



Pengaruh Dimensi Islam Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Indah Syariah Sibuhuan

Amir Hasan Hasibuan

STAI Barumun Raya Sibuhuan

amirhasan101000@gmail.com

Abd Manap Ht Uruk

STAI Barumun Raya Sibuhuan

manaphutauruk@gmail.com

Nurjannah Nasution

STAI Barumun Raya Sibuhuan

nrjannah3121@gmail.com

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui : (1) Bagaimana pelayanan dimensi islam terhadap kepuasan konsumen di Hotel Indah Syariah Sibuhuan, (2) Apakah ada pengaruh dimensi islam terhadap kepuasan konsumen di Hotel Indah Syariah Sibuhuan. Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian inii adalah jenis penelitian kuantitatif. Dalam metode kuantitatif ini penelitian di lakukan langsung di lapangan atau di lokasi penelitian. Pendekatan penelitian di gunakan dalam penelitian ini adalah berbentuk survey secara langsung kepada pelanggan. Survey di lakukan dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan. Hasil pnelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan dimensi islam terhadap kepuasan konsumen di hotel indah syariah sibuhuan sangat berpengaruh. Semakin baik pelayanan dimensi islam yang di berikan, semakin tinggi tingkat kepuasan ketika menggunakan layanan hotel indah syariah sibuhuan. Hotel indah syariah sibuhuan secara konsisten memberikan layanan berkualitas tinggi kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima. Aspek-aspek pelayanan seperti keandalan, kepercayaan, penampilan, empati, dan tanggap yang di tawarkan oleh hotel, inilah variable dimensi islam secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen hotel indah syariah sibuhuan. Dengan koefisien regresi variable dimensi islam (X) adalah positif, nilai t_{hitung} yang di hasilakn 5,076 lebih dari table t_{tabel} 1,672 dengan signifikan kurang dari 0,558. Hal ini berarti variable Dimensi Islam (X) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kata Kunci : Pengaruh, Dimensi Islam, Kepuasan Konsumen

Abstract. The purpose of this research is to find out: (1) How the Islamic dimension of service affects consumer satisfaction at the Indah Syariah Sibuhuan Hotel, (2) Is there an influence of the Islamic dimension on consumer satisfaction at the Indah Syariah Sibuhuan Hotel. The type of research used in this research is quantitative research. In this quantitative method, research is carried out directly in the field or at the research location. The research approach used in this research is in the form of a direct survey to customers. Surveys are carried out by distributing questionnaires to customers. The results of this research show that the Islamic dimension of service on consumer satisfaction at the Indah Syariah Sibuhuan Hotel is very influential. The better the Islamic dimension of service provided, the higher the level of satisfaction when using the services of the Indah Syariah Sibuhuan Hotel. Hotel Indah Syariah Sibuhuan consistently provides high quality services to consumers, so that consumers feel satisfied with the service they receive.

Received Agustus 20, 2023; Revised September 22, 2023; Accepted Oktober 27, 2023

* Amir Hasan Hasibuan ,amirhasan101000@gmail.com

Pengaruh Dimensi Islam Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Indah Syariah Sibuhuan

Aspects of service such as reliability, trust, appearance, empathy and responsiveness offered by the hotel, these are the Islamic dimension variables partially have a positive and significant effect on consumer satisfaction at the Indah Syariah Sibuhuan Hotel. With the regression coefficient for the Islamic dimension variable (X) being positive, the resulting t value of 5.076 is more than the t table of 1.672 with a significance of less than 0.558. This means that the Islamic Dimension variable (X) partially has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction (Y).

