

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP  
KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL ANDITA SYARIAH  
SURABAYA**

**Desy Kavanillah**

e-mail: desykavanillah44@gmail.com

**Ahmad Ajib Ridlwan**

e-mail: ahmadajibridlwan@unesa.ac.id

**Universitas Negeri Surabaya, Indonesia**

**Abstract:**

This research is aimed at examining the influence of service marketing mix towards visitor's decision to stay in Andita Syariah Hotel Surabaya. The independent variable on this research are product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, promise, patience. While the dependent variable is decision to stay which consist of four indicators, they are product choice, brand choice, distribution choice and time to stay. Data analysis technique on this research used classic assumption test, multiple linear regression analysis, F-test and T-test. The result of this research shows that the service marketing mix has a simultaneous influence towards the decision to stay in Andita Syariah Hotel Surabaya. While based on partial test, there are three variables of the service marketing mix which significantly influence variable decision to stay, they are place, physical evidence and promise.

**Keywords:** syariah hotel, service marketing mix, decision to stay

## Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor pemasukan devisa negara<sup>1</sup>. Mengembangkan pariwisata di Indonesia dapat diletakkan dalam bingkai syariah, karena syariah bersifat universal yaitu dapat diterapkan di setiap waktu, tempat dan oleh setiap manusia<sup>2</sup>. Pariwisata syariah tidak hanya terkait wisata religi saja tetapi lebih luas daripada itu yaitu meliputi restaurant, tempat rekreasi, spa syariah, massage hingga hotel syariah. Islam memandang pariwisata merupakan suatu hal yang penting dan perlu dilakukan bagi setiap mukmin, bukan hanya untuk bersenang-senang melainkan untuk mengambil pelajaran dari kegiatan tersebut. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-'Ankabut ayat 19-20:

أَوَلَمْ يَرَوْا كَيْفَ يُبْدِئُ اللَّهُ الْخَلْقَ ثُمَّ يُعِيدُهُ إِنَّ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرٌ . قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ .

Artinya:

*“Katakanlah, berjalanlah di Bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah SWT memulai penciptaan, kemudian Allah SWT menjadikan kejadian yang akhir. Sungguh, Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (QS. Al-'Ankabut: 19-20)*

Indonesia memiliki penduduk dengan mayoritas muslim sebesar 207.176.162 jiwa<sup>3</sup>. Hal tersebut merupakan peluang untuk mengembangkan pariwisata syariah di Indonesia. Pemerintah Indonesia sendiri telah menyiapkan 13 Provinsi yang dinyatakan siap untuk mengembangkan wisata syariah, salah satunya adalah Provinsi Jawa Timur. Di Jawa Timur sendiri terdapat kurang lebih 780 destinasi wisata

---

<sup>1</sup> Fitraturun Ramadhany dan Ahmad Ajib Ridlwan. Implikasi Pariwisata Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat. *Muslim Heritage* 2. No.1 (2018): 157-176.

<sup>2</sup> Moch. Khoirul Anwar, A'rasy Fahrullah, dan Ahmad Ajib Ridlwan. The Problems of Halal Certification for Food Industry in Indonesia. *International Journal of Civil Engineering & Technology* 9. No. 8 (2018): 1625 - 1632

<sup>3</sup> Badan Pusat Statistik, "Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut," 2010

syariah dimana sejumlah 50% merupakan wisata religi yang termasuk dalam wisata syariah.

Dalam rangka menunjang adanya sebuah perjalanan wisata salah satu produknya adalah hotel. Namun hotel dianggap sebagai suatu bisnis yang identik dengan bisnis gemerlap. Sehingga lahirlah hotel syariah yang hadir dengan mengedepankan unsur spiritualitasnya. Hotel syariah yang ada di Surabaya yaitu, Hotel Grand Kalimas Syariah, Hotel Syariah Walisongo, Hotel Namira Syariah, Hotel Pesonna, Hotel Mesir, Hotel Andita Syariah dan Hotel Walan Syariah. Sedangkan hotel syariah di Jombang yaitu, Hotel Yusro. Bisnis hotel memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan bisnis lainnya, karena tamu hotel membeli jasa dengan jangka pendek dan dipengaruhi oleh rasa emosional<sup>4</sup>. Oleh sebab itu para manajemen hotel berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi dari segi pemasaran untuk menarik tamu agar mengingat dan memberikan kenyamanan.

