

**Pengaruh Pelayanan dan Harga Sewa Kamar Terhadap
Keputusan Tamu Menginap dengan Pendekatan Syariah
di Hotel Narapati Indah Syariah Bandung**

Gandara Catur Prasetya¹, Nunung Nurhayati², Nandang Ihwanudin³
Universitas Islam Bandung, Indonesia¹²³
gandara.catur@gmail.com¹, nunung@unisba.ac.id²,
nandangihwanudin_mes@unisba.ac.id³

ABSTRACT

This study is motivated by the low occupancy rate of Narapati Indah Syariah Hotel Bandung in recent months, allegedly influenced by service quality and room rental prices. Based on service marketing theory, good service and appropriate pricing can affect consumers' decisions to purchase or use services. This research aims to analyze the effect of service quality and room rental prices on guests' decisions to stay. The research method employs a quantitative approach with a positivism paradigm and a survey method. The study population includes all hotel guests in January 2024, totaling 561 people, with a sample of 85 respondents selected through purposive sampling. Primary data were collected using questionnaires and analyzed using multiple linear regression after validity, reliability, and classical assumption tests. The results indicate that service quality and room rental prices have a positive and significant effect, both partially and simultaneously, on guests' decisions to stay. These findings highlight the importance of improving service quality and adjusting competitive prices to increase the hotel's room occupancy rate.

Keywords: Service Quality, Room Rental Price, Stay Decision.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya tingkat hunian kamar Hotel Narapati Indah Syariah Bandung dalam beberapa bulan terakhir, yang diduga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga sewa kamar. Berdasarkan teori pemasaran jasa, pelayanan yang baik dan harga yang sesuai dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan dan harga sewa kamar terhadap keputusan tamu menginap. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme dan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh tamu hotel pada periode Januari 2024 sebanyak 561 orang, dengan sampel sebanyak 85 responden yang ditentukan melalui purposive sampling. Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda setelah melalui uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan dan harga sewa kamar berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan tamu menginap. Temuan ini mengindikasikan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dan penyesuaian harga yang kompetitif untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotel.

Kata Kunci: Pelayanan, Harga Sewa Kamar, Keputusan Menginap

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor yang memainkan peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi, perluasan lapangan kerja, serta peningkatan kualitas

hidup masyarakat (Arjana, 2021). Sektor ini memiliki efek ganda (multiplier effect) yang mampu mendorong perkembangan berbagai bidang lain, mulai dari transportasi, perdagangan, hingga industri kreatif. Dalam konteks global, salah satu segmen pariwisata yang berkembang pesat adalah pariwisata halal, yang mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam penyediaan layanan pariwisata, termasuk akomodasi hotel (Jamal et al., 2018). Konsep ini tidak hanya menjawab kebutuhan wisatawan Muslim yang jumlahnya terus meningkat, tetapi juga memperkenalkan model layanan yang mengedepankan keamanan, kenyamanan, dan kepatuhan terhadap nilai agama (Noviyantini et al., 2016).

Hotel syariah menjadi salah satu bentuk implementasi nyata dari pariwisata halal. Hotel ini tidak hanya menawarkan fasilitas menginap, tetapi juga menjamin kesesuaian layanan dengan ajaran Islam, seperti penyediaan makanan halal, fasilitas ibadah, serta lingkungan bebas dari aktivitas yang bertentangan dengan syariah. Di Kota Bandung, memiliki banyak pilihan akomodasi yang dapat memenuhi kebutuhan berbagai segmen pasar. Menurut data dari Dinas Pariwisata Kota Bandung, terdapat lebih dari 200 hotel yang terdaftar, dengan variasi fasilitas dan harga yang beragam (Dewi Kanasari, 2025). Namun, di tengah persaingan ketat industri perhotelan, hotel syariah harus mampu membangun keunggulan kompetitif yang jelas, terutama dalam dua aspek krusial, kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga (Tjiptono & Chandra, 2016).

Hotel Narapati Indah Syariah Bandung yang berdiri pada tahun 1994 berlokasi strategis berada di daerah Kota Bandung, Jl. Pelajar Pejuang No.31-35. Hotel Narapati Indah Syariah Bandung menawarkan kenyamanan dan kemewahan dengan 60 kamar yang beragam, termasuk *Royale Narapati Suite, Family Room, Executive Twin, Executive Double, Deluxe Twin, Deluxe Double, Superior Twin, dan Superior Double*. Fasilitas lengkap di setiap kamar mencakup *Cable TV, Air Conditioner*, akses air panas dan dingin, serta *Private Terrace* di beberapa kamar. Hotel ini juga menyediakan *Free Internet Access*, sarapan, *welcome drink*, dan surat kabar harian. Untuk acara, hotel ini memiliki fasilitas *convention* yang dapat menampung hingga 700 orang dengan *Air Conditioner* dan *Free Hotspot*, serta dilengkapi dengan *Screen, Projector, White Board, Podium, Sound System, dan Lighting*.

