

ANALYSIS OF SERVICE QUALITY, EMOTIONAL AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION AT THE QIERAN SYARIAH HOTEL

ANALISIS SERVICE QUALITY, EMOSIONAL, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL QIERAN SYARIAH

Anggela Cahyati¹, Asnaini², Kustin Hartini³

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Fatmawati Sukarno Bengkulu^{1,2,3}

angelacahyati23@gmail.com¹, asnaini@uinfabengkulu.ac.id², kustinhartini@gmail.com³

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Service Quality, Emotionality, and Price on Consumer Satisfaction. This research uses quantitative methods with a descriptive approach. The research location was at the Qieran Syariah Hotel, Bengkulu City with a sample of 80 people, consisting of men and women aged 17-45 years and over. The research results show that the Service Quality variable has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction with the basis for decision making being a t value of 1.673 and a t table of 0.677 (t count > t table) and a significance value of 0.001 < 0.05. The emotional variable has a positive and significant effect with the basis for decision making being a calculated t value of 2.233 and t table of 0.677 and a significance value of 0.002 < 0.05. The price variable has a positive and significant effect on the basis for decision making, with a calculated t value of 0.995 and t table of 0.677 and a significance value of 0.000 < 0.05. Taken together, the Service Quality, Emotional and Price variables have a significant effect on Consumer Satisfaction with a significance value of 0.004 < 0.05 and an f count of 65,279.

Keywords: Service Quality, Emotional, Price, Consumer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Emosionalitas, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian berada di Hotel Qieran Syariah Kota Bengkulu dengan sampel sebanyak 80 orang, yang terdiri dari pria dan wanita yang berusia 17-45 tahun ke atas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan dasar pengambilan keputusan adalah nilai t hitung sebesar 1,673 dan t tabel sebesar 0,677 (t hitung > t tabel) dan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Variabel emosional berpengaruh positif dan signifikan dengan dasar pengambilan keputusan adalah nilai t hitung sebesar 2,233 dan t tabel sebesar 0,677 serta nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap dasar pengambilan keputusan, dengan nilai t hitung sebesar 0,995 dan t tabel sebesar 0,677 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Secara bersama-sama variabel Kualitas Pelayanan, Emosional dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai signifikansi 0,004 < 0,05 dan f hitung sebesar 65,279.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan patokan perekonomian suatu negara. Proses bisnis sudah ada sejak awal Islam. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya dalil-dalil al-Quran yang menjelaskan mengenai kehalalan, salah satunya seperti yang tertara dalam QS. Al-Baqarah ayat 275.

Hotel merupakan salah satu bisnis yang dapat memberikan keuntungan yang terbilang cukup tinggi, sehingga

mampu membawa pengaruh pada pendapatan negara maupun lingkungan masyarakat sekitar. Berbisnis hotel dapat memberikan perkembangan yang signifikan dalam memperoleh keuntungan yang dapat meningkatkan perekonomian Indonesia secara pesat karena mampu menarik perhatian pengunjung sebagai konsumen. Salah satunya adalah hotel syariah dimana hotel syariah merupakan usaha atau bisnis yang menerapkan prinsip-prinsip islam dengan

memasukkan beberapa aturan yang sesuai dengan kaidah berbisnis islam di dalamnya yang menjadi ciri khas setiap unit usaha syariah (Sa'adah, 2019).

Konsep seperti ini merupakan suatu hal yang baru namun banyak diminati oleh masyarakat yang mayoritas penduduknya adalah muslim, seperti Indonesia. Banyak timbul tanggapan dan anggapan miring yang ditujukan kepada hotel pada umumnya menjadikan beberapa pelaku bisnis berfikir dan berusaha membuat ide ataupun sebuah konsep baru yang sesuai dengan norma dan aturan yang berlaku di masyarakat (Hana, 2018).

Dengan memanfaatkan sumber daya perusahaan yang efisien dan efektif dalam menjalankan suatu kegiatan operasional dapat membantu perusahaan untuk memenangkan kompetisi persaingan dalam pasar. Oleh karena itu, perusahaan cenderung akan selalu menunjukkan kinerja yang baik dan benar. Salah satu alat ukur yang dapat digunakan untuk mengetahui kinerja perusahaan adalah besarnya angka laba yang diperoleh. Angka laba yang semakin tinggi dari tahun ke tahun dapat diasumsikan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber dayanya secara maksimal untuk memperoleh keuntungan (Mujib, 2016).

