

ABSTRAK

Angelina Jeanne, Hana Dewi:

Skripsi

Analisa Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Nilai yang Dipersepsikan Sebagai Variabel Perantara pada Hotel Syariah di Surabaya

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa pengaruh kepuasan konsumen atas kualitas produk dan layanan terhadap nilai yang dipersepsikan konsumen pada hotel syariah di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan kausal dengan penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden yang pernah menginap di hotel syariah di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai yang dipersepsikan. Namun demikian, oleh responden kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai yang dipersepsikan. Selanjutnya, oleh konsumen nilai yang dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci:

Kualitas Produk, Kualitas Layanan, *Perceived Value*, Kepuasan Konsumen, Hotel Syariah, Surabaya

ABSTRACT

Angelina Jeanne, Hana Dewi:

Thesis

Analysis the Effect of Customer Satisfaction upon Product Quality and Service Quality on Perceived Value at Sharia Hotel in Surabaya

This research aimed to analyze the effect of customer satisfaction upon product quality and service quality on perceived value at sharia hotel in Surabaya. Survey with questionnaire as a research instrument was conducted to 100 respondents who had ever stayed at sharia hotels in Surabaya. The result showed that product quality had a positive and significant effect on perceived value, while service quality had a negative and not significant effect on perceived value. Customer's perceived value positively and significantly affected customer satisfaction.

Keyword:

DAFTAR REFERENSI

- Aaker, A. D. Alih bahasa oleh Ananda, A. (1997). *Manajemen ekuitas merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Anonymous. (2015, Oktober 12). 6 Peninggalan sejarah Islam di Indonesia, Retrieved from <http://kisahasalusul.blogspot.com/2015/10/peninggalan-sejarah-islam-di-Indonesia-gambar.html>
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 114-126.
- Basalamah, A. (2011). Hadirnya kemasan syariah dalam bisnis perhotelan di tanah air. *Binus Business Review*, Vol 2, No 2:763-769.
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A multistage model of customers' assessments of service quality and value. *Journal of Consumer Research*, 375-378.
- Clemes, M. D., Gan, C., & Min, R. (2010). Synthesizing the effects of service quality, value, and customer satisfaction on behavioral intentions in the motel industry: an empirical analysis. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 1-39.
- Chookaew, S. (2015). Increasing halal tourism potential at andaman sea coast of Thailand. *Journal of Economics and Management*, Vol 3, No 8:791-794.
- Detik Finance. (2014, Maret 24). Ini bedanya Hotel Syariah dan hotel konvensional, Retrieved from <https://finance.detik.com/properti/2534445/ini-bedanya-hotel-syariah-dan-hotel-konvensional>
- Duman, T. *World islamic tourism forum* (WITF 2011), 12-13 Juli, Kuala Lumpur, Malaysia.
- Ghozali, I. (2000). *Aplikasi analisis multivariat dengan program SPSS (4th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Han, J. W., & Kwon, H. H. (2009). The mediating effect of perceived quality between extrinsic cues and perceived value in ski products. *International Journal of Sports Marketing & Sponsoship*, 287-301.
- Hartono, J. (2017). *Metodologi penelitian bisnis (Ed. 6)*. Yogyakarta: BPFE.
- <https://dsnmu.or.id/>. Kriteria Umum Pariwisata Syariah.
- <http://www.gomuslim.co.id/read/panduan/2016/12/31/2757/inilah-5-rekomendasi-hotel-syariah-untuk-wisatawan-muslim-di-indonesia.html>. Inilah 5 rekomendasi hotel syariah untuk wisatawan muslim di Indonesia.
- <http://halaltourism.id/>. Lima destinasi wisata di Indonesia yang mempunyai potensi untuk dipromosikan sebagai destinasi wisata syariah antara lain Aceh, Sumatera Barat, Lombok, Jakarta dan Jawa Barat.
- <https://kreditgogo.com/artikel/Gaya-Hidup/5-Pilihan-Hotel-Syariah-di-Indonesia.html>. 5 Pilihan Hotel Syariah di Indonesia.
- <https://moeslema.com/56>. 7 Hotel Syariah di Indonesia yang ramah Muslim.
- <https://www.travel.detik.com>. (2016) Indonesia masuk kedalam nominasi World Halal Travel Award.
- <https://www.pegipegi.com/travel/10-hotel-syariah-di-indonesia-di-bawah-rp-400-ribu-untuk-ramadhan-bersama-keluarga/>. 10 Hotel Syariah di Indonesia, di Bawah Rp 400 Ribu untuk ramadhan bersama keluarga.
- <http://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population/>. Populasi Indonesia.
- Kohler, H. (2002). *Statistics for business and economics*. USA : Thomson-Learning, Inc.
- Koran, S. (2015, April 17). Melirik industri wisata Syariah, Retrieved from <https://nasional.sindonews.com/read/994209/162/melirik-industri-wisata-syariah-1430102169>
- Kotler, P. Alih bahasa oleh Molan, B. (2005). *Manajemen pemasaran jilid 1 (11th ed.)*. Jakarta: PT. Indeks .
- Kotler, P. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 (Ed. 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krisno, D., & Samuel, H. (2013). Pengaruh perceived quality, perceived sacrifice dan perceived quality terhadap customer satisfaction di informa innovative furnishing pakuwon Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* , 1-12.