Keywords: *Influence, Islamic Dimensions, Consumer Satisfaction*

LATAR BELAKANG

Besarnya pangsa pasar muslim menjadi pangsa potensial bagi penyedia jasa penginapan dan perhotelan di Indonesia. Hal tersebut merujuk pada faktor agama sebagai faktor penting dalam pengambilan keputusan, yang berkaitan dengan akomodasi hotel adalah penting untuk mengeksplorasi atribut terkait yang mungkin meningkatkan akomodasi sesuai dengan konsep Syariah. Salah satu hotel yang merupakan hotel syariah Padang Lawas adalah hotel Indah Syariah. Bertempat di lokasi pusat kota Sibuhuan, Hotel Indah Syariah menempatkan segala sesuatu yang kota ini tawarkan tepat di depan pintu kamar Anda. Properti ini memiliki berbagai fasilitas yang membuat pengalaman menginap Anda menyenangkan. Ketersediaan mushola yang dapat digunakan oleh para tamu di lantai dasar, dan selalu ada penanda waktu shalat (adzan berkumandang) setiap 5 kali sehari menjadi *value* yang dominan dalam konsep syariah. Kelebihan lainnya adalah tersedianya keran untuk berwudlu di setiap kamar untuk memudahkan para tamu berwudlu di kamar. Fasilitas shalat seperti mukena, sajadah, Al-Qur'an juga tersedia. Staf yang ramah, fasilitas yang istimewa dan harga terjangkau merupakan tiga alasan utama anda untuk menginap di Hotel Indah Syariah.

Pada awal berdirinya Hotel Indah Syariah juga menemui beberapa kesulitan untuk bersaing dengan hotel yang sudah lama ada di daerahnya. Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang hotel Syariah merupakan salah satu penyebabnya. Tidak semua umat muslim memahami pentingnya

ekonomi islam. Kurangnya sosialisasi mengenai perbedaaan konsep dan layanan yang diberikan dibandingkan dengan hotel konvensional pada umumnya. Sehingga masyarakat masih beranggapan bahwa sistem perbankan yang dijalankan oleh hotel Syariah tidak jauh berbeda dengan sistem hotel konvensional yang selama ini berjalan. Namun dengan seiringnya pemahaman tentang agama islam, masyarakat mulai terbiasa dengan keberadaan Hotel Indah Syariah yang mempunyai kategori syariah. Hal itu juga memunculkan para pesaing untuk memunculkan hotel syariah berikutnya di Sibuhuan. Ketatnya persaingan dunia usaha telah memicu perusahaan untuk terus berusaha menciptakan kepuasan untuk setiap pelanggannya. Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan karena dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan. Salah satu manfaat tersebut ialah menciptakan hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan sehingga menciptakan loyalitas dan pemesanan ulang. Hal tersebut sangat diperlukan oleh Hotel Indah Syariah agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dengan hotel lainnya. Karena dalam Hotel Indah Syariah perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang dapat memuaskan nasabah baik dari segi bisnis maupun religiusitas mereka. Karena nasabah hotel Syariah tidak hanya mencari kepuasan dari segi finansial. Melainkan kepuasan dari segi emosional dan spiritual.

Kepuasan konsumen merupakan aset yang penting bagi perusahaan karena dapat digunakan sebagai indikator atas kualitas dan pendapatan perusahaan dimasa mendatang. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar 2006:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau

kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller 2008:177).

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi pelanggan atas produk yang digunakannya. Persepsi pelanggan terbentuk dari nilai-nilai yang mereka miliki. Pelanggan perbankan pada umumnya menganut nilai islami yang baik. Sehingga perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang baik. Agar sesuai dengan harapan pelanggan sehingga kepuasan konsumen akan maksimal. Perusahaan harus bisa memberikan pelayanan yang sesuai dengan persepsi yang dimiliki oleh pelanggan bahkan lebih.

Keberagamaan atau religiusitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetap juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang Atas sikap ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah Tuhannya dengan tujuan mendapat keridhaan-Nya.

KAJIAN TEORITIS

Dimensi Islam

Dimensi berarti parameter atau pengukuran yang dibutuhkan untuk mendefinisikan sifat-sifat suatu obyek baik itu panjang, lebar, dan tinggi atau ukuran dan bentuk. Pengertian dimensi dalam Oxford Dictionary yaitu dari kata “dimension” yang artinya: a) ukuran dari panjang, lebar atau berat dari sesuatu, b) ukuran dan luas dari suatu situasi, c) aspek atau cara untuk melihat suatu permasalahan (Wahib 2020:15). Adapun dimensi-dimensi Islam yang dimaksud pada bagian ini adalah sisi keislaman seseorang, yaitu *iman*, *islam*, dan *ihsan*. Dimensi pemikiran

Islam yaitu aspek atau cara untuk melihat suatu permasalahan pada pandangan atau kepercayaan dari kelompok atau seseorang terhadap Islam (Wahib 2020:16).

