

Diterima: 04 Nov 2024 Direvisi: 30 Nov 2024 Disetujui: 03 Des 2024 Dipublikasi: 3 Des 2024

## PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGINAPAN SYARIAH IKHLAS BERAMAL BANGKALAN

Ajeng Febriana Dwi Lestari<sup>1)</sup>\*, Trischa Relanda Putra<sup>2)</sup>

<sup>12</sup>Fakultas Keislaman, Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Trunojoyo Madura

Email Korespondensi<sup>1)</sup>\* : 210721100136@student.trunojoyo.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menginap di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan. Dari populasi 440 orang, dipilih sampelnya berjumlah 100 responden yang ditetapkan menggunakan rumus Slovin. Data diambil menggunakan kuisioner dengan skala likert. Analisis data mencakup uji instrument, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji T, uji F, serta koefisien determinasi. Hasil uji t penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam secara parsial tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan, sementara kualitas pelayanan secara parsial mempengaruhi kepuasan pelanggan. Namun hasil uji F secara simultan kedua variabel tersebut bersama sama mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kesimpulannya secara simultan etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan secara parsial hanya kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan.

**Kata kunci:** Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

## THE INFLUENCE OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF IKHLAS BERAMAL BANGKALAN SHARIA INN

### Abstract

This research aims to determine the influence of Islamic business ethics and service quality on customer satisfaction at the Ikhlas Beramal Bangkalan Sharia Inn. The population in this study was customers who stayed at the Ikhlas Beramal Bangkalan Sharia Inn. From a population of 440 people, a sample of 100 respondents was selected which was determined using Slovin's formula. Data were retrieved using a questionnaire with a likert scale. Data analysis includes instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression, T tests, F tests, and determination coefficients. The results of this research test show that Islamic business ethics does not partially affect customer satisfaction, while service quality partially affects customer satisfaction. However, the results of the simultaneous F test of the two variables together influence customer satisfaction. The conclusion simultaneously, Islamic business ethics and service quality have a significant influence on customer satisfaction, while partially only service quality has an influence on customer satisfaction Sincerity Sharia Inn for Charity in Bangkalan.

**Keywords:** Islamic Bussines Ethics, Service Quality, Customer Satisfaction

### PENDAHULUAN

Bisnis Syariah telah menjadi tren signifikan dalam ekonomi modern saat ini. Para praktisi ekonomi Islam berupaya untuk mendorong sistem ekonomi yang diharapkan dapat menggantikan dan menyempurnakan sistem ekonomi konvensional yang masih

bergantung pada bunga (Adli, 2021). Perkembangan pesat bisnis syariah telah menarik perhatian besar kalangan kaum muslim. Salah satu bentuk bisnis syariah yang semakin populer adalah industri jasa, khususnya hotel syariah. Menurut Fatwa DSN-MUI 108/2016 (Aturan Tentang Hotel Syariah Di Indonesia, 2021), usaha perhotelan adalah usaha dengan tujuan mencari keuntungan dengan menyediakan jasa penginapan pada suatu tempat atau bangunan yang menyediakan berbagai fasilitas seperti makanan, minuman, hiburan, dan layanan lainnya. Sementara itu, syariah yakni prinsip dari hukum Islam yang dituangkan pada Fatwa dan disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia. Hotel syariah wajib beroperasi sesuai dengan etika bisnis Islam beserta prinsip-prinsip Islam supaya tidak ada praktik yang bertentangan dengan hukum Islam (Muhyiddin & Yuliandari, 2023). Dalam perspektif Islam, bisnis dipandang sebagai aktivitas duniawi yang juga bernilai ibadah, dengan tujuan memperoleh pahala di akhirat. Konsep ini menekankan betapa pentingnya menjalankan bisnis tidak hanya untuk keuntungan material, akan tetapi juga sebagai sarana beribadah dan mendapatkan keberkahan (D. A. Rahmawati & Faraby, 2023).

