BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Terjadinya krisis ekonomi di kawasan Asia tenggara berawal dari terjadinya ambruknya nilai mata uang Thailand yaitu Bath pada bulan Juni tahun 1997 dan kemudian krisis itu mulai menyebar ke Negara kita Indonesia dengan dimulainya krisis keuangan dan moneter, dan puncaknya pada peralihan kepemimpinan pada masa reformasi itu membawa banyak dampak negatif dari hampir sektor yaitu sektor bisnis, pertanian, perbankan, dan lain-lain. Setelah masa Reformasi itu perekonomian Indonesia itu perlahan-lahan mulai membaik ditandai dengan masuknya Indonesia menjadi anggota G-20 yang merupakan KTT negara-negara maju yang pada saat itu dipimpin oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono.

Pada zaman sekarang ini perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin maju, baik dalam bidang industri properti maupun jasa. Menurut Direktur Eksekutif Pusat Studi Properti Indonesia (PSPI) Panangian Simanungkalit mengatakan bisnis perumahan dan townhouse di tengah kota bakal bertumbuh 12%. Sedangkan bisnis ruko, rukan, dan apartemen di lokasi strategis akan tumbuh 10-15%. Sementara, bisnis perkantoran dan hotel tumbuh 10-12%. Di bisnis properti lain sepertibisnis mal dan trade center akan meningkat 5-7%.[1]

Dari data tersebut bisnis dari sektor jasa akan meningkat di kota-kota besar Indonesia termasuk di kota Surabaya yang merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Salah satu usaha dari sektor jasa adalah bisnis perhotelan yang merupakan bisnis di bidang jasa. Menurut Kotler, jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat

[1]Ferdy "Bisnis Investasi Perumahan dan Properti", dalam www.facebook.com/pages/konsultan-perencana-pelaksana-bisnis-Investasi-perumahan-dan-Property/, diakses pada 20 November 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. [2] Semakin pesatnya perkembangan zaman di berbagai bidang berdampak pada semakin kompleksnya kebutuhan akan barang dan jasa.

Hal inilah yang mendorong tumbuhnya berbagai industri sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan yang bersifat dinamis dengan sumber daya terbatas. Hotel merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa akomodasi dan segmen pasarnya adalah para tamu yang datang untuk tujuan menginap atau istirahat dan urusan bisnis. Oleh karena itu, tempat yang bersih, nyaman dan aman adalah menjadi hal yang dibutuhkan konsumen saat ini. Hotel bukan merupakan suatu objek pariwisata melainkan hanya merupakan sarana dalam di bidang kepariwisataan.

Berbagai hotel berlomba-lomba meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang ada untuk bersaing dengan hotel lain. Ini merupakan sebuah kewajiban bagi pihak hotel untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumennya. Jadi, didalam dunia bisnis tidak terkecuali hotel syariah kepuasan konsumen adalah menjadi salah satu yang paling diutamakan, karena hal itulah yang akan menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha perhotelan.

Bahkan konsumen yang tidak puas tentu tidak akan mengulangi atau tidak memilih lagi jasa akomodasi yang sama, apalagi sekarang didukung dengan banyaknya pilihan jasa perhotelan yang lain, sehingga membuat mereka memiliki banyak perbandingan untuk memilih hotel mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginannya mereka.

Dengan melihat kondisi semacam ini mendorong produsen untuk melebarkan sayapnya di bidang perhotelan, maka tidak mengherankan jika akhir-akhir ini bisnis di bidang perhotelan semakin marak, banyak

[2]Rambat Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Salemba: Jakarta, 2008), 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perusahaan muncul dengan memberikan berbagai macam fasilitas dalam menawarkan produknya .