Hotel Narapati Indah Syariah Bandung sangat memahami betapa pentingnya sumber daya manusia yang berkualitas untuk mendukung aktivitas perusahaan. Mengingat persaingan yang ketat di industri perhotelan, setiap perusahaan harus memberikan pelayanan terbaik agar tidak terpinggirkan dari pasar. Berikut adalah persentase tingkat hunian kamar Hotel Narapati Indah Syariah Bandung yang dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Tingkat Hunian Kamar Hotel Narapati Indah Syariah Bandung Agustus 2024 sampai dengan Januari 2025

Sumber: Bagian Front Office Hotel Narapati Indah Syariah Hotel
Data ditabulasi penulis Januari 2025

Bulan	Capaian	Target/Bulan	Keterangan
Agustus	763	700	Memenuhi

September 2024	570	700	Kurang Memenuhi
Oktober 2024	465	700	Kurang Memenuhi
November 2024	432	700	Kurang Memenuhi
Desember 2024	457	700	Kurang Memenuhi
Januari 2025	561	700	Kurang memenuhi

Permasalahan di Hotel Narapati Indah Syariah Bandung dapat dilihat dari Tabel 1 yang menunjukkan tingkat hunian kamar periode Agustus 2024–Januari 2025. Data memperlihatkan bahwa hanya bulan Agustus yang melampaui target okupansi 700 kamar, yakni mencapai 763 kamar (109%). Lima bulan lainnya berada di bawah target: September 570 kamar (81%), Oktober 465 kamar (66%), November 432 kamar (62%), Desember 457 kamar (65%), dan Januari 561 kamar (80%). Tren penurunan ini mengindikasikan adanya masalah yang konsisten pada tingkat hunian, yang kemungkinan disebabkan oleh rendahnya kualitas pelayanan, kurang tepatnya strategi harga, atau kombinasi keduanya. Fakta ini menggarisbawahi perlunya evaluasi menyeluruh untuk meningkatkan kinerja hotel.

Penelitian terdahulu oleh (Ni Wayan Cittin Atiramaniya et al., 2024) di Westin Resort & Spa Ubud menemukan bahwa harga kamar dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap, dengan pelayanan sebagai faktor dominan. Namun, penelitian tersebut dilakukan pada hotel konvensional dan tidak mempertimbangkan dimensi nilai-nilai syariah maupun prinsip akad ijarah. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini memiliki novelty dengan menganalisis pengaruh pelayanan dan harga sewa kamar berbasis prinsip syariah terhadap keputusan tamu menginap di hotel syariah. Pendekatan ini mengintegrasikan teori pelayanan Islami, prinsip akad ijarah, dan konsep keputusan tamu dalam perspektif syariah, yang belum banyak dikaji sebelumnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pelayanan berbasis prinsip syariah terhadap keputusan tamu menginap di Hotel Narapati Indah Syariah Bandung, mengkaji pengaruh harga sewa kamar berbasis akad ijarah terhadap keputusan menginap, serta mengevaluasi pengaruh simultan antara pelayanan dan harga sewa kamar terhadap keputusan tamu untuk menginap di hotel tersebut.

TINJAUAN LITERATUR

Penelitian ini bertolak dari pemahaman terhadap konsep hotel syariah yang tidak hanya menekankan aspek fisik dan layanan komersial, tetapi juga menerapkan nilai-nilai syariah dalam setiap aspek operasionalnya, termasuk pelayanan dan harga sewa kamar. Konsep ini kemudian dihubungkan dengan keputusan tamu dalam memilih untuk menginap, yang menjadi fokus utama penelitian ini.

Hotel merupakan suatu jenis akomodasi yang menyediakan jasa penginapan, makan, dan minum yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan pemerintah, sebagaimana dikemukakan oleh (Bataafi, 2006). Perbedaan mendasar antara hotel syariah dan hotel konvensional terletak pada penerapan prinsip-prinsip syariah dalam seluruh operasionalnya. Hotel syariah

menawarkan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti dijelaskan dalam buku *Islamic Tourism Management* karya (Jafari dan Ismail, 2014). Tingkat hunian kamar hotel menjadi indikator penting keberhasilan bisnis perhotelan, dimana menurut Endar Sugiarto semakin tinggi tingkat hunian kamar maka semakin besar pula keuntungan dan pendapatan yang diperoleh hotel tersebut. (Jafari dan Ismail, 2014).

Pelayanan merupakan tindakan atau kinerja yang diberikan kepada orang lain, Kotler membagi pelayanan menjadi dua jenis, yaitu *high contact service* dengan interaksi intens antara pelanggan dan penyedia jasa, serta *low contact service* dengan interaksi yang minim (Philip Kotler, 2016). Dalam perspektif Islam, pelayanan yang baik dilandasi oleh enam prinsip utama menurut Nurhadi, antara lain (*ta'awun*) prinsip tolong-menolong, (*at-taysir*) memberi kemudahan, (*musawah*) persamaan, (*muhabbah*) saling mencintai, dan (*al-layyin*) kelemahan lembut (Nurhadi, 2020).