Perkembangan bisnis di Kota Bengkulu yang menjadikannya salah satu pusat perdagangan dan bisnis, mobilitas serta perkembangan ilmu pengetahuan dan informasi penting yang dapat membuat banyak perubahan-perubahan baru dan dapat menimbulkan persaingan bisnis yang semakin kuat. Hal ini ditandai dengan berdirinya beberapa usaha-usaha baru yang bergerak di bidang penyediaan jasa seperti perbankan syariah, asuransi syariah hingga hotel syariah. Persaingan merupakan hal yang sangat menentukan keberhasilan maupun kegagalan suatu

perusahaan dengan tingkat perolehan laba disetiap perusahaan dimana perusahaan yang tidak mampu bersaing akan segera tersisih dari lingkungan pasar (Sugeng & Basmar, 2020).

Bisnis hotel di Kota Bengkulu persaingannya cukup ketat, karena banyaknya hotel konvensional didirikan di kota ini. Persaingan itu menjadi faktor pertimbangan pemilihan hotel antara hotel konvensional atau hotel syariah.

METODE PENELITIAN

This section contains a complete and detailed description of the steps undertaken in conducting of research. In addition, the research step also needs to be shown in the form of flowchart of research or framework step in complete and detailed including reflected algorithm, rule, modeling, design and others related to system design aspect.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode jenis penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan penelitian yang secara khusus menggunakan teknik untuk memperoleh jawaban atau informasi mendalam tentang pendapat, persepsi, dan perasaan seseorang. Pada penelitian ini responden yang digunakan yaitu konsumen yang menginap di Hotel Qieran Syariah pada saat peneliti melakukan penelitian. Dengan berdasarkan hasil perhitungan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel dari penelitian ini adalah 80 orang yang terdiri dari pria maupun wanita yang menginap di Hotel Qieran Syariah dengan usia 17-45 tahun ke atas.

Pengaumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket kuisioner. Angket atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner atau angket tertutup, karena responden hanya memberikan

tanda pada salah satu jawaban yang dianggap sesuai dengan pendapat responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik struktural deskriptif, yaitu teknik analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menjelaskan data yang telah dikumpulkan sebelumnya karena berasal dari nilai variabel independen, yang dapat berupa satu variabel atau lebih, kemudian membandingkan satu variabel dengan yang digabungkan dengan variabel lain. Uji statistic yang digunakan meliputi, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linier berganda, uji parsial (t), uji simultan (f), dan uji koefisien determinasi.

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisiner. Kuisiner ini dapat dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Hasil uji validitas dapat dilihat sebagai berikut:

| Pernyataan | Nilai R Hitung | R Tabel |
|------------|----------------|---------|
| X1.1 | 0.711 | 0.1829 |
| X1.2 | 0.664 | 0.1829 |
| X1.3 | 0.605 | 0.1829 |
| X1.4 | 0.483 | 0.1829 |
| X1.5 | 0.199 | 0.1829 |
| X2.1 | 1 | 0.1829 |
| X2.2 | 0.596 | 0.1829 |
| X2.3 | 0.530 | 0.1829 |
| X2.4 | 0.416 | 0.1829 |
| X3.1 | 1 | 0.1829 |
| X3.2 | 0.227 | 0.1829 |
| X3.3 | 0.257 | 0.1829 |
| Y1 | 1 | 0.1829 |
| Y2 | 0.299 | 0.1829 |
| Y3 | 0.431 | 0.1829 |

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2024

Berdasarkan pada hasil analisis dari uji validitas di atas dapat diketahui bahwa semua variabel nilai r hitung $>$ r tabel, artinya hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan dalam kuisiner mampu mengukur variabel yang akan

diukur, atau dapat dikatakan pertanyaan tersebut semuanya valid. Semua item pertanyaan mampu mengukur variabel Service Quality (X1), Emosional (X2), Harga (X3), dan Kepuasan (Y).

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Teknik alpha cronbach dengan koefisien realibilitas $r > 0,6$. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas:

| No. | Variable | Nilai Cronbach Alpha | Keterangan |
|-----|-----------------|----------------------|------------|
| 1. | Service Quality | 0.893 | Reliabel |
| 2. | Emosional | 0.883 | Reliabel |
| 3. | Harga | 0.877 | Reliabel |
| 4. | Kepuasan | 0.883 | Reliabel |

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2024

Hasil uji *reabilitas* diatas menunjukkan bahwa ke lima variabel yaitu variabel *Service Quality*, Emosional, Harga, dan Kepuasan Konsumen mempunyai nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0.60 yang berarti variable tersebut *reliabel* sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan dinyatakan handal.