Kepuasan pelanggan merupakan kunci utama dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan berdampak signifikan terhadap keberhasilan suatu usaha, terutama dalam sektor jasa penginapan syariah. Konsep ini berkaitan dengan bagaimana pelanggan mengevaluasi produk atau layanan yang mereka terima. Dalam konteks penginapan syariah, memberikan kepuasan pelanggan sangat penting untuk menarik dan mempertahankan para pelanggan. Kepuasan pelanggan muncul ketika ada perbandingan antara harapan dan kinerja layanan yang diterima (Sambodo Rio Sasongko, 2021). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terutama di penginapan syariah meliputi kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf maupun karyawan pelanggan. Penginapan Syariah Ikhlas Beramal seperti proses reservasi baik secara online maupun offline serta kemudahan proses pembayaran saat pemesanan kamar, kemudian fasilitas sesuai prinsip syariah, penyediaan fasilitas seperti makanan halal, ruang untuk sholat, dan fasilitas kebersihan untuk pelanggan. Selanjutnya yakni faktor persepsi harga dimana pelanggan menilai harga yang ditawarkan dibandingkan dengan kualitas layanan yang diterima, harga juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan hingga 24,6 % (N. T. Rahmawati et al., 2022). Jika harga yang diberikan terlalu tinggi tanpa disertai kualitas pelayanan yang baik dan memadai, para pelanggan cenderung tidak puas. Dengan demikian, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di penginapan syariah, penting untuk fokus pada peningkatan kualitas pelayanan, penyediaan fasilitas sesuai syariah, dan penetapan harga yang kompetitif.

Hotel syariah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas bisa membangun kepercayaan pelanggan dan mendorong kunjungan berulang oleh pelanggan (Riana & Nafiati, 2021). Etika bisnis Islam memegang peranan penting dalam memengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Etika bisnis Islam mencakup praktik bisnis yang relevan dengan Islam, mencakup prinsip tauhid, keseimbangan, tanggung jawab dan kehendak bebas. Etika bisnis Islam yang diterapkan dengan baik berkaitan erat dengan pelayanan yang baik, yang pada akhirnya sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan adanya etika bisnis Islam dalam suatu usaha tanpa melanggar prinsip Islam, perusahaan akan dapat memperoleh kepuasan dari pelanggan. Hal ini pada gilirannya perusahaan berpotensi meraih pemasukan yang lebih besar dimasa mendatang (Istiqomah & Nurhidayati, 2023).

Penginapan syariah Ikhlas Beramal Bangkalan menerapkan etika bisnis Islam dengan menganggap setiap pelanggan sebagai saudara dan memberikan pelayanan yang hangat dan ramah sesuai dengan ajaran agama Islam tentang pentingnya menjamu tamu dengan baik. Selain itu, Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan mengedepankan prinsip tolong menolong, berusaha memberikan pelayanan terbaik tanpa diskriminasi terhadap pelanggan. Akan tetapi masih ada beberapa permasalahan terkait etika bisnis Islam yang perlu diatasi, terutama mengenai kejujuran informasi dari pelanggan. Seringkali ada pelanggan yang memberikan data diri yang tidak sesuai, seperti menggunakan identitas pasangannya yang berbeda dari KTP atau buku nikah yang diserahkan, terkadang yang memasuki kamar berbeda orang dengan data diri yang diberikan kepada pihak resepsionis penginapan. Situasi ini perlu adanya pengawasan dan ketelitian penuh dari pihak penginapan untuk menangani permasalahan ini sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

Kualitas pelayanan memegang peran penting dalam bisnis syariah khususnya di bidang perhotelan karena untuk mencapai suatu kepuasan pelanggan. Kepuasan ini terwujud ketika ekspektasi pelanggan terpenuhi atau bahkan terlampaui oleh pelayanan yang diterima pelanggan. Dalam era sekarang persaingan hotel yang semakin ketat, menjaga dan meningkatkan standar pelayanan yang baik menjadi prioritas utama (Hastuti, 2019). Gagasan tentang kualitas pelayanan dalam perspektif Islam melibatkan aspek etika yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan hotel syariah meliputi bagaimana perusahaan dan karyawannya menerapkan nilai Islam dalam interaksi dengan pelanggan. Bagi seorang Muslim hendaknya senantiasa memberikan pelayanan berdasarkan prinsip-prinsip Islam bukan hanya untuk tuntutan bisnis, akan tetapi bagian dari upaya meningkatkan ketakwaan. Islam mengajarkan bahwa dalam berbisnis baik produk maupun jasa, kualitas pelayanan yang baik harus tetap diutamakan. Sebaliknya, memberikan kualitas pelayanan yang buruk sangat tidak dianjurkan dalam ajaran Islam (Faradannisa & Supriyanto, 2022).