Alat pemasaran yang dapat digunakan oleh sebuah hotel salah satunya adalah bauran pemasaran jasa. Karena bauran pemasaran jasa merupakan sebuah alat taktis yang terdiri dari tujuh komponen pemasaran jasa yang dikenal dengan 7P meliputi, *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Lokasi), *Promotion* (Promosi), *People* (Manusia), *Process* (Proses), *Physical Evidence* (Bukti Fisik)<sup>5</sup>. Sedangkan menurut Islam, bauran pemasaran jasa ditambah dengan dua komponen lain yaitu *Promise* (Janji) dan *Patience* (Sabar)<sup>6</sup>. Sehingga dalam penelitian menggunakan bauran pemasaran jasa menurut Islam yaitu dengan

---

<sup>4</sup> Budi A.P, *Manajemen Marketing Perhotelan* (Yogyakarta: Andi, 2013)

<sup>5</sup> Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2006)

<sup>6</sup> Samir Abuznaid, "Islamic Marketing: Addressing the Muslim Market," *An-Najah Univ. J. Res. (Humanities)* 26, no. 6 (2012): 1474-1503

sembilan komponen atau 9P. Sedangkan teori keputusan menginap dalam hal ini menggunakan teori keputusan pembelian dengan indikator pilihan produk, pilihan merk, pilihan penyalur, dan pilihan waktu<sup>7</sup>. Menurut Schiffman dan Kanuk keputusan pembelian konsumen sebagai pilihan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Apabila konsumen tidak mempunyai keputusan pembelian maka ia akan meninggalkan produk tersebut dan beralih pada produk milik pesaing.

Penelitian ini dilakukan di Hotel Andita Syariah Surabaya yang terletak di Jl. Cokroaminoto No. 2 Surabaya. Mayoritas hotel Syariah yang ada di Surabaya berlokasi di kawasan religi Sunan Ampel dengan menyasar wisatawan muslim. Tetapi Hotel Andita Syariah Surabaya hadir di tengah Kota untuk mendukung wisatawan yang ingin menikmati wisata yang ada di Surabaya, dimana mayoritas lokasi wisata berada di tengah Surabaya. Hotel Andita Syariah Surabaya menerapkan prinsip syariah dalam pelayanannya. Karena hal tersebut yang membedakan antara hotel syariah dengan hotel non syariah.

Perbedaan dapat terlihat dari peraturan yang diterapkan oleh Hotel Andita Syariah salah satunya yaitu bagi tamu suami dan istri harus menunjukkan kartu identitas yang sama, karena tamu laki-laki dan perempuan yang bukan muhrimnya dilarang menginap dalam satu kamar dan akan diarahkan untuk memesan dua kamar. Selain itu karyawan perempuan memakai hijab dengan pakaian yang rapih dan sopan sebagai wujud bahwa karyawan hotel juga mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam.

Kamar yang terdapat di Hotel Andita Syariah didukung dengan peralatan dan perlengkapan yang dapat memudahkan tamu untuk beribadah. Seperti terdapat arah kiblat, mukenah bagi perempuan dan

---

<sup>7</sup> Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management, 14th edition* (New Jersey: Prentice Hall, 2012)

sajadah. Kamar mandi memiliki kualitas air yang bersih untuk bersuci. Ornamen kamar dan dinding *lobby* Hotel Andita Syariah terdapat kaligrafi yang mencerminkan ornamen Islami. Selain itu menu makanan yang disajikan dipastikan kehalalannya. Meskipun *cafe* Hotel Andita Syariah Surabaya belum memiliki sertifikat halal akan tetapi menu makanan tetapi manajemen hotel tetap menjamin kehalalan makanan yang disajikan.

Segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh sebuah Hotel Syariah tujuannya untuk memberikan kenyamanan dan kemaslahatan bagi konsumen<sup>8</sup>. Menurut pandangan Islam tujuan didirikannya sebuah usaha harus sejalan dengan tujuan hidup manusia sebagai khalifah Allah. Oleh sebab itu sebuah usaha harus memiliki manfaat baik untuk internal maupun eksternal.