Uji Normalitas

Uji *normalitas* merupakan suatu yang digunakan untuk mengetahui apakah data yang berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal. Dasar pengambilan keputusan untuk uji *normalitas* ialah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas:

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 80 |
| Normal Parameters ^a , | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .79765558 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .208 |
| | Positive | .136 |
| | Negative | -.208 |
| Test Statistic | | .208 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .125 |

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2024

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* adalah 0,125. Sehingga dapat diketahui bahwa nilai dari *Asymp.Sig (2-tailed)* > 0,05 yaitu 0,125 > 0,05. Berdasarkan hasil dari tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tak bebas. Regresi linier berganda adalah regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independent. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut:

| Model | Coefficients ^a | | | | | |
|--------------|-----------------------------|------|-------|-------|------|------|
| | Unstandardized Coefficients | Std. | | Beta | t | Sig. |
| | | B | Error | | | |
| 1 (Constant) | .064 | .521 | | .122 | .903 | |
| X1 | .120 | .072 | .185 | 1.673 | .001 | |
| X2 | .174 | .078 | .246 | 2.233 | .002 | |
| X3 | .086 | .086 | .110 | .995 | .000 | |

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien regresi (B) adalah $Y = 0.064 + 0.120 X_1 + 0.174 X_2 + 0.086 X_3 + e$, dari hasil persamaan ini menunjukkan

bahwa nilai koefisien beta pada variabel service quality, emosional, dan harga bertanda positif yang berarti seluruh variabel X memiliki hubungan yang positif dan searah dengan kepuasan konsumen

Uji Parsial (t)

Uji t merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Syarat dari uji ini dapat dilihat dari signifikansi pada hasil olah data regresi. Untuk melihat pengaruh antar setiap variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat melalui nilai signifikansi t hitung < dari 0,05 maka hipotesis dapat diterima. Jika t hitung > t tabel maka H_0 diterima dan jika t hitung < t tabel maka H_0 ditolak. Berikut adalah hasil uji parsial (t):

| Model | Coefficients ^a | | | | | |
|--------------|-----------------------------|------|-------|-------|------|------|
| | Unstandardized Coefficients | Std. | | Beta | t | Sig. |
| | | B | Error | | | |
| 1 (Constant) | .064 | .521 | | .122 | .903 | |
| X1 | .120 | .072 | .185 | 1.673 | .001 | |
| X2 | .174 | .078 | .246 | 2.233 | .002 | |
| X3 | .086 | .086 | .110 | .995 | .000 | |

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian uji parsial (t) diatas menunjukkan bahwa variabel *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini di buktikan oleh nilai t hitung sebesar 1.673 dengan t tabel sebesar 0.677 yang berarti nilai t hitung > t table dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Variabel Emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini di buktikan oleh nilai t hitung sebesar 2.233 dengan t tabel sebesar 0.677 yang berarti nilai t hitung > t table dan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini di buktikan oleh nilai t hitung sebesar 0.995 dengan t tabel sebesar 0.677 yang berarti nilai t hitung

> t table dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Uji Simultan (f)

Uji F digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen yang digunakan dapat, menjelaskan variabel dependen secara simultan. Jika nilai f hitung > f tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat dikatakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Berikut adalah hasil uji simultan (f):

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1.341 | 3 | .447 | 65.279 | .004 |
| | Residual | 12.776 | 76 | .168 | | |
| | Total | 14.117 | 79 | | | |

a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel hasil Uji F diatas disimpulkan bahwa *Service Quality* (X1), Emosional (X2) dan Harga (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi yang menunjukkan angka 0,004 yang < 0,05 dan f hitung > f table dengan nilai f hitung sebesar 65.279.

Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentasi perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Hasil koefisien terletak antara nilai 0-1, nilai 1 merupakan nilai yang paling bagus karena dapat menerangkan nilai dari keseluruhan tingkat kelengkapan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan apabila mendekati nilai 0 maka dikatakan semakin lemah variabel bebas menerangkan variabel terikat.

Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi:

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .308 ^a | .695 | .059 | .41001 |

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2024

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan besarnya nilai yang didapat adjusted R-Square sebesar 0,695 yang berarti 69.5% variabel Kepuasan Konsumen (Y), yang dipengaruhi oleh *Service Quality* (X1), Emosional (X2), dan Harga (X3).

1. Apakah *Service Quality* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen?

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan dasar pengambilan keputusan adalah nilai t hitung sebesar 1.673 dengan t tabel sebesar 0.677 yang berarti nilai t hitung > t table dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.

2. Apakah Emosional Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen?

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel Emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan dasar pengambilan keputusan adalah nilai t hitung sebesar 2.233 dengan t tabel sebesar 0.677 yang berarti nilai t hitung > t table dan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$.

3. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen?

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan dasar pengambilan keputusan adalah nilai t hitung sebesar 0.995 dengan t tabel sebesar 0.677 yang berarti nilai t

hitung > t table dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

4. Apakah *Service Quality*, Emosional Dan Harga Bersamaan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen?

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel *Service Quality* (X1), Emosional (X2), dan Harga (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan dasar pengambilan keputusan adalah nilai signifikansi yang menunjukkan angka 0,004 yang < 0,05 dan f hitung > f table dengan nilai f hitung sebesar 65.279.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian Analisis *Service Quality*, Emosional, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Qieran Syariah yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan dasar pengambilan keputusan adalah nilai t hitung sebesar 1.673 dengan t tabel sebesar 0.677 yang berarti nilai t hitung > t table dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Artinya bahwa semakin baik *Service Quality* yang diberikan pihak hotel kepada konsumennya maka akan semakin puas konsumen hotelnya.
2. Emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan dasar pengambilan keputusan adalah nilai t hitung sebesar 2.233 dengan t tabel sebesar 0.677 yang berarti nilai t hitung > t table dan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Artinya bahwa semakin baik rasa Emosional yang diberikan pihak hotel kepada

konsumen nya maka akan semakin puas pula konsumen hotelnya

3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan dasar pengambilan keputusan adalah nilai t hitung sebesar 0.995 dengan t tabel sebesar 0.677 yang berarti nilai t hitung > t table dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa semakin bagus Harga yang diberikan pihak hotel kepada Konsumennya maka akan semakin puas pula konsumen hotelnya.
4. *Service Quality* (X1), Emosional (X2), dan Harga (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan dasar pengambilan keputusan adalah nilai signifikansi yang menunjukkan angka 0,004 yang < 0,05 dan f hitung > f table dengan nilai f hitung sebesar 65.279

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka dapat diusulkan saran dengan harapan dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar menambah beberapa variabel lain yang memiliki kontribusi besar dalam memengaruhi Kepuasan Konsumen Hotel Qieran Syariah
2. Kepada Hotel Qieran Syariah diharapkan agar terus memberikan pelayanan terbaik disegi *service quality*, emosional dan harga untuk tetap menjaga kepuasan konsumen hotel

DAFTAR PUSTAKA

Birusman, M. (2017). Harga Dalam Perspektif Islam. *Mazahib*, 4(1), 86–99.

- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(1), 132–135.
- Habsy, B. A., Zahra, K. F. A., Sholikah, E. B., & Salma, T. (2023). Memahami Konsep Emosi dan Konsep Diri Siswa dan Pengaruhnya terhadap Pembelajaran. *Tsaqofah*, 4(2), 623–641.
- Hana, U. A. (2018). Konsep hotel Syariah dan Implementasinya di Namira Hotel Surabaya. *Uinsby*, 1–114.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 1–9.
- Manoppo, F., Pelayanan, K., Servicescape..., D., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2023). Kualitas Pelayanan, Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1341–1348.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584.
- Mujib, A. (2016). Analisis terhadap Konsep Syariah pada Industri Perhotelan di Indonesia. *Asy-Syir'ah Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 50(2), 425–447.
- Nauli Thaib, E. (2023). Hubungan Antara Prestasi Belajar Dengan Kecerdasan Emosional. *Jurnal Ilmiah Didaktika*, 13(2), 384–399.
- PURWANTO, E. (2020). Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 248–253.
- Sa'adah, I. N. (2019). *Konsep Bisnis Syariah Pada Hotel Familie 2 Syariah Kota Metro*. 15(2), 1–23.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). The Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia (Local Journal)*, 9(2), 114–126.
- Sugeng, R., & Basmar, E. (2020). Konsep Dan Penerapan Hotel Syariah Pada Hotel Al-Badar Makassar. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 2(1), 76–85.