

## Analisis Kepuasan Pelanggan dan Kepatuhan Prinsip Syariah terhadap Loyalitas Tamu di Hotel Harris

Khizqil Panca Subagja, Imas Kania Rahman, Salati Asmahasamah

Universitas Ibn Khaldun, Bogor, Indonesia

subagjasam@gmail.com

### ABSTRACT

*This study aims to examine the effect of customer satisfaction and compliance with sharia principles on guest loyalty at a Muslim-friendly hotel. The research employs a quantitative approach using a survey method involving 100 Muslim guests who had stayed at Harris Hotel. Data were collected through a structured questionnaire using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results indicate that customer satisfaction has a positive and significant effect on guest loyalty. In addition, compliance with sharia principles also positively and significantly influences guest loyalty. Simultaneously, both variables significantly affect guest loyalty. These findings suggest that the integration of service quality and adherence to sharia principles is an important strategy for modern hotels in enhancing Muslim guest loyalty. \*

**Keywords :** *customer satisfaction, sharia principles compliance, guest loyalty, Muslim-friendly hotel.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan dan kepatuhan prinsip syariah terhadap loyalitas tamu pada hotel ramah Muslim. Latar belakang penelitian didasarkan pada meningkatnya kesadaran wisatawan Muslim terhadap pemenuhan kebutuhan spiritual selama menginap di hotel, termasuk pada hotel yang tidak berlabel syariah secara penuh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 tamu Muslim yang pernah menginap di Hotel Harris Bandung. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas tamu. Selain itu, kepatuhan prinsip syariah juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas tamu. Secara simultan, kedua variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tamu. Temuan ini mengindikasikan bahwa integrasi kualitas layanan dan kepatuhan prinsip syariah merupakan strategi penting bagi hotel modern dalam mempertahankan loyalitas tamu Muslim.

**Kata kunci :** *kepuasan pelanggan, kepatuhan prinsip syariah, loyalitas tamu, hotel ramah Muslim.*

### PENDAHULUAN

Perkembangan industri pariwisata halal menunjukkan tren peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kesadaran wisatawan Muslim terhadap pentingnya pemenuhan kebutuhan religius selama melakukan perjalanan. Hotel tidak lagi dipandang semata sebagai tempat menginap, melainkan sebagai bagian dari pengalaman ibadah yang harus memberikan rasa aman, nyaman, dan sesuai dengan prinsip syariah. Kondisi ini mendorong hotel-hotel konvensional untuk beradaptasi dengan mengadopsi konsep hotel ramah Muslim tanpa harus bertransformasi menjadi hotel syariah murni. Berdasarkan laporan Global Muslim

Travel Index (GMTI), pertumbuhan wisatawan Muslim diprediksi akan terus meningkat pesat, yang menuntut para pelaku industri jasa akomodasi untuk beradaptasi dengan menyediakan fasilitas yang ramah Muslim guna memenangkan persaingan di pasar internasional (Al-Ansi & Han, 2019). Hotel Harris sebagai salah satu jaringan hotel modern memiliki pangsa pasar yang besar di wilayah dengan mayoritas penduduk Muslim. Meskipun dikenal dengan konsep gaya hidup modern dan pelayanan profesional, tantangan muncul ketika tamu Muslim mulai mempertanyakan konsistensi penerapan prinsip syariah, seperti kejelasan kehalalan makanan, ketersediaan fasilitas ibadah, serta etika lingkungan hotel. Ketidaksiuaian antara kepuasan layanan fisik dan pemenuhan kebutuhan spiritual berpotensi memengaruhi loyalitas tamu dalam jangka panjang.

Secara teologis, konsumsi dalam pandangan Ekonomi Islam bukan hanya bertujuan untuk memenuhi kepuasan materi, melainkan juga untuk mencapai kemaslahatan atau *falah* (Putra & Sari, 2020). Prinsip ini menekankan bahwa setiap transaksi jasa, termasuk menginap di hotel, harus terbebas dari unsur-unsur yang dilarang seperti ketidakjelasan (*gharar*) dan bahaya (*darar*). Pemenuhan kebutuhan jasmani melalui fasilitas hotel harus selaras dengan pemenuhan kebutuhan rohani, yang dalam disiplin ilmu ekonomi syariah dikenal dengan perlindungan terhadap agama atau *Maqashid Syariah* (Kurniawati, 2021).