Penginapan syariah Ikhlas Beramal Bangkalan telah menerapkan prinsip pelayanan yang ramah. Kualitas pelayanan yang diberikan mencakup keramahan dan fasilitas yang mendukung ibadah seperti mushola, penyediaan makanan dan minuman yang halal. Penekanan pada keikhlasan dalam melayani membuat pelanggan merasa nyaman dan puas. Ada beberapa faktor yang menjadi daya tarik pengunjung untuk menginap di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan termasuk dari lokasinya yang strategis di jantung kota Bangkalan, dekat dengan pusat perbelanjaan. Selain itu, sistem pelayanan penginapan yang sesuai dengan prinsip syariat Islam dan tarif penginapan yang sangat terjangkau juga menjadi alasan utama bagi tamu untuk memilih Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan (Putri, Tivani, 2024). Penginapan syariah ikhlas beramal Bangkalan juga menghadapi beberapa tantangan atau sering kali menghadapi kesulitan dalam menyelaraskan prinsip syariah dengan praktik bisnis sehari-hari. Masalah yang dihadapi adalah ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan pemesanan baik secara online maupun telepon serta pelayanan resepsionis yang dianggap kurang, hal ini disebabkan oleh keterbatasan jumlah karyawan sehingga saat banyak pesanan kamar masuk, respons menjadi lambat. Selain itu dari segi fasilitas seperti kamar mandi dan AC sering kali tidak berfungsi dengan baik. Meskipun demikian, penginapan Syariah ikhlas beramal Bangkalan berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas dengan dasar nilai-nilai syariah. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan penting bagi pengelola penginapan syariah ikhlas Beramal untuk terus memperbaiki standart

opersional dan memastikan aspek pelayanan memenuhi harapan pelanggan.

Penelitian sebelumnya melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam berbagai konteks bisnis. Penelitian oleh Pitriani dkk (2020) menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam secara parsial tidak berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan. Di sisi lain kualitas manajemen pelayanan secara positif signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian Rais (2021a) hasil penelitiannya menunjukkan terdapat pengaruh dari etika bisnis Islam pada tingkat kepuasan para pelanggan, faktor tersebut berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Risma dkk (2019) mengungkapkan bahwasanya tingkat kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi penerapan etika bisnis Islam, namun dipengaruhi secara positif signifikan oleh kualitas manajemen pelayanan. Selanjutnya penelitian oleh Lilit & Yoga (2021) menyatakan bahwasanya secara parsial dan simultan prinsip-prinsip etika bisnis sesuai syariat Islam serta kualitas pelayanan yang disajikan berpengaruh penting kepada tingkat kepuasan pelanggan. Selanjutnya penelitian oleh Nurul & Maulida (2023) menunjukkan bahwa etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan bersama-sama memiliki dampak terhadap kepercayaan konsumen. Di samping itu, kedua faktor tersebut juga secara bersamaan memengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Selanjutnya penelitian oleh Trisya dkk (2021) menunjukkan bahwasanya Etika Bisnis Islam pengaruhnya positif dan tidak signifikan pada Kepuasan Konsumen Muslim, di samping itu kualitas pelayanan terbukti memengaruhi tingkat kepuasan konsumen Muslim secara positif dan signifikan. Kemudian penelitian oleh Fathul & Syaiful (2022) menunjukkan bahwasanya kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas semuanya memiliki dampak positif pada kepuasan pelanggan. Dalam hal kualitas layanan dan biaya, fasilitas memiliki pengaruh terbesar pada tingkat kepuasan pelanggan. Berikutnya penelitian oleh Fauzyah (2021) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan positif dipengaruhi oleh empat faktor sekaligus yaitu mutu pelayanan, biaya, tempat, dan kepatuhan pada prinsip syariah.