Walaupun saat ini perkembangan yang berbasiskan syariah sedang mengalami peningkatan yang cukup signifikan, namun perkembangan khususnya di bidang perhotelan masih kurang diminati, hal ini dikarenakan sebagai berikut :[3]

1. Masyarakat banyak menganggap hotel syariah dan hotel konvensional adalah sama.
2. Masih kurangnya promosi yang dilakukan oleh hotel syariah.
3. Kurangnya fasilitas yang dapat menarik perhatian masyarakat banyak.
4. Adanya anggapan bahwasannya hotel syariah hanya khusus untuk orang muslim.
5. Belum ada dukungan dari organisasi masyarakat (ORMAS) Islam, dan lain-lain.

Sejalan dengan hal tersebut upaya untuk memperkenalkan dan mempromosikan hotel syariah terus ditingkatkan dengan tetap meningkatkan fasilitas dan pelayanan serta mengikuti aturan-aturan hukum syariah. Untuk menunjang keberhasilan usaha perlu memperhatikan arti pemasaran. Pemasaran itu sendiri menurut Kotler dan Keller adalah sebuah proses kemasyarakatan di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas menukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.[4]

Untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dihasilkan, sebuah perusahaan dituntut untuk melakukan serangkaian proses promosi, begitu pula dengan bisnis perhotelan. Melalui promosi diharapkan proses

---

[3]Riefa, "Hotel Syariah", dalam http://muchammadriefa.blogspot.com/hotel-syariah/ diakses pada 5 oktober 2014.

[4]Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas* (Jakarta: Erlangga, 2008), 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemasaran dapat berjalan dengan lancar. Seperti halnya produk-produk lain, pemasaran bisnis perhotelan dilakukan menggunakan berbagai media. Pemasaran perhotelan dapat mudah ditemui dalam bentuk iklan di koran, baliho, poster, brosur, spanduk, dan atau media promosi konvensional lainnya.

Namun seperti halnya masalah yang dihadapi hotel syariah adalah banyak masyarakat lain menganggap bahwa hotel syariah hanya untuk orang Islam bukan untuk orang non Islam dan masih kurang promosi yang dilakukan oleh hotel syariah untuk menarik masyarakat. Hal tersebut menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi hotel syariah untuk lebih mengembangkan lagi usahanya untuk menjadi lebih baik lagi.

Banyak peneliti yang sudah melakukan penelitian terhadap hotel nya hanya memandang bisnis tersebut sebagai usaha komersil sehingga tidak dengan konsep kekeluargaan untuk kemaslahatan bersama. Hotel Syariah Walisongo merupakan hotel yang berdiri dengan menjalankan prinsip-prinsip syariah. Hotel Syariah Walisongo yang berlokasi di kawasan religi sunan ampel ini memiliki keunikan tersendiri dari hotel-hotel lainnya. Hal yang membedakan Hotel Syariah Walisongo dengan hotel-hotel lainnya adalah penginapan yang bernuansa islami seperti pelayanan dan fasilitas yang diberikan mencerminkan nilai islami dan bernuansa religi. Sebagai contoh sederhananya, dimulai proses chek in yaitu jika ada pasangan yang ingin menginap harus menunjukkan kartu identitas sebagai tanda pasangan tersebut sudah sah menjadi suami-istri, semua karyawan mengenakan busana yang menutup aurat, dan hotel juga menyediakan makanan dan minuman yang tentunya halal.[5]

Dengan nuansa religi dan nilai islami tersebut, Hotel Syariah Walisongo diharapkan tetap dapat memberikan kenyamanan dan pelayanan yang maksimal kepada konsumennya, tetapi apakah dari pihak manajemen perhotelan ini dapat menyusun strategi dan program yang

[5]Syarifudin, *Wawancara*, Surabaya, 1Desember 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada untuk mempertahankan konsumen dan memenangkan persaingan sedangkan mulai banyak bermunculan baik hotel konvensional maupun hotel yang berkonsepkan syariah serta banyak dari masyarakat belum paham dengan hotel syariah bahkan banyak yang belum menengenalnya.