Dalam perspektif ekonomi syariah, kepuasan pelanggan tidak hanya diukur dari pemenuhan kebutuhan material, tetapi juga dari tercapainya ketenangan batin (*thuma'ninah*) akibat terjaganya nilai-nilai syariat. Loyalitas tamu Muslim terbentuk ketika hotel mampu menjalankan amanah pelayanan secara profesional dan sesuai dengan prinsip syariah. Namun, kajian empiris yang secara khusus meneliti hotel modern-konvensional yang ramah Muslim masih relatif terbatas. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis sejauh mana kepuasan pelanggan dan kepatuhan prinsip syariah memengaruhi loyalitas tamu pada hotel ramah Muslim.

Strategi untuk menciptakan kepuasan pelanggan di Hotel Harris biasanya dilakukan melalui pendekatan kualitas layanan yang mencakup aspek berwujud (*tangibles*) dan tidak berwujud (*intangibles*). Fasilitas kolam renang yang bersih dan desain interior yang ceria merupakan bagian dari pemenuhan kepuasan fisik menurut standar industri (Tjiptono, 2019). Namun, kepuasan ini dapat berkurang jika aspek non-fisik seperti keramahan dan empati staf tidak berjalan beriringan dengan fasilitas mewah yang ditawarkan, mengingat tamu hotel saat ini sangat kritis dalam menilai setiap detail pelayanan (Al-Ansi & Han, 2019).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan manajemen pemasaran syariah serta memberikan implikasi praktis bagi pengelola hotel dalam merancang strategi pelayanan yang berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Objek penelitian adalah Hotel Harris Bandung, sedangkan subjek penelitian adalah

tamu Muslim yang pernah menginap di hotel tersebut. Populasi penelitian tidak diketahui secara pasti, sehingga penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, yang menghasilkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode simple random sampling. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari kepuasan pelanggan (X1) dan kepatuhan prinsip syariah (X2), sedangkan variabel dependen adalah loyalitas tamu (Y). Analisis data dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh parsial dan uji F untuk mengetahui pengaruh simultan antar variabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Dalam penelitian ini berasal dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner 100 responden yang sesuai dengan kriteria pada pembahasan sebelumnya. Berikut karakteristik data responden dalam penelitian ini :

#### Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin pada penelitian ini sebagai berikut :

**Gambar 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	69	69.0	69.0	69.0
	Perempuan	31	31.0	31.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

*Sumber : Data primer, diolah dengan IBM SPSS 25*

Berdasarkan pada gambar 4.1 di atas karakteristik yang diperoleh dari data responden pada penelitian ini menurut jenis kelamin yaitu sebesar 69% laki-laki dan 31% wanita.

#### Pekerjaan

Gambar berikut adalah informasi mengenai pekerjaan responden. Adapun data yang diperoleh sebagai berikut:

**Gambar 2 Karakteristik Rata-rata Pekerjaan Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan	23	23.0	23.0	23.0
	Wiraswasta	25	25.0	25.0	48.0
	PNS	23	23.0	23.0	71.0
	Pedagang	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber : Data primer, diolah dengan IBM SPSS 25*

Berdasarkan gambar 4.2 data yang diperoleh dari responden menurut kriteria rata-rata pekerjaan. Pada penelitian ini responden yang bekerja sebagai Karyawan sebanyak 23% bekerja sebagai Wiraswasta 25% bekerja sebagai pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 23%, dan responden dengan pekerjaan sebagai pedagang sebanyak 29%.