Berlandaskan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu: (1) apakah produk, harga, lokasi, promosi, manusia, proses, bukti fisik, janji dan sabar berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya, (2) apakah produk, harga, lokasi, promosi, manusia, proses, bukti fisik, janji dan sabar berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya?

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (X) terhadap keputusan menginap (Y) di Hotel Andita Syariah Surabaya.

Sumber data dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer berupa hasil kuesioner yang dibagikan kepada

---

<sup>8</sup> Achmad Firdaus. Mengembangkan Siklus Penerapan Sistem Manajemen Kinerja Berbasis Kemaslahatan. *al-Uqud: Journal of Islamic Economic* 2. No. 1 (2018): 94-120

responden sedangkan data skunder berupa data yang berasal dari Hotel Andita Syariah Surabaya. Teknik pengambilan data melalui wawancara kepada pihak manajemen Hotel Andita Syariah Surabaya, dokumentasi dan penyebaran kuesioner menggunakan skala pengukuran skala likert

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah tamu Hotel Andita Syariah Surabaya yang menginap pada saat kuesioner dibagikan dengan jumlah tidak terbatas. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *sampling accidental sampling*. Jumlah sampel sejumlah 100 responden dengan menggunakan formula Lemeshow<sup>9</sup>:

$$n = \frac{z^2 \times P (1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = skor z dengan kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error = 10

## Hasil Dan Pembahasan

### Uji Validitas

Melalui uji validitas dapat diketahui apakah instrumen penelitian dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap responden. Instrumen penelitian dalam penelitian ini dikatakan akurat dan merupakan suatu alat ukur yang tepat. Karena seluruh nilai *pearson corellation* lebih dari 0,3 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05.

---

<sup>9</sup> Stanley Lemeshow, David W Hosmer Jr, Janella Klar dan Stephen K. Lwanga, *Adequacy of Sample Size in Health Studies* (England: John Wiley & Sons Ltd, 1997)

### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dapat menunjukkan sejauh mana alat ukur suatu penelitian dapat dipercaya. Uji reliabilitas juga dapat digunakan untuk menunjukkan konsistensi alat ukur penelitian. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas (X) dan terikat (Y) dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach alpha*  $< 0,60$ .

### **Uji Normalitas**

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel residual atau variabel pengganggu terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas diketahui dari uji statistik *one sample kolomogorov-smirnov* dengan hasil sebesar 0,910. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini lolos uji normalitas karena hasil uji  $< 0,05$ .

### **Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas. Penelitian dikatakan lolos multikolinear karena nilai VIF secara keseluruhan variabel bebas tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance*  $> 0,10$ .

### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan varians dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Uji ini dilihat menggunakan uji glejser. Hasil uji menunjukkan nilai Sig  $< 0,05$  dan penelitian ini dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil

analisis menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel yang memiliki arahan negatif yaitu variabel harga, proses dan sabar. Sedangkan variabel yang memiliki arahan positif adalah variabel produk, lokasi, promosi, manusia, bukti fisik dan janji. Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda:

**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	1.038	1.519
Produk	.099	.130
Harga	-.107	.166
Lokasi	.338	.123
Promosi	.227	.114
Manusia	.209	.111
Proses	-.169	.124
Bukti_Fisik	.275	.115
Janji	.737	.182
Sabar	-.060	.164

Sumber: Data primer diolah (2018)

**Uji Koefisien Determinasi (R Square)**

Uji R Square menunjukkan berapa besar pengaruh variabel bauran pemasaran jasa terhadap variabel keputusan menginap. Hasil uji menunjukkan besarnya pengaruh variabel bauran pemasaran jasa terhadap variabel keputusan menginap adalah sebesar 50%.

**Uji F (Simultan)**

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian yaitu ada tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Hasil uji menunjukkan terdapat pengaruh



variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat dengan nilai Sig >0,05 yaitu sebesar 0,000.

### Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini yaitu variabel bauran pemasaran jasa manakah yang memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan menginap. Hasil uji menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel bauran pemasaran jasa yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menginap yaitu variabel lokasi, bukti fisik dan janji. Berikut adalah hasil uji T (parsial):

Hasil Uji t					
Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.038	1.519		.683	.496
X1	.099	.130	.067	.762	.448
X2	-.107	.166	-.056	-.645	.521
X3	.338	.123	.241	2.757	.007
X4	.227	.114	.178	1.988	.050
X5	.209	.111	.167	1.886	.062
X6	-.169	.124	-.124	-1.369	.175
X7	.275	.115	.219	2.401	.018
X8	.737	.182	.363	4.043	.000
X9	-.060	.164	-.034	-.366	.715

Sumber: Data primer diolah (2018)

### Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menginap

Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan menginap dilakukan dengan menggunakan uji F yang menunjukkan bahwa Product (X1), Price (X2), Place (X3), Promotion (X4), People (X5), Process (X6), Physical Evidence (X7), Promise (X8), Patience (X9) secara bersama-sama

mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Noor yang menyatakan bahwa variabel produk, harga, lokasi, promosi, manusia, proses dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel<sup>10</sup>.

Sebuah hotel merupakan industri yang bergerak dibidang jasa harus mampu bertahan ditengah maraknya persaingan dengan mulai bermunculan hotel dengan konsep syariah. Hotel Andita Syariah merupakan satu-satunya hotel syariah yang berada di pusat Kota Surabaya, melihat fenomena tersebut Hotel Andita Syariah Surabaya tentunya harus meningkatkan pelayanannya agar menjadi sebuah hotel syariah yang benar-benar patuh pada syariah seperti, memiliki sertifikat halal MUI untuk makanan dan minuman yang disajikan, sikap ramah dan sabar yang dilakukan karyawan serta menyediakan jasa dan layanan yang sesuai dengan apa yang di promosikan di media.

### **Pengaruh *Product* (Produk) Terhadap Keputusan Menginap**

Berdasarkan hasil uji T dinyatakan bahwa produk tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Widyarini dan Kartini yang menyatakan bahwa secara parsial variabel produk tidak berpengaruh terhadap keputusan tamu menginap<sup>11</sup>. Artinya, tamu hotel memutuskan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya dipengaruhi oleh variabel lain yaitu harga, lokasi, iklan, proses, bukti fisik, janji dan sabar.

---

<sup>10</sup> Agus Mentari Noor, "Pengaruh Bauran Pemasaran 7 (P) Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Hotel Grand Sawit di Samarinda," *eJournal Administrasi Bisnis* 4, no. 4 (2016) 1031-1045

<sup>11</sup> Widyarini dan Fitri Kartini, "Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah,"

Namun penelitian ini berbeda dengan penelitian Hermawan yang menyatakan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian<sup>12</sup>. Sebaiknya Hotel Andita Syariah Surabaya membuat produk-produk terbaru yang dapat menarik minat tamu untuk menginap terutama kualitas tempat tidur karena tujuan utama orang menginap di hotel adalah untuk beristirahat sehingga mereka akan memilih hotel dengan tempat tidur yang nyaman. Selain itu juga terkait kesyariahnya yang meliputi kenyamanan dalam beribadah.

### **Pengaruh Price (Harga) Terhadap Keputusan Menginap**

Variabel price (harga) dinyatakan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya. Penelitian ini seperti penelitian Onggusti & Alfonso yang menyatakan bahwa variabel harga tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Baliem Pilamo<sup>13</sup>. Tamu Hotel Andita Syariah Surabaya tidak lagi mempertimbangkan harga ketika akan menginap.

Pertimbangan lain dapat melalui faktor selain harga. Hal ini disebabkan karena sebagian besar tamu hotel menginap bersama rombongan sehingga tidak mengetahui dengan jelas harga yang ditawarkan oleh Hotel Andita Syariah Surabaya. Selain itu tamu hotel juga tidak merasakan harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas kamar seperti bed yang kurang nyaman dan air hangat yang tidak berfungsi dengan semestinya.

---

<sup>12</sup> Haris Hermawan, "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 1, no. 2 (2015)

<sup>13</sup> Verina Onggusti dan Jofita Alfonso, "Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Hotel Butik Bintang 3 Di Surabaya," *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 2 (2015): 168-183

### **Pengaruh *Place* (Lokasi) Terhadap Keputusan Menginap**

Variabel *place* (lokasi) dinyatakan mempunyai pengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Noor dengan hasil lokasi berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel<sup>14</sup>. Lokasi Hotel Andita Syariah Surabaya berada di pusat kota Surabaya dengan akses yang mudah ditempuh dari berbagai arah seperti dari bandara, stasiun, dan pelabuhan. Selain itu juga mudah dijangkau oleh transportasi umum.