Mengingat keunikan Hotel Syariah Walisongo yang berani memposisikan diri sebagai penyedia jasa akomodasi yang berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah dan menggunakan strategi pemasarannya yang berbasis syariah. Berdasarkan latar belakang atau realita di atas maka penulis bermaksud mengangkat judul penelitian "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Hotel Syariah (Studi Pada Hotel Syariah Walisongo Surabaya)".

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan, maka masalah yang dapat diidentifikasikan pada skripsi yang berjudul "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Hotel Syariah (Studi Pada Hotel Syariah Walisongo Surabaya)" adalah sebagai berikut:

a. Faktor apa yang membuat konsumen memilih hotel syariah.
b. Kualitas produk dan layanan terhadap konsumen.
c. Banyaknya pesaing di bidang perhotelan.
d. Potensi dan segmentasi pasar yang beragam.
e. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen memilih oleh Hotel Syariah Walisongo.

2. Batasan Masalah.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, peneliti membatasi masalah pada pokok batasan yakni:

a. Faktor apa yang membuat konsumen memilih Hotel Syariah Walisongo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Faktor-faktor apa saja yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih Hotel Syariah Walisongo.

C. Rumusan Masalah.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat kita jabarkan rumusan masalah pokok sebagai berikut:

1. Apa faktor-faktor yang mendasari konsumen dalam memilih Hotel Syariah ?
2. Bagaimana analisis faktor-faktor yang paling mempengaruhi konsumen dalam memilih Hotel Syariah ?

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran kajian kepustakaan yang penulis lakukan, berikut ada beberapa penelitian yang terkait dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Penelitian dahulu yang terkait dengan pembahasan penelitian ini adalah :

1. Penelitian dari Ayoe Niken Pratiwi *"Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan Bank syari'ah (Studi Kasus di Kota Surakarta)".* Bertujuan Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas keagamaan muslimin, tingkat pendidikan muslimin, dan tingkatan pendapatan muslimin terhadap keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan bank syariah di Kota Surakarta. Dalam penelitian ini diketahui bahwa variabel Kualitas Keagamaan Muslimin merupakan variabel yang paling berpengaruh karena memberikan tambahan keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan bank syariah di Kota Surakarta.[6]
2. Penelitian dari Lilis Yuliati *"Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat berinvestasi sukuk".* Bertujuan untuk menganalisis antara faktor-faktor resiko dengan atribut produk yang mempengaruhi minat

[6] Ayoe Niken Pratiwi, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim untuk Menggunakan Bank Syari'ah" (Studi Kasus di Kota Surakarta)"(Skripsi--Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2010).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

publik terhadap investasi Sukuk Islam SR001 dan untuk mengetahui daya tarik Sukuk Bank Islam SR001 menurut para investor. Dalam penelitian ini diketahui bahwa risiko investasi dan atribut produk Islami berpengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi, hal ini terbukti dari hasil uji statistiknya, secara Uji F maupun uji T.[7]

3. Penelitian dari M Rhendria Dinawan yang meneliti tentang *"Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha MIO PT Harpindo Jaya Semarang)".* Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga kompetitif, dan citra merk terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Mio di Semarang. Dalam penelitian ini diketahui bahwa citra merk paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Semarang.[8]

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak dalam metode penelitian, objek yang diteliti, dan fokus pembahasan. Dalam penelitian yang akan saya angkat akan membahas tentang Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Hotel Syariah (Studi Pada Hotel Syariah Walisongo Surabaya), dengan begitu perbedaan yang mencolok dari penelitian saya dengan yang terdahulu adalah menyertakan keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Syariah Walisongo Surabaya.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

---

[7] Lilis Yuliati, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Sukuk" (Skripsi—Universitas Jember, 2011).