## Analisis Data

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Pada penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Maka diperoleh nilai r tabel dengan tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar 0.195. Sehingga jika r hitung > r tabel, maka butir pertanyaan dianggap valid. Sebaliknya, jika nilai r hitung < r tabel, maka butir pertanyaan dianggap tidak valid (Sujarweni, 2018). Berikut adalah hasil uji validitas dari variabel Kepuasan Pelanggan, Kepatuhan Prinsip Syariah dan Loyalitas Tamu.

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

No	Variabel	Item	$r_{\text{tabel}}$	$r_{\text{hitung}}$	Validitas
			$\alpha=5\%$		$(r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}})$
1	Kepuasan Pelanggan (X1)	X1.1	0.195	0.716	Valid
		X1.2	0.195	0.504	Valid
		X1.3	0.195	0.432	Valid
		X1.4	0.195	0.772	Valid
		X1.5	0.195	0.376	Valid
2	Kepatuhan Prinsip Syariah (X2)	X2.1	0.195	0.540	Valid
		X2.2	0.195	0.674	Valid
		X2.3	0.195	0.479	Valid
		X2.4	0.195	0.498	Valid
		X2.5	0.195	0.645	Valid
3	Loyalitas Tamu (Y)	Y1	0.195	0.542	Valid
		Y2	0.195	0.486	Valid
		Y3	0.195	0.582	Valid
		Y4	0.195	0.506	Valid
		Y5	0.195	0.680	Valid

Sumber : Data Primer, diolah dengan IBM SPSS 25(2023)

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa semua item dari instrumen variabel Kepuasan Pelanggan (X1), Kepatuhan Prinsip Syariah (X2) dan Loyalitas Tamu (Y) dinyatakan valid karena nilai dari r hitung > r tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian ini dan dapat digunakan untuk seluruh model pengujian.

### Uji Reabilitas

Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel yang konstruk. Dalam uji Reliabilitas variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Sedangkan variabel yang

tidak dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha < 0,60 (Sujarweni, 2018). Berikut hasil dari Uji Reliabilitas pada penelitian ini :

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (X1)	0.708	0.60	Reliabel
Kepatuhan Prinsip Syariah (X2)	0.601	0.60	Reliabel
Loyalitas Tamu (Y)	0.934	0.60	Reliabel

Sumber : Data Primer, diolah dengan IBM SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel 2 hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa setiap variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada pertanyaan dari variabel Kepuasan Pelanggan (X1), Kepatuhan Prinsip Syariah (X2) dan Loyalitas Tamu (Y) adalah reliabel dan mampu memperoleh data yang konsisten. Jika pertanyaan diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya. Sehingga dapat digunakan untuk pengukuran data penelitian.

*Uji Asumsi Klasik.*

## Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah data yang sudah ada berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas dengan alat uji yaitu metode Kolmogorov-Smirnov. Data variabel dapat dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05 (Sujarweni, 2018). Hasil pengukuran uji normalitas dinyatakan pada tabel hasil output SPSS 25 berikut :

**Gambar 3 Hasil Uji Normalitas**

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.46857608
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.039
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Primer, diolah dengan IBM SPSS 25(2023)

Berdasarkan gambar 3 hasil uji normalitas pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,064 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk alat uji penelitian lainnya.

## Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk mengetahui adanya hubungan linear antara variabel bebas dalam regresi. Jika model regresi terdapat multikolinearitas maka model tersebut memiliki standar error yang besar sehingga koefisien regresi tidak dapat ditaksir dengan ketepatan tinggi. Model dikatakan memiliki masalah kolinearitas bila nilai VIF > 10 dan Tolerance kurang dari 0,10 (Mardiatmoko, 2020). Adapun hasil dari pengujiannya terdapat pada tabel berikut :

**Gambar 4 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	11.941	2.226		5.364	.000		
	Kepuasan Pelanggan	.138	.083	.160	1.667	.099	.964	1.038
	Kepatuhan Prinsip Syariah	.256	.078	.315	3.291	.001	.964	1.038

a. Dependent Variable: Loyalitas Tamu

Sumber : Data Primer, diolah dengan IBM SPSS 25(2023)

Berdasarkan dari data yang diolah pada gambar 4 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari variabel Kepuasan Pelanggan (X1) sebesar 0,964, dan variabel Kepatuhan Prinsip Syariah sebesar 0,964, maka nilai *tolerance* dari kedua variabel independen > dari 0,10. Begitupun dengan nilai VIF dari kedua variabel dimana X1 sebesar 1,038 dan X2 sebesar 1,038, maka nilai VIF dari kedua variabel independen < dari 10. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa tidak adanya hubungan interkorelasi antar variabel independen serta tidak terdapat masalah multikolinearitas pada kedua variabel independen pada penelitian ini.

## Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan varian dari nilai residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pada model regresi yang baik tentunya tidak mengalami heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini menggunakan uji Gletser, dimana jika nilai signifikasnsi anantara variabel independen dengan *absolut residual* > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini sebagai berikut :

**Gambar 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2.210	1.442		-1.532	.129
	Kepuasan Pelanggan	.108	.060	.185	1.796	.076
	Kepatuhan Prinsip Syariah	.050	.052	.098	.956	.341

a. Dependent Variable: Loyalitas Tamu

Sumber : Data Primer, diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan gambar 5 diatas, nilai signifikasnsi dari masing-masing variabel > dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada persamaan model regresi ini, sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi dari variabel Kepuasan Pelanggan (X1), Kepatuhan Prinsip Syariah (X2) dan Loyalitas Tamu (Y).

## Uji Hipotesis

### Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kepuasan pelanggan (X1), dan kepatuhan prinsip syariah (X2), sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas tamu (Y). Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

Gambar 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.619	2.308		4.600	.000
	Kepuasan Pelanggan	.280	.096	.282	2.913	.004
	Kepatuhan Prinsip Syariah	.193	.084	.223	2.301	.024

a. Dependent Variable: Loyalitas Tamu

Sumber : Data Primer, diolah dengan IBM SPSS 25(2023)

Berdasarkan gambar 6 diatas, hasil analisis regresi linier maka dapat diketahui persamaan regresi dengan rumus sebagai berikut :

$$Y' = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y' = 10,619 + 0,280 X_1 + 0,193 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi perkembangan umkm maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta sebesar 10,619, artinya bahwa terdapat adanya pengaruh yang positif antara variabel kepuasan pelanggan (X1), dan kepatuhan prinsip syariah (X2), yang memiliki nilai 0. Sehingga jika nilai variabel bebas sebesar 0 maka nilai dari loyalitas tamu meningkat sebesar 10,619.
- 2) Nilai koefisien regresi kepuasan pelanggan (X1) sebesar 0,280 yang menyatakan bahwa jika variabel kepuasan pelanggan (X1) meningkat sebesar 1% maka variabel loyalitas tamu (Y) akan meningkat sebesar 0,280 dengan asumsi X2 bernilai 0.
- 3) Nilai koefisien kepatuhan prinsip syariah (X2) sebesar 0,193 menunjukkan bahwa jika variabel loyalitas tamu mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka kepatuhan prinsip syariah akan meningkat sebesar 0,193 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

## Uji T (Parsial)

Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan pada uji ini didasarkan dengan ketentuan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Pada penelitian ini diperoleh  $t_{tabel}$  yaitu dengan taraf signifikansi 0,05. Untuk mengetahui nilai  $t_{tabel}$  perlu diketahui pada nilai  $df$  terlebih dahulu, yang diperoleh sebagai berikut :

(Probability  $\alpha = 0,05$ ), Karena pengujian ini 2 arah maka,  $0,05 : 2 = 0,25$  lalu  $df = n$  (total sampel) –  $k$  (jumlah variabel independen) – 1 maka =  $100 - 2 - 1 = 97$ , sehingga diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.664. Adapun hasil dari uji  $t$  (parsial) terdapat pada tabel berikut :

Gambar 7 Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.619	2.308		4.600	.000
	Kepuasan Pelanggan	.280	.096	.282	2.913	.004
	Kepatuhan Prinsip Syariah	.193	.084	.223	2.301	.024

a. Dependent Variable: Loyalitas Tamu

Sumber : Data Primer, diolah dengan IBM SPSS 25

Dari gambar 7 diatas, dapat dijabarkan penjelasan dari masing-masing variabel independen sebagai berikut :

1) Variabel Kepuasan Pelanggan (X1)

Dari gambar 4.8 hasil uji  $t$  diatas diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu 2.913  $> 1.664$ . dan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima sehingga kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas tamu.