Meningkatnya minat masyarakat terhadap penginapan syariah disebabkan karena jaminan keamanan dan kesesuaian dengan prinsip Islam dalam berbisnis. Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan banyak mendapatkan perhatian dari berbagai pelanggan terutama karena konsep syariahnya yang unik serta fasilitas yang ditawarkan, ada beberapa ulasan dan review mengenai penginapan yakni dari segi kamar dan tarif, banyak pelanggan yang bilang tertarik dengan tarif yang murah mulai dari kamar standart mulai harga Rp. 175.000 per malam sampai kamar VIP mulai harga Rp. 250.000 per malam dilengkapi dengan AC, TV serta fasilitas lainnya yang memadai. Selanjutnya banyak pelanggan yang memuji bahwa penginapan ini bagus dan sudah ada dukungan dan hubungan erat dari kementerian Agama yang membuat kredibilitas sebagai tempat menginap sesuai dengan nilai Islam meningkat. Selanjutnya banyak juga pelanggan yang merekomendasikan penginapan ini untuk keperluan dinas secara resmi karena lokasi dan fasilitasnya yang mendukung, dan juga setiap ada pertandingan sepak bola selalu memesan semua kamar untuk menginap seperti pertandingan sepak bola Madura United, Bali united, liga Indonesia dan lainnya. Secara keseluruhan, review dan pengalaman pelanggan menunjukkan bahwa Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan menjadi pilihan menarik bagi pelanggan yang mencari penginapan syariah di Bangkalan.

Penelitian ini memperluas cakupannya, tidak terbatas pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, tetapi juga mengkaji penerapan etika bisnis Islam di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengevaluasi

apakah etika bisnis Islam telah diimplementasikan dengan baik di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan. Sebagai umat Muslim yang mengelola usaha penginapan, penting untuk mematuhi aturan etika bisnis sesuai ajaran Islam dan mempertahankan kualitas pelayanan agar dapat bersaing dengan Penginapan syariah lainnya. Permasalahan yang dibahas pada penelitian ini berkaitan dengan mendalami etika bisnis Islam serta kualitas pelayanan yang berpengaruh pada kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam terkait pengaruh dari etika bisnis dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Jenis datanya menggunakan data primer, diperoleh dari pelanggan penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan dengan mengisi kuisioner dari skala Likert. Penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif bertujuan untuk memastikan keakuratan data dari hasil penelitian di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan.

### Populasi Dan Sampel

Populasi penelitian yaitu pelanggan Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan. Populasi penelitian terdiri dari 440 orang selama bulan Januari sampai Maret 2024. Metode *non probability sampling* yakni *purposive sampling* untuk menentukan sampel didasarkan pada kriteria tertentu yang sudah ditetapkan dan dipertimbangkan oleh peneliti. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus *Slovin*, di bawah:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- e = Batas toleransi kesalahan

Berdasarkan rumus tersebut maka dapat dihitung jumlah sampelnya sebagai berikut:

$$n = \frac{440}{1 + 440 (0.1)^2} = \frac{440}{5.4} = 81,48$$

Maka n = 81,48 yang dibulatkan menjadi 100 responden

### Variabel Penelitian

#### Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Kepuasan pelanggan adalah salah satu target yang ingin dicapai bagi penyedia jasa sebab pelanggan yang merasa puas sangat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha. Konsep ini berkaitan erat dengan bagaimana pelanggan menilai suatu produk atau jasa yang mereka terima (Sambodo Rio Sasongko, 2021).

#### Variabel Independen ( Variabel Bebas)

##### 1. Etika Bisnis Islam

Menurut (Tivani & Dahruji 2024) etika bisnis Islam merupakan suatu tindakan bisnis yang mengacu kepada prinsip Islam yang dilakukan untuk bertujuan mengingat Allah

SWT dalam ibadah serta memiliki manfaat sebab etika bisnis tidak dibatasi oleh jumlah harta yang dimiliki, baik barang maupun jasa, serta keuntungannya yang dihasilkan.