Menurut (Sayyid Sabiq, 2006) Dalam konteks ekonomi Islam, konsep sewa-menyewa kamar hotel dikenal dengan istilah al-ijarah yang merupakan akad untuk memanfaatkan sesuatu dengan imbalan tertentu. Berdasarkan penjelasan (Suhendi, 2008), Unsur-unsur penting dalam akad ini meliputi adanya *Ijab* dan *qobul* (persetujuan), Obyek *Ijarah* (sewa menyewa), *Ujrah* (Pembayaran).

Menurut (Dyah Palupiningtyas, 2023), keputusan seseorang untuk menginap merupakan proses pemilihan yang melibatkan tahapan mengenali kebutuhan, mengumpulkan informasi, membandingkan opsi, dan akhirnya membuat keputusan. Faktor-faktor seperti harga, fasilitas, lokasi, dan promosi sangat memengaruhi pilihan ini. Dari sudut pandang ekonomi Islam, menurut (Mustafa, 2019), pengambilan keputusan pembelian, termasuk dalam hal menginap di hotel, didasarkan pada prinsip-prinsip *mashlahah* (kemaslahatan), *hajah* dan *syahwah* (kebutuhan dan keinginan), serta *halal* dan *thayyib* (produk yang halal dan baik).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme, yang memandang realitas dapat diukur secara objektif melalui data empiris dan dianalisis menggunakan metode ilmiah. Metode yang dipakai adalah metode survei, yaitu teknik pengumpulan data primer dari responden menggunakan kuesioner terstruktur yang telah disusun berdasarkan indikator variabel penelitian (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu Hotel Narapati Indah Syariah Bandung pada periode Januari 2024 sebanyak 561 orang. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yakni pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Amirin, 2011), sehingga diperoleh 85 orang sebagai responden.

Proses penelitian diawali dengan identifikasi masalah melalui studi pendahuluan dan kajian teori, yang kemudian digunakan untuk merumuskan hipotesis. Tahap berikutnya adalah penyusunan instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Setelah itu dilakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden terpilih. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi

linear berganda, dan uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil analisis diinterpretasikan untuk menarik kesimpulan serta menyusun rekomendasi yang sesuai dengan temuan penelitian.

Hipotesis penelitian yang diajukan adalah :

Ho Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputan tamu menginap.

H1 Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan tamu menginap

Ho Harga sewa kamar tidak berpengaruh terhadap keputusan tamu menginap.

H1 Harga sewa kamar berpengaruh terhadap keputusan tamu menginap.

Ho Pelayanan dan harga sewa kamar secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan tamu menginap.

H1 Pelayanan dan harga sewa kamar secara simultan berpengaruh terhadap keputusan tamu menginap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Berdasarkan kelompok usia, sebagian besar responden berada pada rentang 31–40 tahun dengan persentase 35%, yang menunjukkan bahwa mayoritas tamu berada pada usia produktif atau sedang aktif bekerja. Kelompok usia berikutnya adalah 41–50 tahun sebesar 26%, kemudian responden berusia kurang dari 30 tahun sebesar 21%, dan sisanya berusia di atas 50 tahun sebanyak 18%. Dari segi jenis kelamin, jumlah responden laki-laki jauh lebih dominan, yakni 80%, sedangkan perempuan hanya 20%. Dilihat dari tingkat pendidikan terakhir, hampir setengah responden berpendidikan Sarjana S1 (48%), disusul lulusan SMA (34%), Sarjana S2 (11%), dan Diploma D3 (7%). Gambaran ini memberikan pemahaman bahwa tamu hotel yang menjadi sampel penelitian didominasi oleh kelompok usia produktif, berjenis kelamin laki-laki, serta memiliki tingkat pendidikan menengah hingga tinggi.

Uji Validitas Instrumen Penelitian

Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan metode Pearson Product Moment, dengan kriteria jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5%, maka butir pernyataan dinyatakan valid (Imam Ghazali, 2018).

Tabel 2. Uji Validitas Item Pelayanan

Sumber: Diolah dari Data Kuesioner Penelitian, 2025

No	Item	Dimensi	r_{hitung}	Sig.	Kesimpulan
1	P1	<i>Ta'awun</i>	0,656	0,000	Valid
2	P2		0,426	0,000	Valid
3	P3		0,500	0,000	Valid
4	P4	<i>At-Taysir</i>	0,412	0,000	Valid
5	P5		0,480	0,000	Valid
6	P6		0,395	0,000	Valid

No	Item	Dimensi	r _{hitung}	Sig.	Kesimpulan
7	P7	<i>Musawah</i>	0,419	0,000	Valid
8	P8		0,435	0,000	Valid
9	P9		0,455	0,000	Valid
10	P10	<i>Muhabbah</i>	0,472	0,000	Valid
11	P11		0,588	0,000	Valid
12	P12		0,312	0,004	Valid
13	P13	<i>Al-Layyin</i>	0,472	0,000	Valid
14	P14		0,335	0,002	Valid
15	P15		0,311	0,004	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 2, seluruh 15 item pertanyaan variabel Pelayanan yang mencakup dimensi Ta'awun, At-Taysir, Musawah, Muhabbah, dan Al-Layyin dinyatakan valid. Nilai korelasi item-total terendah diperoleh pada item P15 (Al-Layyin) sebesar 0,311 dengan Sig. = 0,004, sedangkan nilai tertinggi terdapat pada item P1 (Ta'awun) sebesar 0,656 dengan Sig. = 0,000. Seluruh nilai korelasi lebih besar dari 0,300 dan signifikan pada $\alpha = 0,05$, sehingga semua item layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 3. Uji Validitas Item Harga Sewa Kamar