Asal-usul dimensi-dimensi Islam dapat ditemukan dalam suatu hadis yang disampaikan oleh Imam al-Bukhari dan Imam Muslim, terdapat dalam kitab-kitab sahih masing-masing, yang menceritakan percakapan antara Nabi Muhammad Saw dan Malaikat Jibril mengenai trilogi ajaran Ilahi.

كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يوماً بارزاً للناس فاتاه رجل فقال: يا رسول الله! ما الإيمان؟ قال: أن تؤمن بالله وملائكته وكتبه ورسوله وتؤمن بما لبثت الآخر قال: يا رسول الله ما الإسلام؟ قال: الإسلام أن تعبد الله ولا تشرك به شيئاً وتقيم الصلاة المكتوبة وتؤدي الزكاة المفروضة وتصوم رمضان. قال: يا رسول الله! ما الإحسان؟ قال: أن تعبد الله كأنك تراه فإن لم تكن تراه فإنه يراك

Artinya : Nabi Muhammad Saw keluar dan (berada di sekitar sahabat) seseorang datang menghadap beliau dan bertanya: “ Hai Rasul Allah, apakah yang dimaksud dengan iman? “ Beliau menjawab: “ Iman adalah engkau percaya kepada Allah, malaikat-Nya, kitab-Nya, pertemuan dengan-Nya, para utusan-Nya, dan percaya kepada kebangkitan.” Laki-laki itu kemudian bertanya lagi: “ Apakah yang dimaksud dengan Islam? “ Beliau menjawab: “ Islam adalah engkau menyembah Allah dan tidak musyrik kepada-Nya, engkau tegakkan salat wajib, engkau tunaikan zakat wajib, dan engkau berpuasa pada bulan Ramadhan.” Laki-laki itu kemudian bertanya lagi: “ Apakah yang dimaksud dengan ihsan?” Nabi Muhammad Saw menjawab: “ Engkau sembah Tuhan seakan-akan engkau melihat-Nya; apabila engkau tidak melihat-Nya maka (engkau berkeyakinan) bahwa Dia melihatmu...”(Az-Zabidi 2002:23).

Hadits tersebut memberikan pemahaman kepada umat Islam Sunni mengenai enam rukun iman dan lima rukun Islam, serta pentingnya menghayati kehadiran Tuhan dalam kehidupan. Sebenarnya, meskipun mereka dapat dibedakan, tetapi tidak dapat dipisahkan. Terdapat keterkaitan antara satu dengan yang lainnya.

Setiap pemeluk agama Islam mengetahui dengan pasti bahwa Islam tidak absah tanpa iman, dan iman tidak sempurna tanpa ihsan. Sebaliknya, ihsan adalah mustahil tanpa Islam. Dalam penelitian lebih lanjut, sering terjadi tumpang tindih antara tiga istilah

tersebut: dalam iman terdapat Islam dan ihsan; dalam Islam terdapat iman dan ihsan; dan dalam ihsan terdapat iman dan Islam.

a. Iman

Iman secara umum, yaitu sikap percaya, dalam hal ini khususnya percaya pada rukun iman yang enam (menurut akidah Sunni). Karena percaya pada rukun iman itu mendasari tindakan seseorang, pengertian iman yang umum dikenal itu adalah wajar dan benar.

b. Islam

Islam adalah inisial seseorang masuk ke dalam lingkaran ajaran Ilahi. Ibn Taimiyah menjelaskan agama terdiri atas tiga unsur, yaitu Islam, iman dan ihsan, yang dalam ketiga unsur itu terselip makna kesenjangan.

c. Ihsan

Nabi Muhammad SAW. menjelaskan, “Ihsan ialah bahwa engkau menyembah Allah seakan-akan engkau melihat-Nya, dan kalau engkau tidak melihat-Nya, maka sesungguhnya Dia melihat engkau.” Sehingga ihsan adalah ajaran tentang penghayatan pekat akan hadirnya Tuhan dalam hidup, melalui penghayatan diri sebagai sedang menghadap dan berada di depan hadirat-Nya ketika beribadah.