Hotel Andita Syariah juga dekat dengan pusat perbelanjaan seperti Tunjungan Plaza, Royal Plaza dan Delta Plaza, serta dekat dengan tempat wisata Taman Bungkul Surabaya.

### **Pengaruh *Promotion* (Promosi) Terhadap Keputusan Menginap**

Pada penelitian ini variabel *promotion* dinyatakan tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya. Penelitian ini sesuai dengan penelitian Chandra dan Tielung dengan hasil promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Baliem Pilamo Papua<sup>15</sup>.

Hotel Andita Syariah kurang aktif dalam melakukan promosi melalui beberapa media seperti brosur, poster, flyer, iklan majalah, katalog, dan lain-lain. Hotel Andita Syariah Surabaya juga belum memanfaatkan sosial media berupa *website* untuk melakukan promosi.

---

<sup>14</sup> Agus Mentari Noor, "Pengaruh Bauran Pemasaran 7 (P) Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Hotel Grand Sawit di Samarinda"

<sup>15</sup> Sarah Maryam Chandra dan Maria V. J. Tielung, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo Di Wamena," *Jurnal EMBA* 9593, no. 3 (2015): 959-970

### **Pengaruh *People* (Manusia) Terhadap Keputusan Menginap**

Pada penelitian ini variabel *people* (manusia) dinyatakan tidak berpengaruh signifikan tetapi mempunyai arahan positif terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya. Hal ini karena beberapa pelayanan akan bernilai cukup tinggi untuk sebagian tamu, tetapi tidak untuk tamu yang lain. Sehingga peningkatan kualitas karyawan sangat diperlukan. Dalam suatu bisnis syariah dibutuhkan sebuah konsep tersendiri dalam aspek sumber daya manusia yaitu yang memiliki unsur dunia dan akhirat<sup>16</sup>

Hasil penelitian merujuk dari penelitian Hendri Sukotjo yang menyatakan bahwa *people* tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada Klinik Teta Surabaya<sup>17</sup>. Berbeda dengan hasil penelitian Noviana yang menyatakan bahwa *people* mempunyai pengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Amaris Surabaya.

### **Pengaruh *Process* (Proses) Terhadap Keputusan Menginap**

Variabel *process* (proses) dalam penelitian ini dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan dan memiliki arahan yang negatif terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Devina & Andreani yang menyatakan bahwa

---

<sup>16</sup> Trimulato. Pentingnya Penerapan Celestial Management Bagi Sumber Daya Manusia di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. *al-Uqud: Journal of Islamic Economic* 1. No. 2 (2017): 202-219

<sup>17</sup> Hendri Sukotjo dan Sumanto Radix A. Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, partisipant, Process, dan Physical Evidence ) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mytra Ekonomi dan manajemen Bisnis* 1, no. 2 (2010): 216-228

*process* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian di *susan spa and resort*<sup>18</sup>.

Pada dasarnya hotel merupakan tempat singgah sementara bagi seorang wisatawan dan biasanya tamu hotel membutuhkan pelayanan yang cepat ketika check in karena akan segera beristirahat dan pelayanan yang cepat ketika check out karena segera melanjutkan perjalanan. Sehingga proses yang mudah, cepat dan tepat sangat dibutuhkan dalam manajemen sebuah hotel. Agar tamu tidak merasa dilayani dengan baik dan akan meningkatkan performa maupun penjualan dari hotel tersebut.

### **Pengaruh *Physical Evidence* (Bukti Fisik) Terhadap Keputusan Menginap**

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Widyarini dan Kartini yang menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di Namira Hotel Syariah Yogyakarta. Sama halnya dengan penelitian Widyaningrum & Satrio dengan hasil bukti fisik mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian di Laboratorium Trans Indo Nganjuk<sup>19</sup>.