Sumber: Diolah dari Data Kuesioner Penelitian, 2025

No	Item	Dimensi	r _{hitung}	Sig.	Kesimpulan
1	P16	<i>Ijab dan Qobul</i>	0,523	0,000	Valid
2	P17		0,601	0,000	Valid
3	P18		0,572	0,000	Valid
4	P19	<i>Obyek Ijarah</i>	0,554	0,000	Valid
5	P20		0,482	0,000	Valid
6	P21		0,528	0,000	Valid
7	P22	<i>Ujrah</i>	0,521	0,000	Valid
8	P23		0,579	0,000	Valid
9	P24		0,619	0,000	Valid

Tabel 4. Uji Validitas Item Keputusan Tamu Menginap

Sumber: Diolah dari Data Kuesioner Penelitian, 2025

No	Item	Dimensi	r _{hitung}	Sig.	Kesimpulan
1	P25	<i>Mashlahah</i>	0,569	0,000	Valid
2	P26		0,781	0,000	Valid
3	P27		0,522	0,000	Valid
4	P28	<i>Hajah dan Syahwah</i>	0,561	0,000	Valid
5	P29		0,396	0,000	Valid
6	P30		0,512	0,000	Valid

No	Item	Dimensi	r _{hitung}	Sig.	Kesimpulan
7	P31	Halalan Tayyiban	0,540	0,000	Valid
8	P32		0,608	0,000	Valid
9	P33		0,550	0,000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 3 dan Tabel 4, seluruh item pertanyaan pada variabel Harga Sewa Kamar (9 item) dan Keputusan Tamu Menginap (9 item) dinyatakan valid, dengan nilai korelasi item-total terendah masing-masing sebesar 0,482 dan 0,396, serta tertinggi sebesar 0,619 dan 0,781. Seluruh nilai korelasi melebihi 0,300 dan signifikan pada $\alpha = 0,05$, sehingga seluruh item layak digunakan dalam analisis penelitian.

Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas hasil pengukuran ketika instrumen digunakan dalam kondisi yang sama pada waktu yang berbeda (Sekaran, U. 2013). Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan kriteria bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai $\geq 0,704$. Tabel 5 dibawah ini merupakan hasil pengolahan data yang dikumpulkan dari penelitian pendahuluan menggunakan software SPSS 26.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Menggunakan Metode Cronbach's Alpha
 Sumber: Diolah dari Data Kuesioner pada Penelitian Pendahuluan, 2025

No	Variabel	Koef. Reliabilitas (C_α)	C_α kritis	Keterangan
1	Pelayanan	0,715	0,600	Reliabel
2	Harga Sewa Kamar	0,709	0,600	Reliabel
3	Keputusan Tamu Menginap	0,727	0,600	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 5, seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,600$. Variabel dengan reliabilitas tertinggi adalah Keputusan Tamu Menginap sebesar 0,727 (72,7%), diikuti Pelayanan, dan reliabilitas terendah adalah Harga Sewa Kamar sebesar 0,709 (70,9%), keduanya termasuk kategori tinggi. Hal ini menunjukkan konsistensi jawaban responden baik, sehingga semua item kuesioner layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Analisis Variabel Penelitian

Pelayanan

Dalam perspektif Islam, pelayanan yang baik dilandasi oleh prinsip-prinsip seperti *ta'awun* (tolong-menolong), *at-taysir* (kemudahan), *musawah* (kesetaraan), *muhabbah* (kasih sayang), dan *al-layyin* (kelembutan) (Nurhadi, 2020). pengklasifikasian untuk masing-masing dimensi Pelayanan disajikan pada Tabel 6 berikut ini.

Tabel 6. Total Skor Dimensi Pelayanan

Sumber: Pengolahan data kuesioner, 2025

Dimensi	Total Skor (Persentase)		Kategori
<i>Ta'awun</i>	1.066 (79,5%)		Baik
<i>At-Taysir</i>	896 (62,8%)		Baik
<i>Musawah</i>	1.018 (74,8%)		Baik
<i>Muhabbah</i>	1.022 (75,2%)		Baik
<i>Al-Layyin</i>	1.034 (76,4%)		Baik
	Jumlah	Persentase	Baik
Ukuran unit observasi	85		
Item	15		
Nilai Aktual	5.036	73,7%	

Berdasarkan Tabel 6, skor total pelayanan berada pada kategori sangat baik. Dimensi *ta'awun* (tolong-menolong) menjadi indikator dengan skor tertinggi, yang menunjukkan bahwa staf hotel memiliki kesiapan dalam membantu tamu. Sebaliknya, dimensi *al-layyin* (lemah lembut) memperoleh skor terendah, yang mengindikasikan perlunya peningkatan keramahan dan empati dalam interaksi langsung.