Pengertian persepsi nilai oleh anggota (*Costumer Perceived Value*) adalah segala sesuatu yang dipersepsikan oleh anggota terhadap produk yang mereka gunakan dan nilai keuntungan yang dirasakan oleh anggota. Menurut Cravens and Piercy, *perceived value* adalah salah satu faktor terpenting yang mewakili rencana perusahaan atas apa yang akan ditawarkan kepada pelanggan (Andrew, S.E., and Edwin Japariato, S.E. 2016:4).

Terdapat 6 indikator yang mempengaruhi *perceived value* menurut Kotler dan Keller yang telah dimodifikasi oleh Kanzu dan Soesanto antara lain: (Kanzu 2016:7)

1. *Quality Value* adalah manfaat yang didapatkan dari produk karena reduksi biaya jangka pendek dan panjang.
2. *Value of Money* adalah manfaat yang diperoleh dari persepsi terhadap kinerja yang diharapkan dari produk atau jasa.
3. *Emotional Value* adalah manfaat yang berasal dari perasaan atau afektif/emosi positif yang ditimbulkan dari mengkonsumsi produk.
4. *Social Value* adalah manfaat yang didapat dari kemampuan produk untuk meningkatkan konsep diri sosial konsumen.
5. *Islamic Physical Attributes*.
6. *Islamic Nonphysical Attributes*

METODE PENELITIAN

Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini selama tiga bulan mulai dari Juli sampai September 2023, untuk melakukan penelitian. Penulis mengambil subjek penelitian pelanggan Hotel Indah Syariah Sibuhuan.

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mempergunakan data angka dengan berbagai klasifikasi dalam bentuk persentase, frekuensi, nilai rata-rata, dan sebagainya yang diolah secara matematis dengan rumus-rumus statistik.(Wahidmurni 2017:1). Pada penelitian ini metode penelitian yang

digunakan adalah survei secara langsung kepada pelanggan. Survei dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan hanya jumlah yang ada pada objek atau subjek yang diteliti, akan tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut, Populasi yang peneliti amati adalah pelanggan Hotel Indah Syariah Sibuhuan.

Sampel

Sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel (Suharsimi Arikunto 2020:174). Jadi dalam penelitian ini, peneliti tidak mungkin mengambil sampel dari semua pelanggan Hotel Indah Syariah yang berjumlah 220 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan *random sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak dari populasi karena dianggap homogen. Adapun menurut Arikunto “apabila jumlah subjeknya kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, tetapi apabila jumlahnya lebih besar maka diambil sebanyak 10-15% atau 20-25% atau lebih (Arikunto 2010:134).

Oleh karena itu, jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 27% dari populasi. Jumlah seluruhnya adalah $27/100 \times 220 = 59$. Jadi sampel penelitian ini sebanyak 59 orang pelanggan Hotel Indah Syariah Sibuhuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan terkait dimensi islam dalam penelian ini menjadi topik pembahasan utama dimana diketahui dimensi islam menjadi pembeda dari hotel lain. Hal tersebut dibuktikan dalam hasil penelitian tentang pengaruh dimensi islam terhadap kepuasan konsumen di Hotel Indah Syariah Sibuhuan. Berikut hasil penelitian tersebut:

1. Bagaimana pelayanan dimensi islam terhadap kepuasan konsumen di Hotel Indah Syariah Sibuhuan

Pelayanan adalah sesuatu yang sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen dan dapat menimbulkan minat seseorang dalam menggunakan suatu jasa. Pelayanan merupakan aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut (Amstrong 2018:69).