Hotel Andita Syariah memiliki gedung yang luas dan area parkir yang memadai. Hotel Andita Syariah juga memiliki ruang pertemuan yang memadai yang merupakan salah satu fasilitas unggulan dan banyak digunakan oleh beberapa komunitas untuk menyelenggarakan acara. Selain itu, Hotel Andita Syariah Surabaya memiliki desain interior yang menarik dan cukup menjadikan suatu ciri khas bahwa hotel tersebut

---

<sup>18</sup> Priska Devina dan Fransica Andreani, "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Susan Spa And Resort," *Jurnal Teknik Elektro* 6, no.1 (2006): 108-120

<sup>19</sup> Afrita Wahyu Widyaningrum dan Budhi Satrio, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Pada Laboratorium Trans Indo Medical Nganjuk," *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* 4, no. 2 (2015)

adalah hotel syariah yaitu melalui hiasan kaligrafi pada dinding. Hiasan tersebut dapat terlihat di lobby hotel.

### **Pengaruh *Promise* (Janji) Terhadap Keputusan Menginap**

Promise (janji) dalam bauran pemasaran jasa menurut pandangan Islam berkaitan dengan kepatuhan syariah suatu perusahaan jasa tersebut, berjanji untuk menghormati, menghormati waktu, manajemen memiliki komitmen yang baik terhadap konsumennya, mampu berkomunikasi dengan baik, tidak memalsukan janji dan memiliki jaringan pemasaran yang luas. Kepatuhan syariah sendiri merupakan wujud praktis sebuah layanan dalam bisnis berbasis syariah terhadap kaidah syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits<sup>20</sup>

Variabel *promise* (janji) dinyatakan mempunyai pengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya. Hotel Andita Syariah Surabaya memiliki beberapa peraturan terkait kepatuhan mereka terhadap syariah dalam pelayanan yang diberikan yaitu, apabila tamu suami dan istri harus menunjukkan kartu identitas yang sama dengan tujuan untuk menghindari adanya tamu yang bukan mahromnya dan menghindari adanya perbuatan zina di hotel. Peraturan selanjutnya adalah dilarang membawa dan mengkonsumsi minuman keras di lingkungan hotel, dilarang merokok di lingkungan hotel, dilarang mengedarkan maupun mengkonsumsi narkoba serta dilarang melakukan tindakan asusila.

Manajemen Hotel Andita Syariah Surabaya telah mampu menjaga, memegang dan menghormati janjinya, sehingga dampaknya dapat

---

<sup>20</sup> Edi Susilo dan A. Khoirul Anam. Sharia Compliance Akad Berbasis Natural Uncertainty Contract (NUC) Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Kabupaten Jepara. *al-Uqud: Journal of Islamic Economic* 2. No. 1 (2018): 20-37

mempererat hubungan atau silaturahmi dengan tamu hotel, dapat meningkatkan penjualan dan pelayanan, dan mempengaruhi tamu hotel untuk menginap kembali.

### **Pengaruh *Patience* (Sabar) Terhadap Keputusan Menginap**

Sabar dalam bauran pemasaran jasa menurut pandangan Islam terkait dengan karyawan yang memperlakukan pelanggan dengan sabar, memiliki ketrampilan berkomunikasi dengan baik, mendengarkan keluhan pelanggan dan siap membantu pelanggan dengan sabar. Variabel *patience* (sabar) mempunyai arahan negatif dan dinyatakan tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa performa karyawan Hotel Andita Syariah kurang menunjukkan keramahan dalam melayani tamu hotel. Selain itu karyawan hotel kurang menanggapi keluhan tamu hotel maupun tamu hotel yang membutuhkan bantuan.

Menurut pandangan Islam seorang pelaku pelaku pemasaran yang baik adalah yang memiliki sifat sabar karena merupakan cerminan seorang muslim dan sifat yang disukai Allah SWT. Sabar dalam bekerja merupakan salah satu cerminan bahwa karyawan tersebut mencintai pekerjaannya dan menaati ajaran agama. Karena segala bentuk pekerjaan yang didasarkan pada keimanan merupakan wujud perbuatan sholeh untuk mendapatkan keridhoan Allah SWT<sup>21</sup>. Sesuai firman Allah SWT. dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl Ayat 127:

وَأَصْبِرْ وَمَا صَبْرُكَ إِلَّا بِاللَّهِ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَلَا تَكُ فِي ضَيْقٍ مِّمَّا

يَمْكُرُونَ

Artinya:

---

<sup>21</sup> Elfira Maya Adiba. Kepemimpinan Islami, Kepuasan Kerja, Komitmen Kerja, Dan Loyalitas Kerja Karyawan Bank Syariah Mandiri Di Sidoarjo. *al-Uqud: Journal of Islamic Economic* 2. No. 1 (2018): 60-80



*“Dan bersabarlah (Muhammad) dan kesabaranmu itu semata-mata dengan pertolongan Allah dan janganlah engkau bersedih hati terhadap (kekafiran) mereka dan jangan (pula) bersempit dada terhadap tipu daya yang mereka rencanakan”.*

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Hotel Andita Syariah Surabaya, berikut yang dapat disimpulkan, secara simultan atau bersama-sama *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Promise* dan *Patience* mempunyai pengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya.