Temuan ini sejalan dengan (Muhyiddin, 2023) yang menemukan bahwa pada hotel syariah, sikap membantu dan keramahan personal memiliki bobot pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan tamu dibandingkan faktor teknis seperti kecepatan layanan. Namun, penelitian (Ni Wayan Cittin Atiramaniya et al., 2024) pada hotel konvensional bintang lima di Bali menunjukkan bahwa kecepatan respons menjadi faktor dominan. Perbedaan ini kemungkinan dipengaruhi oleh karakteristik segmen pasar, tamu hotel syariah cenderung lebih menghargai interaksi yang hangat dan sesuai nilai religius, sedangkan tamu hotel konvensional lebih menuntut efisiensi waktu.

Harga Sewa Kamar

Dalam konteks ekonomi Islam, konsep sewa-menyewa kamar hotel dikenal dengan istilah *al-ijarah* yang merupakan akad untuk memanfaatkan sesuatu dengan imbalan tertentu (Sayyid Sabiq, 2005). Berdasarkan penjelasan Hendi Suhendi, unsur-unsur penting dalam akad ini meliputi adanya *Ijab dan qobul* (persetujuan), Obyek *Ijarah* (sewa menyewa), *Ujrah* (Pembayaran) (Suhendi, 2008). pengklasifikasian untuk masing-masing dimensi Harga Sewa Kamar disajikan pada Tabel 7 berikut ini.

Tabel 7. Total Skor Dimensi Harga Sewa Kamar

Sumber: Pengolahan data kuesioner, 2025

Dimensi	Total Skor (Persentase)	Kategori
<i>Ijab dab qabul</i>	960 (69,1%)	Baik
<i>Obyek Ijarah</i>	936 (66,8%)	Baik
<i>Ujrah</i>	961 (69,2%)	Baik

Dimensi	Total Skor (Persentase)		Kategori
	Jumlah	Persentase	
Ukuran unit observasi	85		Baik
Item	9		
Nilai Aktual	2.857	68,4%	

Tabel 7 menunjukkan bahwa harga sewa kamar berada pada kategori baik, dengan skor tertinggi pada indikator kejelasan manfaat kamar, sedangkan skor terendah ada pada persepsi kesesuaian harga dengan fasilitas. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun manfaat kamar jelas, sebagian tamu merasa harga belum sepenuhnya sebanding dengan fasilitas yang diterima.

Hasil ini konsisten dengan penelitian (Tumewang et al., 2023) yang menemukan bahwa “*value for money*” adalah faktor krusial dalam keputusan menginap, khususnya di pasar dengan kompetisi tinggi. Namun, temuan ini berbeda dengan (Tiyo Aprilianto, 2023) yang meneliti Hotel Ungu Kebumen dan mendapati bahwa penawaran harga paket promosi lebih dominan memengaruhi keputusan menginap dibanding persepsi keadilan harga. Perbedaan ini dapat terjadi karena Hotel Narapati Indah Syariah bersaing di segmen hotel syariah menengah ke atas, di mana konsumen lebih fokus pada kesesuaian harga dengan kualitas, bukan semata harga murah.

Keputusan Tamu Menginap

Dari sudut pandang ekonomi Islam, menurut (Mustafa, 2019), pengambilan keputusan pembelian, termasuk dalam hal menginap di hotel, didasarkan pada prinsip-prinsip *mashlahah* (kemaslahatan), *hājah* dan *syahwah* (kebutuhan dan keinginan), serta *halal* dan *thayyib* (produk yang halal dan baik). pengklasifikasian untuk masing-masing dimensi Keputusan Tamu Menginap disajikan pada Tabel 8 berikut ini.

Tabel 8. Total Skor Dimensi Keputusan Tamu Menginap

Sumber : Pengolahan data kuesioner, 2025

Dimensi	Total Skor (Persentase)		Kategori
<i>Mashlahah</i>	1.050 (77,9%)		Baik
<i>Hajah dan Syahwah</i>	890 (62,3%)		Baik
<i>Halalan Tayyiban</i>	971 (70,2%)		Baik
	Jumlah	Persentase	Baik
Ukuran unit observasi	85		
Item	9		
Nilai Aktual	2.911	70,1%	

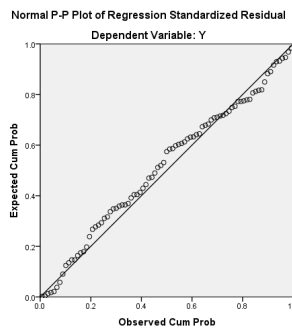
Dari Tabel 8, keputusan tamu menginap berada pada kategori sangat baik, dengan dimensi halalan thayyiban memperoleh skor tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian layanan dan fasilitas dengan prinsip halal menjadi faktor yang sangat diapresiasi. Dimensi dengan skor terendah adalah hajah dan syahwah, yang

menandakan perlunya penyesuaian layanan terhadap kebutuhan dan preferensi spesifik tamu.