2) Variabel Kepatuhan Prinsip Syariah (X2)

Dari gambar 4.8 diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,301 > 1.664$  dan nilai signifikansi  $0,024 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima sehingga kepatuhan prinsip syariah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas tamu.

## Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel independen (Kepuasan Pelanggan dan Kepatuhan Prinsip Syariah) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Loyalitas Tamu). Uji ini menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan ketentuan jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, apabila  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka  $H_0$  dan  $H_1$  ditolak. Berikut hasil dari uji  $f$  pada penelitian ini :

Gambar 8 Hasil Uji F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	43.716	2	21.858	9.565	.000 <sup>b</sup>
	Residual	221.674	97	2.285		
	Total	265.390	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Tamu

b. Predictors: (Constant), Kepatuhan Prinsip Syariah, Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer, diolah dengan IBM SPSS 25(2023)

Berdasarkan gambar 8 diatas, dapat disimpulkan bahwa f hitung sebesar 9,565. Sedangkan untuk mencari f tabel peneliti menggunakan rumus  $k : n$  yang dimana K adalah jumlah variabel independen dan n adalah jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini, yaitu sebesar 100 responden. Maka  $df (N1) = k-1$ ,  $3-1 = 2$ . Lalu  $df (N2) = n-k$ ,  $100-3 = 97$ . Dengan demikian perolehan f tabel sebesar 2,698 yang mana f hitung  $9,565 > f$  tabel 2,698 dan nilai signifikansi yaitu  $0,000 <$  dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini menunjukkan variabel Kepuasan Pelanggan (X1) dan Kepatuhan Prinsip Syariah (X2) memiliki pengaruh positif secara signifikan dan simultan terhadap variabel Loyalitas Tamu (Y).

### Uji Koefisien Determinasi $R^2$

Pengujian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui ketepatan dan keakuratan variabel independen mempengaruhi variabel dependen pada suatu persamaan regresi. Koefisien determinasi bernilai satu serta nol. Asumsinya yaitu jika  $R^2 = 0$ , maka variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji  $R^2$  meendekatai angka 1, maka variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji  $R^2$  pada penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 9 Hasil Koefisien Determinasi  $R^2$

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.710 <sup>a</sup>	.504	.493	1.05281

a. Predictors: (Constant), Kepatuhan Prinsip Syariah ,  
Kepuasan Pelanggan

b. Dependent Variable: Loyalitas Tamu

Sumber : Data Primer, diolah dengan IBM SPSS 25(2023)

Dari gambar 9 dapat dilihat bahwa hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu R Square sebesar 0,504 atau 50,4%. Hal ini berarti variabel independen yaitu Kepuasan Pelanggan (X1) dan Kepatuhan Prinsip Syariah (X2) dapat berpengaruh

terhadap variabel dependen Loyalitas Tamu 50,4%. Sedangkan sisanya sebanyak 49,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Tamu di Hotel Harris**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas tamu di Hotel Harris. Nilai koefisien regresi sebesar 0,280 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 1% akan meningkatkan loyalitas tamu sebesar 0,280, dengan asumsi variabel lain konstan. Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas tamu hotel. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur berdasarkan indikator kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati. Keandalan mencerminkan kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan secara tepat waktu dan akurat, sedangkan daya tanggap menunjukkan kesediaan karyawan dalam membantu tamu. Jaminan berkaitan dengan kompetensi dan sikap profesional karyawan yang menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan tamu. Selain itu, bukti fisik berupa fasilitas dan sarana pendukung serta empati dalam memahami kebutuhan tamu turut berperan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu secara berkelanjutan.

