Lembar Perbaikan Revisi