Temuan ini mendukung penelitian Karnita & Rosdiana Aprilia, (2021) yang menunjukkan bahwa citra halal memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di hotel syariah di Bandung. Namun, berbeda dengan temuan (Aman & Nasution, 2017) di hotel syariah Medan yang menunjukkan bahwa lokasi dan aksesibilitas kadang lebih menentukan dibandingkan aspek halal, khususnya untuk tamu dengan tujuan bisnis. Hal ini menandakan bahwa faktor religiusitas konsumen dan tujuan perjalanan dapat memengaruhi bobot pentingnya citra halal dalam pengambilan keputusan.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi, model diuji melalui uji asumsi klasik untuk memastikan kelayakan statistiknya.



Gambar 1. Normal P-P Plot Standarized Residual

**Tabel 9. Uji Normalitas Unstandardized Residual
 Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.081	85	.200*	.973	85	.070

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 9 dan Gambar 1, data penelitian menunjukkan distribusi normal. Hal ini terlihat dari plot Normal P-P Plot yang sebagian besar titiknya berada di sekitar garis diagonal. Dengan demikian, residual model regresi terdistribusi normal, sehingga model layak digunakan untuk memprediksi Keputusan Tamu Menginap di Hotel Narapati Indah Syariah Bandung.

Tabel 10. Diagnostik Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1 (Pelayanan)	.664	1.506
	X2 (Harga Sewa Kamar)	.664	1.506

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 10, nilai VIF untuk variabel Pelayanan (X1) dan Harga Sewa Kamar (X2) adalah 1,506 dengan Tolerance sebesar 0,664, yang masih jauh di bawah batas kritis VIF = 5 dan Tolerance > 0,2. Hal ini menunjukkan tidak terdapat hubungan linear yang tinggi antara kedua variabel bebas, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 11. ANOVA Uji White

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	341.180	5	68.236	.933	.464 ^b
	Residual	5778.600	79	73.147		
	Total	6119.780	84			

a. Dependent Variable: e2

b. Predictors: (Constant), X1X2, X1_2, X2, X2_2, X1

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode White pada Tabel 11, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,464 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan varians residual antar pengamatan bersifat konstan, sehingga model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

**Tabel 12. Diagnostik Linearitas Harga Sewa Kamar
ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)		1754.067	80	21.926	7.720	.029
Y * X2	Between Groups	1191.507	1	1191.507	419.498	.000
	Deviation from Linearity	562.561	79	7.121	2.507	.191
	Within Groups	11.361	4	2.840		
Total		1765.429	84			

Berdasarkan hasil uji linearitas pada Tabel 12, variabel Harga Sewa Kamar (X2) memiliki nilai signifikansi Linearity sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan linear yang signifikan antara Harga Sewa Kamar dengan Keputusan Tamu Menginap di Hotel Narapati Indah Syariah Bandung. Sementara itu, uji linearitas untuk variabel Pelayanan (X1) tidak dapat dilakukan karena tidak terdapat data kembar.

Analisis Regresi

Penelitian ini menguji pengaruh Pelayanan (X1) dan Harga Sewa Kamar (X2) terhadap Keputusan Tamu Menginap (Y). Perhitungan persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dibantu dengan bantuan program Statistic Product and Service Solution (SPSS) versi 25.0, hasilnya sebagai mana yang di jelaskan pada tabel 13 berikut ini.

Tabel 13. Koefisien Regresi Pelayanan dan Harga Sewa Kamar Terhadap Keputusan Tamu Menginap

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.263	2.881		-.785	.435
1 X1 (Pelayanan)	.235	.053	.310	4.477	.000
X2 (Harga Sewa Kamar)	.645	.070	.642	9.265	.000

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 12, persamaan regresi berganda diperoleh $Y = -2,263 + 0,235X1 + 0,645X2$, yang menunjukkan bahwa Pelayanan (X1) dan Harga Sewa Kamar (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Tamu Menginap, masing-masing sebesar 0,235 dan 0,645. Uji signifikansi menunjukkan kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan ($t = 4,477$ dan $t = 9,265$; Sig. = $0,000 < 0,05$), sedangkan konstanta tidak signifikan ($t = -0,785$; Sig. = $0,435 > 0,05$).

Pengujian signifikansi model Keputusan Tamu Menginap dapat dilihat dalam Tabel 14 di bawah ini.