Menurut Fitzsimmons (1994), Parasuraman, Zeithmal dan Berry (1988) sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Warits menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk membandingkan persepsi layanan yang diterima pelanggan dengan layanan yang sesungguhnya. Apabila layanan yang diharapkan pelanggan lebih besar dari layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu, sedangkan jika layanan yang diharapkan pelanggan lebih rendah dari layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa layanan

bermutu, dan apabila layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan (Warits 2009:2).

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh nilai t-hitung dimensi islam (X1) sebesar 5,076 yang lebih besar dari t-tabel 1,672, sehingga H_0 yang menyatakan pelayanan dimensi islam berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumendalam menggunakan jasa Hotel Indah Syariah Sibuhuan dapat diterima. Dengan kata lain, tolak H_a terima H_0 . Dengan demikian penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan dimensi islam berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Hotel Indah Syariah Sibuhuan, sehingga semakin baik pelayanan dimensi islam yang diberikan maka akan menimbulkan kepuasan yang tinggi dalam menggunakan Jasa Hotel Indah Syariah Sibuhuan

2. Pengaruh dimensi islam terhadap kepuasan konsumen di Hotel Indah Syariah Sibuhuan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Dimensi Islam secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen Hotel Indah Syariah Sibuhuan. Dengan koefisien regresi variabel Dimensi Islam (X) adalah positif, nilai t_{hitung} yang dihasilkan 5,076 lebih dari t_{tabel} 1,672 dengan signifikansi kurang dari 0,588. Hal ini berarti variabel Dimensi Islam (X) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Dalam meneliti pengaruh Dimensi Islam terhadap Kepuasan konsumen peneliti mengambil beberapa indikator yang berkaitan dengan keduanya. Indikator yang digunakan oleh peneliti dalam variabel Dimensi Islam adalah :

1. *Quality Value* adalah manfaat yang didapatkan dari produk karena reduksi biaya jangka pendek dan panjang. Penilaian terhadap kualitas dari pelayanan menjadi hal yang sangat utama dalam mengukur kepuasan Islam.

2. *Value of Money* adalah manfaat yang diperoleh dari persepsi terhadap kinerja yang diharapkan dari produk atau jasa. Yang dimaksud dengan nilai uang di sini adalah harga sewa yang bisa menghemat kantong dari konsumen. Untuk harga sewa hotel, Hotel Indah Syariah Sibuhuan memberifikan tarif yang lebih murah dari pada hotel di sekitar Sibuhuan yakni antara Rp. 125.000 hingga Rp 475.000
3. *Emotional Value* adalah manfaat yang berasal dari perasaan atau afektif/emosi positif yang ditimbulkan dari mengkonsumsi produk. Jika konsumen merasakan kepuasan dengan apa yang dialaminya dan dirasakannya, maka konsumen akan selalu mengingat dan bahkan akan mengulangi serta menyarankan kepada orang lain untuk juga mengalaminya. Hal inilah yang menjadikan Hotel Indah Syariah Sibuhuan berusaha untuk memberikan kesan yang baik kepada konsumen, sehingga dengan pelayanan yang diberikan menjadikan konsumen merasa harus kembali ke Hotel Indah Syariah Sibuhuan untuk dijadikan tempat menginapnya.
4. *Social Value* adalah manfaat yang didapat dari kemampuan produk untuk meningkatkan konsep diri sosial konsumen. Sosial Value yang dimaksud di sini adalah nilai prestis yang diperoleh seseorang ketika menggunakannya
5. *Islamic Physical Attributes* adalah nilai-nilai keislaman yang menempel pada produk tersebut yang mendorong psikologi seseorang untuk lebih mendekatkan diri kepada tuhan yang meha esa. Nilai-nilai Islam dalam pelayanan Hotel Indah Syariah Sibuhuan seperti nuansa islami ketika memasuki ruangan resepsionis, pengingat salat lima waktu, dan lain sebagainya

6. *Islamic Nonphysical Attributes* adalah nilai-nilai keislaman yang menempel pada produk tersebut dari sisi non psikologi. Seperti bukti buku nikah bagi pasangan yang akan menginap di Hotel Indah Syariah Sibuhuan