## 2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dipandang sebagai usaha untuk memperoleh tenaga kerja berkualitas yang profesional sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan yang memerlukan keterampilan dan keahlian serta mampu menjalankan tugas secara efektif dan efisien (Ermawati & Sidiq, 2021)

Adapun operasional variabel dalam penelitian ini yaitu:

**Tabel 1**

**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Ukur
Kepuasan Pelanggan	1. Melakukan pembelian berulang 2. Menggunakan produk dan jasa antar lini Memberikan rekomendasi kepada orang lain	1. Mengingat kembali di Syariah Ikhlas Beramal	Penginapan Skala Likert
		2. Membeli produk di toko penginapan (makanan, minuman dll)	
		3. Pelanggan selalu menentukan pilihan pertama kepada Penginapan	
		4. Pelanggan akan selalu menggunakan jasa penginapan	
		5. Pelanggan tidak akan berkunjung ke penginapan/hotel lain	
		6. Pelanggan merekomendasikan kepada orang lain	
		7. Pelanggan memberi dorongan kepada saudara dan orang lain untuk menggunakan penginapan ini	
		Pelanggan selalu merekomendasikan kepada orang lain	
Etika Bisnis Islam	1. Tauhid 2. Keseimbangan 3. Kehendak bebas 4. Tanggung jawab	1. Bertujuan mencari ridho Allah	Skala Likert
		2. Berdasarkan prinsip dan tujuan ilahiyah	
		3. Mengintegritaskan aspek religiusitas dan ekonomi	
		4. Selalu memenuhi kebutuhan konsumen dengan adil	
		5. Bersumber dari penghasilan yang halal dan tidak ada unsur penipuan	
		6. Tidak membedakan ras, suku, dan status social	
		7. Bertindak berdasarkan aturan yang ditetapkan oleh Allah	
		8. Tidak ada intervensi dari pihak manapun	
		9. Bebas untuk membuat kontrak atau membatalkannya sesuai dengan etika berbisnis islam	
		10. Bertanggung jawab terhadap segala tindakanya	
		11. Bertanggung jawab atas keputusan yang diambil	

Kualitas Pelayanan	1. Bukti fisik 2. Keandalan 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. Empati	1. Fasilitas yang lengkap 2. Suasana dan kondisi nyaman dan aman 3. Bersikap yang sopan dan santun 4. Karyawan berpakaian sesuai syari'at Islam. 5. Penangani masalah dengan tepat 6. Tepat dalam pemberian keinginan penginap 7. Cepat dalam melakukan transaksi 8. Bersikap baik serta tidak melanggar syari'at Islam. 9. Selalu menanggapi keluhan dan segera melakukan perbaikan 10. Membantu kesulitan konsumen 11. Bertindak cepat 12. Menjamin Keamanan 13. Beretika sesuai syari'at Islam 14. Menjamin pelaksanaan syari'at Islam 15. Pengawasan guna menghindari perzinahan 16. Melayani dengan dilandasi iman 17. Adanya peringatan apabila melanggar syari'at Islam 18. Mengingatnkan shalat 5 waktu	Skala Likert
--------------------	--	--	--------------

### Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan analisis regresi berganda dengan *software* SPSS sebagaimana penjelasan (Sugiyono, 2018) sebagai berikut :

#### 1. Uji Kualitas Data

##### a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk memastikan seberapa akurat ukuran instrumen dapat mengukur variabel yang sedang diperiksa. Penggunaan uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah kuisioner benar-benar efektif dan relevan dalam mencapai hasil yang diinginkan. Ada beberapa penarikan kesimpulan dalam uji validitas yakni dinyatakan valid ketika nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel dan berlaku sebaliknya ketika tidak valid.