Tabel 14. ANOVA Model Regresi Keputusan Tamu Menginap
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1304.218	2	652.109	115.940	.000 ^b
	Residual	461.210	82	5.625		

Total	1765.429	84		
-------	----------	----	--	--

- a. Dependent Variable: Y
 b. Predictors: (Constant), X2, X1

Hasil analisis untuk uji signifikansi model regresi Keputusan Tamu Menginap diperoleh nilai F hitung sebesar 115,940 dengan signifikansi mendekali nol (Sig. = 0,000). Nilai F tabel untuk taraf nyata 5%, derajat pembilang p = 2 dan derajat penyebut $n - p - 1 = 82$ adalah 3,108. Dengan demikian F hitung lebih besar dibandingkan F tabel (nilai signifikansi Sig. = 0,000 lebih kecil 0,05), artinya paling sedikit satu variabel Pelayanan dan/atau Harga Sewa Kamar akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Keputusan Tamu Menginap.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) digunakan untuk mengukur seberapa baik model statistik dalam hal ini model regresi linear berganda dalam memprediksi suatu hasil. Koefisien determinasi diperoleh dari kuadrat koefisien korelasi berganda (R). Berdasarkan hasil pengolahan data regresi linear berganda diperoleh hasil berikut yang telah di jelaskan pada tabel 15 berikut ini.

Tabel 15. Koefisien Determinasi Model Keputusan Tamu Menginap Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.860 ^a	.739	.732	2.37161	2.417

- a. Predictors: (Constant), X2, X1
 b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 15, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,739 menunjukkan bahwa Pelayanan dan Harga Sewa Kamar secara simultan berkontribusi 73,9% terhadap Keputusan Tamu Menginap, sedangkan 26,1% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Nilai korelasi berganda (R) sebesar 0,860 mengindikasikan hubungan yang erat antar variabel. Kontribusi relatif Pelayanan sebesar 28,6% dan Harga Sewa Kamar sebesar 71,4%, sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga Sewa Kamar memiliki pengaruh relatif lebih besar terhadap Keputusan Tamu Menginap di Hotel Narapati Indah Syariah Bandung.

Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 2, uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Tamu Menginap di Hotel Narapati Indah Syariah Bandung. Nilai t hitung sebesar 4,477 lebih besar daripada t tabel 1,989 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan, seperti keramahan, kesigapan, dan kesesuaian layanan dengan prinsip syariah, akan mendorong tamu untuk memutuskan menginap. Hasil ini konsisten dengan penelitian (Kartini, 2014)

yang menunjukkan bahwa pada hotel syariah, faktor pelayanan personal memiliki pengaruh kuat terhadap loyalitas dan keputusan pembelian ulang. Namun, pada penelitian (Atiramaniya et al., 2024) di hotel konvensional bintang lima, kecepatan layanan justru menjadi faktor dominan, yang menandakan adanya perbedaan prioritas antara tamu hotel syariah dan konvensional.

Uji hipotesis kedua memperlihatkan bahwa variabel Harga Sewa Kamar juga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Tamu Menginap. Nilai t hitung yang diperoleh adalah 9,265, lebih besar daripada t tabel 1,989, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga yang adil dan sebanding dengan kualitas fasilitas menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan tamu sehingga H_0 kembali ditolak. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Arly, 2025) yang mengungkapkan bahwa persepsi harga yang sesuai kualitas meningkatkan loyalitas pelanggan di hotel bintang empat. Namun, berbeda dengan penelitian (Danuarta, 2023) pada penginapan homestay di daerah wisata, di mana faktor harga lebih fleksibel dan sering dipengaruhi oleh negosiasi langsung antara tamu dan pemilik. Hal ini menegaskan bahwa konteks jenis akomodasi memengaruhi cara harga dipersepsikan oleh konsumen.

Selanjutnya, uji hipotesis ketiga yang menguji pengaruh Pelayanan dan Harga Sewa Kamar secara simultan terhadap Keputusan Tamu Menginap menunjukkan hasil signifikan. Nilai F hitung sebesar 115,940 lebih besar daripada F tabel 3,108, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, kedua variabel secara bersama-sama memiliki kontribusi nyata dalam memengaruhi keputusan tamu untuk menginap. Hasil ini mendukung temuan (Syahrial, 2020) yang meneliti hotel berbasis syariah di Medan dan menemukan bahwa kombinasi layanan berkualitas dan harga kompetitif meningkatkan tingkat okupansi secara signifikan. Namun, berbeda dengan studi oleh (Herman, 2024) di hotel bisnis Surabaya, di mana promosi digital dan program membership menjadi faktor simultan yang lebih dominan dibandingkan pelayanan dan harga. Perbedaan ini menunjukkan bahwa strategi yang efektif harus menyesuaikan segmen pasar dan positioning hotel.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan berbasis prinsip syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap di Hotel Narapati Indah Syariah Bandung. Penerapan nilai-nilai *ta'awun* (tolong-menolong), *at-taysir* (kemudahan), *musawah* (kesetaraan), *muhabbah* (kasih sayang), dan *al-layyin* (kelembutan) mampu menciptakan suasana pelayanan yang ramah, adil, dan penuh kepedulian. Hal ini memberikan kenyamanan, meningkatkan rasa percaya, serta mendorong tamu untuk memilih menginap.

Selain itu, harga sewa kamar yang ditetapkan berdasarkan prinsip akad ijarah juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Kejelasan *ijab-qabul*, kesesuaian objek sewa (objek *ijarah*), dan kewajiban tarif (*ujrah*) membentuk persepsi harga yang transparan dan sepadan dengan manfaat yang diperoleh tamu. Hal ini tidak hanya memenuhi prinsip keadilan dalam transaksi, tetapi juga meningkatkan nilai tambah yang dirasakan konsumen.