### **Pengaruh Kepatuhan Prinsip Syariah terhadap Loyalitas Tamu di Hotel Harris**

Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa variabel kepatuhan prinsip syariah (X2) berpengaruh positif secara parsial terhadap loyalitas tamu di hotel harris. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Nilai koefisien kepatuhan prinsip syariah (X2) sebesar 0,193 menunjukkan bahwa jika variabel loyalitas tamu mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka kepatuhan prinsip syariah akan meningkat sebesar 0,193 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

Hal ini menunjukkan bahwa kepatuhan prinsip syariah merupakan salah satu tolak ukur kepuasan pelanggan dan juga dapat meningkatkan loyalitas tamu terhadap pelayanan yang diberikan telah memenuhi atau melebihi ekspektasi yang diinginkan tamu.

### **Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepatuhan Prinsip Syariah Secara Bersamaan terhadap Loyalitas Tamu di Hotel Harris**

Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa variabel kepuasan pelanggan (X1) dan kepatuhan prinsip syariah (X2) berpengaruh positif secara parsial terhadap loyalitas tamu di hotel harris. Hal ini ditunjukkan oleh nilai tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung sebesar 9,565. lebih besar dari F tabel, maka H1 diterima atau dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dan kepatuhan prinsip syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas tamu di hotel harris. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan kepatuhan prinsip syariah secara Bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas tamu di Hotel Harris,

dengan hasil nilai  $R^2$  sebesar 50.4%. Adapun hasil dari penelitian kepuasan pelanggan dan kepatuhan prinsip syariah sama-sama berpengaruh karena didukung oleh indikator masing-masing variabel. Begitu pula jika mempertimbangkan kepuasan pelanggan, maka indikator yang paling berperan adalah fitur (*features*) dengan isi pernyataan “*Saya merasa puas karena karakteristik produk yang ditawarkan sangatlah sesuai dari yang diinginkan*”. Jadi, dalam hal ini pelanggan berpendapat bahwa karakteristik kepuasan pelanggan di Hotel Harris sudah sangat sesuai dengan apa yang diinginkan. Sedangkan pada kepatuhan prinsip syariah yang paling besar pengaruh indikatornya terhadap loyalitas tamu. Dalam hal ini pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel harris karena dapat membuat pelanggan merasa puas dan nyaman dalam menginap di Hotel Harris.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dan kepatuhan prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas tamu Hotel Harris Bandung. Integrasi antara pelayanan profesional dan pemenuhan prinsip syariah menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas tamu Muslim pada hotel ramah Muslim. Penelitian ini merekomendasikan agar pengelola hotel modern meningkatkan transparansi penerapan prinsip syariah serta mempertahankan kualitas pelayanan guna memperkuat loyalitas tamu. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel lain, seperti tingkat religiositas atau kepercayaan, untuk memperkaya kajian loyalitas tamu Muslim.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ansi, A., & Han, H. (2019). Role of halal-friendly amenities, halal-friendly service quality, and trust in determining halal-friendly hotel loyalty. *Journal of Destination Marketing & Management*, 13, 1–11.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2016). *Fatwa DSN-MUI No: 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah*. Jakarta: DSN-MUI.
- Jannah, A. (n.d.). *PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN ( Survei Terhadap Tamu Domestik HARRIS Hotel & Conventions Malang )*. 50(1), 38–45.
- Kurniawati, D. (2021). Pengaruh Prinsip Syariah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 145–160.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Putra, R. A., & Sari, M. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 512–520.
- Sucipto, H. (2021). *Manajemen Perhotelan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sujarweni, V. W. (2018). *METODELOGI PENELITIAN BISNIS DAN EKONOMI*

# **As-Syirkah: Islamic Economics & Financial Journal**

Volume 5 Nomor 1 (2026) 167 – 178 E-ISSN 2962-1585

DOI: 10.56672/assyirkah.v5i1.537

*PENDEKATAN KUANTITATIF*. PUSTAKAKARUPRESS.

Tjiptono Fandy, G. C. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wilson, J. A. (2012). The new wave of transformative Islamic marketing. *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), 5–11.