##### b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk memastikan instrumen yang dipakai memiliki konsistensi yang sesuai untuk mendapatkan data yang serupa pada subjek yang berbeda sehingga hasil data yang diukur bersifat andal. Menurut Sugiyono (2018) instrumen reliabel ditandai dengan nilai Alpha Cronbach  $> 0.60$ .

#### 2. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan melihat penyebaran data dalam penelitian memiliki nilai residual yang terdistribusi normal atau sebaliknya.

##### b. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinearitas bertujuan memastikan tidak terjadinya korelasi antar variabel bebas.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan memastikan varians tidak terdapat kesamaan.

**3. Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linear berganda pengujian untuk membuktikan terdapat pengaruh yang diterima variabel terikat dari beberapa variabel bebas. Pengujian ini memiliki persamaan, di bawah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y : Variabel Kepuasan Pelanggan
- a : Konstanta
- b1 : Koefisien variabel Etika Bisnis Islam
- b2 : Koefisien variabel Kualitas Pelayanan
- X1 : Etika Bisnis Islam
- X2 : Kualitas Pelayanan
- e : error

**4. Uji Hipotesis**

**a. Uji T**

Uji t bertujuan mengidentifikasi terdapat pengaruh tiap variabel bebas yang diterima variabel terikat. Penentuan keputusan dari uji ini dianggap terdapat pengaruh ketika t hitung > t tabel dengan sig. < 0.05 sehingga H<sub>1</sub> diterima dan tidak berpengaruh ketika kondisi sebaliknya sehingga H<sub>1</sub> ditolak.

**b. Uji F**

Uji f bertujuan mengidentifikasi terdapat pengaruh secara bersamaan yang diterima variabel terikat. Penentuan keputusan dari uji ini dianggap berpengaruh ketika f hitung > f tabel dengan sig. < 0.05 sehingga H<sub>1</sub> diterima dan tidak berpengaruh ketika kondisi sebaliknya sehingga H<sub>1</sub> ditolak.

**c. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Pengujian ini memiliki nilai 0-1 yang menunjukkan besar pengaruh pada pengujian variabel dalam penelitian sehingga mengarah pada 1 menunjukkan semakin besar pengaruh dan sebaliknya.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Penelitian**

Pengujian instrumen dengan validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan data dapat diuji hipotesis. Berdasarkan pengolahan data diperoleh sebagai berikut.

**Tabel 2**

**Hasil Uji Validitas Etika Bisnis Islam**

Pernyataan	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
Bertujuan mencari ridho Allah	0,694	0,3061	Valid
Berdasarkan prinsip dan tujuan ilahiyyah	0,755	0,3061	Valid
Mengintegritaskan aspek religiusitas dan ekonomi	0,630	0,3061	Valid
Selalu memenuhi kebutuhan konsumen dengan adil	0,664	0,3061	Valid
Dari penghasilan yang halal dan tidak ada unsur penipuan	0,645	0,3061	Valid
Tidak membedakan ras, suku, dan status social	0,645	0,3061	Valid
Bertindak berdasarkan aturan yang ditetapkan oleh Allah	0,581	0,3061	Valid



Tidak ada intervensi dari pihak manapun	0,709	0,3061	Valid
Bebas untuk membuat kontrak atau membatalkannya sesuai dengan etika berbisnis islam	0,608	0,3061	Valid
Bertanggung jawab terhadap segala tindakanya	0,699	0,3061	Valid
Bertanggung jawab atas keputusan yang diambil	0,675	0,3061	Valid

Sumber : data olahan peneliti SPSS, 2024

Sebagaimana hasil uji yang dipaparkan bahwasanya 11 pernyataan mulai dari pernyataan 1 hingga pernyataan 11 layak menjadi pengukuran variabel etika bisnis islam dengan  $R_{hitung} > 0,3061$ , dengan demikian dianggap valid serta bisa dipergunakan sebagai penelitian.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan**

Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Fasilitas yang lengkap	0,717	0,3061	Valid
Suasana dan kondisi nyaman dan aman	0,689	0,3061	Valid
Bersikap yang sopan dan santun	0,801	0,3061	Valid
Karyawan berpakaian sesuai syari'at Islam.	0,745	0,3061	Valid
Penangani masalah dengan tepat	0,878	0,3061	Valid
Tepat dalam pemberian keinginan penginap	0,770	0,3061	Valid
Cepat dalam melakukan transaksi	0,883	0,3061	Valid
Bersikap baik serta tidak melanggar syari'at Islam	0,877	0,3061	Valid
Selalu menanggapi keluhan dan segera melakukan perbaikan	0,676	0,3061	Valid
Membantu kesulitan konsumen	0,866	0,3061	Valid
Bertindak cepat	0,670	0,3061	Valid
Menjamin Keamanan	0,843	0,3061	Valid
Beretika sesuai syari'at Islam	0,804	0,3061	Valid
Menjamin pelaksanaan syari'at Islam	0,753	0,3061	Valid
Pengawasan guna menghindari perzinahan	0,789	0,3061	Valid
Melayani dengan dilandasi iman	0,755	0,3061	Valid
Adanya peringatan apabila melanggar syari'at Islam	0,802	0,3061	Valid
Mengingatkan shalat 5 waktu	0,439	0,3061	Valid

Sumber : data olahan peneliti SPSS, 2024

Sebagaimana hasil uji yang dipaparkan bahwasanya 18 pernyataan mulai pernyataan 1 hingga pernyataan 18 pada Kualitas Pelayanan mempunyai  $R_{hitung} > 0,3061$  dengan demikian dianggap valid serta bisa dipergunakan sebagai penelitian.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Menginap kembali di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal	0,753	0,3061	Valid
Membeli produk di penginapan (makanan, minuman dll)	0,494	0,3061	Valid
Pelanggan selalu memprioritaskan pada penginapan ini	0,877	0,3061	Valid
Pelanggan akan selalu menggunakan jasa penginapan	0,857	0,3061	Valid
Pelanggan tidak akan beralih ke penginapan/hotel lain	0,703	0,3061	Valid
Pelanggan merekomendasikan kepada orang lain	0,889	0,3061	Valid
Pelanggan memberi dorongan kepada saudara dan orang lain untuk menggunakan penginapan ini	0,881	0,3061	Valid
Pelanggan selalu merekomendasikan kepada orang lain	0,855	0,3061	Valid

Sumber : data olahan peneliti SPSS, 2024

Sebagaimana hasil uji yang dipaparkan bahwasanya 8 pernyataan mulai pernyataan 1 hingga pernyataan 8 pada variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai  $R_{hitung} > 0,3061$  maka dari itu dianggap valid serta bisa dipergunakan sebagai penelitian.

Setelah semua pernyataan pada variabel penelitian dilakukan pengujian reliabilitas yang dipaparkan dalam tabel 5.

**Tabel 5**

**Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Etika Bisnis Islam (X1)	0,963	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,958	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan(Y)	0,910	0,60	Reliabel

Sumber : data olahan peneliti SPSS, 2024

Sebagaimana hasil pengujian yang dipaparkan bahwasanya *Cronbach's Alpha* pada seluruh variable penelitian bernilai  $> 0,60$ . Dengan demikian, ditarik kesimpulan keseluruhan variabel bersifat reliabel.

Oleh karena itu, dapat dilanjutkan dengan melakukan pengujian asumsi klasik agar memenuhi syarat regresi. Hasil pengujian-pengujian inidipaparkan dalam tabel, berikut:

**Tabel 6**

**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistic	VIF
(Constant)		
Etika Bisnis Islam (X1)	0,296	3,378
Kualitas Pelayanan (X2)	0,296	3,378

Sumber : data olahan peneliti SPSS, 2024

Sebagaimana hasil pengujian yang dipaparkan bahwasanya nilai VIF dari masing masing variabel yakni sebesar  $3,378 < 10$  dan tolerance yakni  $0,296 > 0,1$  sehingga diartikan tidak penelitian terbebas dari multikolonearitas.

Pengujian berikutnya adalah uji normalitas dengan *one-sample Kolmogorov Smirnov* dengan hasil yang diperoleh nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* bernilai  $0,20 > 0,05$  yang berarti bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini sebagaimana yang dapat dilihat pada tabel 7.