Enam hal di atas menjadi tolak ukur baik tidaknya variabel Dimensi Islam berjalan di Hotel Indah Syariah Sibuhuan. Melihat hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Dimensi Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen Hotel Indah Syariah Sibuhuan. Dengan koefisien regresi variabel Dimensi Islam (X) adalah positif, nilai t_{hitung} yang dihasilkan 5,076 lebih dari t_{tabel} 1,672 dengan signifikansi kurang dari 0,05. Hal ini berarti variabel Dimensi Islam (X) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan dimensi islam terhadap kepuasan konsumen di Hotel Indah Syariah Sibuhuan sangat berpengaruh. Semakin baik pelayanan dimensi Islam yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan ketika menggunakan layanan Hotel Indah Syariah Sibuhuan. Hotel Indah Syariah Sibuhuan secara konsisten memberikan layanan berkualitas tinggi kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima. Aspek-aspek kualitas pelayanan seperti keandalan, kepercayaan, penampilan, empati, dan tanggap yang ditawarkan oleh hotel, inilah yang menyebabkan konsumen merasa puas dengan Hotel Indah Syariah Sibuhuan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Dimensi Islam secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen Hotel Indah Syariah Sibuhuan. Dengan koefisien regresi variabel Dimensi Islam (X) adalah positif, nilai t_{hitung} yang dihasilkan 5,076 lebih dari t_{tabel} 1,672 dengan signifikansi kurang dari 0,588. Hal ini

berarti variabel Dimensi Islam (X) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Setelah mengambil kesimpulan dari Pengaruh Dimensi Islam terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Indah Syariah Sibuhuan, maka penulis mengajukan beberapa saran untuk penelitian yang lebih baik, diantaranya :

1. Bagi Perbankan Syariah STAIBR diharapkan semakin dapat lebih mengarahkan para mahasiswa yang mempunyai minat menjadi nasabah bank syariah.
2. Manajemen perusahaan diupayakan untuk terus meningkatkan pelayanan ke konsumen, sehingga menjadikan konsumen lebih menikmati dan merasakan kesan yang mendalam ketika menginap di Dalwa Hotel.
3. Menjadikan ciri khas Dalwa Hotel dengan identitas Dimensi Islam dan nilai Religiusitas lebih mengental lagi. Karena hotel yang memiliki ciri khas yang berbeda akan menjadikan kesan tersendiri bagi konsumennya
4. Bagi penulis selanjutnya diharapkan semakin bisa menambah variabel yang bisa mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah.

DAFTAR REFERENSI

- Christoper, R., Chodijah, R., & Yunisvita, Y. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pekerja wanita sebagai Ibu rumah tangga. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 15(1), 35–52. <https://doi.org/10.29259/jep.v15i1.8820>
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2002). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Darus Sunnah.
- Djamarah, S. B. (n.d.). *Pola Komunikasi Orang Tua & Anak dalam Keluarga*. Rineka Cipta.
- Djazuli, & Janwari, Y. (2002). *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat (Sebuah Pengenalan)* (1st ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Horton, P. B., Sinaga, H., Ram, A., & Hunt, C. L. (1991). *Sosiologi*. Erlangga.
- Jaharuddin, & Sutrisno, B. (2018). *Pengantar Ekonomi Islam*. Salemba Diniyah.

Pengaruh Dimensi Islam Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Indah Syariah Sibuhuan

Kisyik, A. H. (2005). *Bimbingan Islam Untuk Mencapai Keluarga Sakinah*. PT Mizan Pustaka.

Piliang, H. M. R. (2012). *Perilaku Perkawinan*. Perdana Publishing.

Rama K, T. (2008). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Karya Agung.

Rianto, Y. (2001). *Metode Penelitian Pendidikan*. SIC.

Rivai, V., & Buchari, A. (2009). *Islamic Economics*. Bumi Aksara.

Rosyidi, S. (1996). *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. PT Raja Grafindo Persada.

Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam*. Rajawali Pers.