Secara simultan, pelayanan berbasis prinsip syariah dan harga sewa kamar berbasis akad ijarah memberikan kontribusi signifikan terhadap keputusan tamu menginap. Kombinasi antara kualitas pelayanan yang memegang nilai-nilai Islam dan harga yang adil serta transparan membentuk sinergi yang kuat, sehingga menjadi faktor penentu dalam persaingan industri perhotelan, khususnya di segmen pasar wisata halal.

Hikmah dari temuan ini adalah bahwa penerapan prinsip syariah dalam sektor jasa perhotelan tidak hanya menjadi bentuk ketaatan pada ajaran Islam, tetapi juga strategi bisnis yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, disarankan kepada pihak manajemen hotel untuk secara konsisten meningkatkan kualitas pelayanan sesuai prinsip syariah, meninjau strategi harga agar tetap sesuai akad ijarah, serta memperluas promosi yang menonjolkan keunggulan nilai-nilai Islam yang diusung hotel.

Dari perspektif Ekonomi Syariah, hasil penelitian ini menguatkan bukti bahwa integrasi prinsip syariah dalam pelayanan dan penetapan harga mampu memberikan nilai tambah, memperluas pasar wisata halal, dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan serta berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aman, N., & Nasution, S. (2017). Implementasi Sistem Pengelolaan Hotel Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada Hotel Syariah Al'Jayri Medan). *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 104–117.
- Arjana, I. G. B. (2021). *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*. Rajawali Pers. <https://books.google.co.id/books?id=wNsaEAAAQBAJ>
- Arly, H. (2025). Dinamika Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan dan Harga dalam Loyalitas di Hotel Berbintang. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 7(2), 331–339.
- Danuarta, G., & Prijanto, B. (2023). Analisis Analisis Penerapan Activity Based Costing Sebagai Dasar Menentukan Harga Sewa Penginapan Homestay Di Desa Gunung Padang Cianjur, Jawa Barat. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.35313/ialj.v4i1.5570>
- Dewi Kianasari. (2025). *Daftar Hotel di Kota Bandung*. Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung. <https://jdih.bandung.go.id/media/10677>
- Herman, H., Wahyuni, D., Djuanda, M., & Fitriyani, L. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Harga Kamar dan Promosi Digital Terhadap Keputusan Menginap di Hotel 89 Kota Batam. *EScience Humanity Journal*, 2(2), 153–161. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v3i4.340>
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Penerbit Diponegoro.
- Jamal, A., Griffin, K., & Raj, R. (2018). *Islamic Tourism: Management of Travel Destinations*. CABI. <https://books.google.co.id/books?id=KeWCDwAAQBAJ>

- Karnita, I., & Rosdiana Aprilia, L. (2021). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Tamu Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Syariah Kota Bandung. *Tourism Scientific Journal*, 6(2), 167–186. <https://doi.org/10.32659/tsj.v6i2.108>
- Kartini, F. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel Dalam Menggunakan Layanan Namira Hotel Syariah Yogyakarta. *E-Journal UIN Sunan Kalijaga*. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/9881>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson India Education Services. <https://books.google.co.id/books?id=5-U5zgEACAAJ>
- Muhyiddin, A., & Yuliandari, N. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL SEVEN DREAM SYARIAH. *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 5, 1–9. <https://doi.org/10.58293/esa.v5i2.54>
- Mustafa, E. N., & Handayani, T. (2019). *Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*. *Jurnal Ekonomi Syariah*. 8(Juli), 29–40. <https://doi.org/26854228>
- Ni Wayan Cittin Atiramaniya, Ni Made Suastini, & Nyoman Gede Mas Wiarta. (2024). Pengaruh Harga Kamar dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menginap di Westin Resort & Spa Ubud, Bali. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 3(3), 83–88. <https://doi.org/10.55123/toba.v3i3.4060>
- Noviyantini, A., Yunus, M., & Irwansyah, S. (2016). Analisis Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Syariah Berdasarkan Prinsip Syariah terhadap Wisata di Kawasan Darajat Garut. *Bandung Conference Series: Syariah Banking*, 1, 29–34.
- Nurhadi, N. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.2.1100>
- Sekaran, U, Bougie, R. (2013). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. In *Leadership & Organization Development Journal* (Vol. 34, Issue 7). WILEY. <https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Suhendi, H. H. (2008). *Fiqh muamalah*. RajaGrafindo Persada. <https://books.google.co.id/books?id=ANnWNwAACAAJ>
- Tiyo Aprilianto. (2023). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Hotel Ungu Kebumen. *Universitas Putra Bangsa*, 1–8.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*.
- Tumewang, Y. K., Rahmawati Dewi, H., & Amin, H. (2023). Over a decade of maqashid sharia studies: a bibliometric analysis and direction for future research. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 16(1), 25–52.

<https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2022-0207>

Wishnu HS Al Bataafi. (2006). *Housekeeping department floor and public area : job description and standard operating procedure*. ALFABETA.