[8] M Rhendria Dinawan "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian: Studi Kasus pada Konsumen Yamaha MIO PT Harpindo Jaya Semarang" (Skripsi—Universitas Diponegoro, Semarang, 2010).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen memilih Hotel Syariah Walisongo Surabaya.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Hotel Syariah Walisongo Surabaya.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna dalam dua aspek:

1. Segi Teoritis
   a. Menambah wawasan tentang ilmu pemasaran dari segala bidang khususnya perhotelan, yang mana dapat digunakan sebagai rujukan dalam mengerjakan tugas atau skripsi lain.
   b. Memberikan masukan kepada akademisi untuk melakukan kontribusi terhadap pengembangan terhadap kegiatan ekonomi secara Islami.
2. Segi Praktis
   a. Bagi Hotel, sebagai masukan dan Ide-ide inovatif dalam melakukan kegiatan ekonomi untuk lebih berkembang lagi dan sesuai dengan ketentuan agama Islam.
   b. Bagi Pihak lain, memberi masukan dan informasi kepada pihak manajemen Hotel Syariah Walisongo yang tepat untuk mengembangkan usaha perhotelannya menjadi lebih baik, serta dapat menjadi refrensi atau literatur untuk penelitian lebih lanjut.

G. Definisi Operasional

Agar lebih memudahkan dalam memahami isi skripsi ini, maka penelitian ini mendefinisikan beberapa istilah, antara lain:

Analisis : Analisis dalam penelitian ini merupakan proses menggali informasi atau data yang telah diperoleh dari responden, agar diketahui konsumen dalam memilih hotel syariah.

Konsumen : Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Hotel Syariah : Suatu perusahaan jasa penginapan yang dikelola oleh pemiliknya dengan konsep aturan-aturan hukum Islam dimulai dengan proses Chek In yaitu setiap pasangan yang mau menginap di hotel harus menunjukan kartu identitas yang sama alamatnya dengan salahsatu pasangannya, termasuk makanan-minuman yang halal.[9] Seperti, Hotel Syariah Walisongo adalah Hotel yang berkonsepkan syariah yang terletak di kawasan religi sunan ampel Surabaya.

H. Metode Penelitian

Untuk memberikan gambaran tentang metode penelitian, penelitian ini ditulis dengan metode penelitian kualitatif sebagai berikut:

1. Data yang dikumpulkan
   a. Data dari konsumen dalam memilih hotel syariah melalui wawancara dan dokumentasi.
   b. Data tentang apa yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih hotel syariahdi Hotel Syariah Walisongo melalui wawancara dan dokumentasi.
2. Sumber Data
   a. Sumber primer

      Sumber primer yakni subjek penelitian yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data secara langsung atau yang sering dikenal dengan istilah *interview* (wawancara).[10]

      Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *snowball sampling*: teknik pengambilan sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar. Hal ini

[9]Syarifudin, *Wawancara*, Surabaya, 1Desember 2014
[10] Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007), 91.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan karena dari sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari orang lain yang dapat digunakan sebagai sumber data.[11] Dalam penelitian ini pada awalnya penulis menggunakan 10 orang untuk diwawancarai, namun karena data yang didapat belum memuaskan maka sampel berkembang menjadi 22 orang yang terdiri dari 2 orang manajer dan staf Hotel Syariah Walisongo dan 20 orang diantaranya menjadi konsumennya.

a. Sumber primer tersebut yakni:
   1. Pihak manajemen Hotel Syariah Walisongo
   2. Konsumen Hotel Syariah Walisongo
b. Sumber sekunder

   Adapun sumber data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber dari data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini, data sekunder itu berupa dokumen. Adapun metode pengumpulan datanya disebut data dokumentasi, dimana metode ini digunakan untuk mendapatkan data berupa data tertulis seperti buku, makalah, laporan penelitian dokumen dan lain sebagainya.[12]

   Sumber sekunder meliputi:

   1) *Bank Syari'ah bagi Bankir dan Praktisi Keuangan* , karya Muhammad Syafi'i Antonio.
   2) *Ekonomi Islam*, karya Adiwarman A. Karim.
   3) *Manajemen Pemasaran*, karya P. Kotler dan Kevin Lane Keller.
   4) *Perbankan Syariah*, karya Drs. Ismail.
   5) *Konsep Ekonomi Islam*, karya Heri Sudarsono.
   6) *Penelitian Kualitatif*, karya Burhan Bungin.
   7) *Perilaku Konsumen Komunikasi pemasaran*, karya Sutisna.