Secara parsial variabel bauran pemasaran jasa yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya adalah variabel *Place (Lokasi), Physical Evidence (Bukti Fisik)* dan *Promise (Janji)*. Sedangkan variabel bauran pemasaran jasa yang tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya adalah variabel *Product, Price, Promotion, Process, People* dan *Patience*.

## **Daftar Pustaka**

- Achmad Firdaus. Mengembangkan Siklus Penerapan Sistem Manajemen Kinerja Berbasis Kemaslahatan. *al-Uqud: Journal of Islamic Economic* 2. No. 1 (2018): 94-120
- Afrita Wahyu Widyaningrum dan Budhi Satrio. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Pada Laboratorium Trans Indo Medical Nganjuk. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* 4. No. 2 (2015)
- Agus Mentari Noor. Pengaruh Bauran Pemasaran 7 (P) Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Hotel Grand Sawit di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis* 4. No. 4 (2016) 1031-1045

- Badan Pusat Statistik. Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut. 2010
- Budi A.P. *Manajemen Marketing Perhotelan* (Yogyakarta: Andi, 2013)  
Lupiyoadi dan Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2006)
- Edi Susilo dan A. Khoirul Anam. Sharia Compliance Akad Berbasis Natural Uncertainty Contract (NUC) Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Kabupaten Jepara. *al-Uqud: Journal of Islamic Economic* 2. No. 1 (2018): 20-37
- Elfira Maya Adiba. Kepemimpinan Islami, Kepuasan Kerja, Komitmen Kerja, Dan Loyalitas Kerja Karyawan Bank Syariah Mandiri Di Sidoarjo. *al-Uqud: Journal of Islamic Economic* 2. No. 1 (2018): 60-80
- Fitratun Ramadhany dan Ahmad Ajib Ridlwan. Implikasi Pariwisata Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat. *Muslim Heritage* 2. No. 1 (2018): 157-176. DOI: <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v3i1.1303>
- Haris Hermawan. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 1. No. 2 (2015)
- Hendri Sukotjo dan Sumanto Radix A. Analisa Marketing Mix-7P(Produk, Price, Promotion, Place, partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mytra Ekonomi dan manajemen Bisnis* 1. No. 2 (2010): 216-228
- Kotler dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management, 14th edition* (Mew Jersey: Prentice Hall, 2012)
- Moch. Khoirul Anwar, A'rasy Fahrullah, dan Ahmad Ajib Ridlwan. The Problems of Halal Certification for Food Industry in Indonesia. *International Journal of Civil Engineering & Technology* 9. No. 8 (2018): 1625 - 1632
- Priska Devina dan Fransica Andreani. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Susan Spa And Resort. *Jurnal Teknik Elektro* 6. No.1 (2006): 108-120

- Samir Abuznaid. Islamic Marketing: Addressing the Muslim Market, *An-Najah Univ. J. Res. (Humanities)* 26. No. 6 (2012): 1474-1503
- Sarah Maryam Chandra dan Maria V. J. Tielung. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo Di Wamena. *Jurnal EMBA* 9593. No. 3 (2015): 959-970
- Stanley Lemeshow, David W Hosmer Jr, Janella Klar dan Stephen K. Lwanga. *Adequacy of Sample Size in Health Studies* (England: John Wiley & Sons Ltd, 1997)
- Trimulato. Pentingnya Penerapan Celestial Management Bagi Sumber Daya Manusia di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. *al-Uqud: Journal of Islamic Economic* 1. No. 2 (2017): 202-219
- Verina Onggusti dan Jofita Alfonso. Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di Hotel Butik Bintang 3 Di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 2 (2015): 168-183
- Widyarini dan Fitri Kartini. Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah. *EKBISI IX*. No. 1 (2014): 83-94.