- Kum, F. Y., & Thai, V. V. (2015). Service quality and customer satisfaction in liner shipping. *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 7, 170-183.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi : Bagaimana meneliti & menulis tesis*. Jakarta : Erlangga.
- Lestari, E. (2009, Oktober 5). Menyimak kepuasan pelanggan di mancanegara, Retrived from www.swa.co.id.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2008). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N.K. (2007). *Marketing research : An applied orientation (5th ed)*. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Margaret, C. (2012). *Analisis pengaruh hubungan antara kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan, kepuasan konsumen dan niat pembelian kembali pada layanan nilai tambah seluler*. Tesis, FE UI.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 4, 575-584.
- Morgan, N. A., Anderson, E. W., & Mittal, V. (2005). Understanding firms' customer satisfaction information usage. *Journal of Marketing*, 131-151.
- Muthoifin. (2015). Fenomena maraknya Hotel Syariah: Studi efektifitas, existensi, dan kesyariahan Hotel Syariah di Surakarta. *University Research Colloquium 2015*, 93-106.
- Petric, J. F. (2004). First timers' and repeaters' perceived value. *Journal of Travel Research*, 43, 29-38.
- Rangkuti, F. (2011). *Riset pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Raza, M. A., Siddiquei, A. N., Awan, H. M., & Bukhari, K. (2012). Relationship between service quality, perceived value, satisfaction and revisit intention in hotel industry. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Reseach in Business*, 788 - 805.
- Republik Indonesia, 2014 . *Peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif Republik Indonesia No 2 Tahun 2014 Tentang pedoman penyelenggaraan usaha Hotel Syariah*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Republik Indonesia, 2014. *Undang-undang No 10 tentang kepariwisataan*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Republik Indonesia. *Ketentuan usaha bidang perhotelan, Bab VII Ps. 24 ayat 1*. Jakarta: Sekretariat Negara.

- Ruswandi. (2008, Oktober 27). Hotel dengan kaidah Syria's, Retrieved from <http://mentoringku.wordpress.com/2008/10/27/hotel-dengan-kaidahsyariah/>.
- Santoso, S. (2006). *Menggunakan SPSS untuk statistik parametric*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J., & Martadiredja, T. (2008). *Riset bisnis untuk pengambilan keputusan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Shemwell, D. J., Yavas, U., & Bilgin, Z. (1998). Customer-service provider relationship: an empirical test of a model of service quality, satisfaction and relationship-oriented outcomes. *International Journal of Service Industry Management*, 155-168.
- Sofyan , R. (2012). *Prospek bisnis pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika.
- Sugiyono. (2002). *Metode penelitian bisnis (4th ed.)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Steadmon, C., & Kasavana, M. (1990). *Managing front office operations*. Michigan: Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing* 77, 203-220.
- Teas, R. K., & Agarwal, S. (2000). The Effects of extrinsic product cues on consumers' perceptions of quality, sacrifice, and value. *Journal of Academy of Marketing Science*, 28, 278-290.
- Tjiptono, F. (1994). *Analisis kepuasan pelanggan sebagai dasar penyusunan strategi pemasaran defensif pada novell computer Yogyakarta*. Tesis Tidak Dipublikasikan, FE UGM.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2004). *Perspektif manajemen dan pemasaran kontemporer*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2011). *Service quality and satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Widyagdyo, G., K. (2015). Analisis pasar pariwisata halal Indonesia. *The Journal of Tauhidinomics*, Vol. 1, No 1:73-80.
- Widyarini. (2013). Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1-12.

- Wijaya, S., Widjaja, D. C., & Hariyanto, A. (2016). The underlying factors affectig consumers' behavioral intentions in foodservice business in Surabaya, Indonesia. *Heritage, Culture and Society*, 53 - 57
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price,quality and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 2-22.
- Zeithaml, V.A. (2000). Service quality, profitability, and the economic worth of customers: What we know and what we need to learn. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 67-85
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 31-46.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, J. M. (2003). *Services marketing: Intergrating customer focus across the firm (3rd ed.)*. Boston, MA: McGraw-Hill/Irwin.