---

[11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 219.
[12] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Sebuah Pendekatan Praktek,* ed. 5 (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 206.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8) *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataan,* karya P. Kotler dan Kevin Lane Keller.

9) *Syariah Marketing.* Karya Hermawan Kartajaya, dan Muhammad Syakir Sula

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara adalah kegiatan mencari bahan (keterangan/pendapat) melalui tanya jawab lisan dengan siapa saja yang diperlukan dalam penelitian.[13] Oleh karena ini peneliti mengadakan tanya jawab secara langsung dengan beberapa pegawai Hotel Syariah Walisongo dan konsumennya.

b. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen.[14] Pengumpulan data yang dlakukan oleh peneliti ini dengan cara menelaah dokumen-dokumen yang berkaitan dengan proses keputusan konsumen untuk memilih hotel syariah dan pihak hotel itu sendiri.

4. Teknik Pengolahan Data

Setelah data berhasil dihimpun dari lapangan, maka penulis menggunakan teknik pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut:

a. *Editing,* yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.[15] Dalam hal ini penulis hanya mengambil data yang akan dianalisis dalam rumusan masalah saja.

b. *Organizing,* yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah

[13] Usman Rianse dan Abdi, *Metodologi Penelitian: Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), 219.
[14] M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 87.
[15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 243.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

direncanakan dengan rumusan masalah yang sistematis.[16] Penulis melakukan pengelompokan data yang dibutuhkan untuk dianalisis dan menyusun data tersebut dengan sistematis untuk memudahkan penulis dalam menganalisa data.

c. Penemuan hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.[17]

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan usaha untuk memberikan interpretasi terhadap data yang telah disusun. Pemberian interpretasi ini dapat berupa kerangka ataupun menarik kesimpulan terhadap data yang telah disusun.

Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif analisis. Metode deskriptif analisis merupakan metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang ada.[18] Tujuan dari metode ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai objek penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Kemudian data tersebut diolah dan dianalisis dengan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum. Fakta-fakta yang dikumpulkan adalah analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Hotel Syariah Walisongo. Penulis mulai memberikan pemecahan persoalan yang bersifat umum,

[16]Ibid., 245.
[17]Ibid., 246.
[18]Ibid., 105.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melalui penentuan rumusan masalah sementara dari observasi awal yang telah dilakukan. Dalam hal ini penelitian dilakukan di Hotel Syariah Walisongo.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang dilakukan, penelitian ini ditulis dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab satu berisi pendahuluan, pada bab ini didalamnya meliputi latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab Dua (Kerangka Teoritis dan Kerangka Konseptual) yang berisi tentang teori pemasaran yang terdiri dari pengertian pemasaran, strategi pemasaran, konsep pemasaran dalam Islam. Teori dari perilaku konsumen yang terdiri dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, serta ditambahkan dengan teori konsumen yang terdiri dari pengertian konsumen, jenis-jenis konsumen, dan kebutuhan konsumen.

Bab Tiga berisi tentang data penelitian, pada bab ini menjelaskan definisi dan pengetian dari hotel, berisi tentang data Hotel Syariah Walisongo meliputi: profil Hotel Syariah Walisongo, produk-produk yang ada di Hotel Syariah Walisongo, dan struktur manajemen pada Hotel Syariah Walisongo.

Bab Empat berisi analisis data, pada bab ini memuat hasil dari penelitian yang berupa analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Hotel Syariah Walisongo.

Bab Lima yang merupakan bagian penutup, pada bab ini memuat tentang kesimpulan dan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id