**Tabel 7**

**Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov- Smirnov Test***

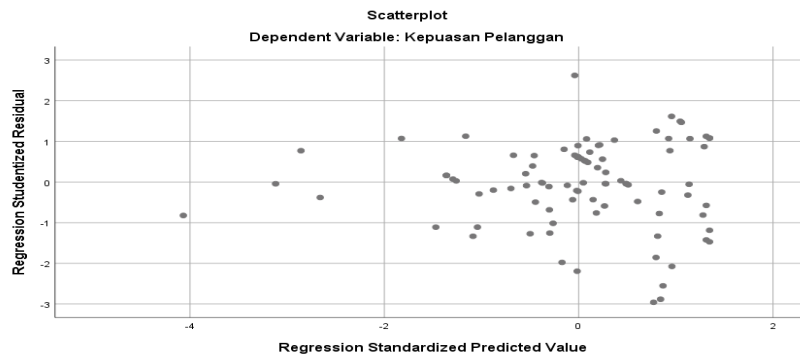
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	3,54625686
	Absolute	0,098
	Positive	0,081
	Negative	-0,098
Test Statistic		0,098
Asymp. Sig (2-tailed)		.20

Sumber : data olahan peneliti SPSS, 2024

Berdasarkan pengujian normalitas pada tabel 7 bisa diambil kesimpulan bahwasanya data terdistribusi normal dikarenakan *Asymp.Sig.(2-tailed)* bernilai  $0,20 > 0,05$ .

Pengujian asumsi klasik berikutnya adalah uji heteroskedastisitas sebagaimana terlihat pada gambar 1.

**Gambar 1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : data olahan peneliti SPSS, 2024

Sebagaimana hasil pengujian yang dipaparkan diketahui terdapat penyebaran titik berbentuk abstrak sehingga tidak terindikasi heteroskedastisitas.

Setelah serangkaian uji dilaksanakan, selanjutnya adalah menganalisis data dengan analisis regresi linier berganda dengan hasil pengolahan sebagai berikut

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficient		Standar Coefficient standardized		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig
(Constant)	4,287	2,010		2,133	0,035
Etika Bisnis Islam (X1)	0,158	0,081	0,219	1,952	0,054
Kualitas Pelayanan (X2)	0,258	0,048	0,606	5,403	0,000

Sumber : data olahan peneliti SPSS, 2024

Sebagaimana pemaparan hasil pengujian dan persamaan regresi dapat dijabarkan beberapa poin penting, antaranya:

$$Y = 4,287 + 0,158x_1 + 0,258x_2$$

1. Nilai a yang besarnya 4,287 yang berarti kepuasan pelanggan bernilai 4,287 ketika variabel bebas bersifat konstan.
2. Koefisien regresi etika bisnis Islam yang besarnya 0,158 menunjukkan terjadinya kenaikan 1 pada etika bisnis berdampak pada kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,158.
3. Koefisien regresi kualitas pelayanan yang besarnya 0,258 menunjukkan terjadinya kenaikan 1 pada kualitas pelayanan berdampak pada kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,258.

### Pengujian Hipotesis

Adapun pengujian hipotesis penelitian diuraikan, di bawah:

#### Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sebagaimana dipaparkan dalam tabel 8 didapat nilai sig. Etika Bisnis Islam 0,054 > 0,05 sehingga H1 ditolak. Dengan demikian, tidak terdapat pengaruh dari etika bisnis Islam bagi kepuasan pelanggan Penginapan Syariah Ikhlas Beramal.

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sebagaimana dipaparkan dalam tabel 8 didapat nilai sig, kualitas pelayanan 0,000 < 0,05 sehingga H1 diterima. Dengan demikian, dinyatakan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan.

### Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pengolahan data diperoleh pengujian yang dipaparkan dalam tabel 9.

**Tabel 9**

#### Hasil Uji Simultan (Uji F)

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 Regression	2198,422	2	1099,211	85,640	.000 <sup>b</sup>
Residual	1245,018	97	12,835		
Total	3443,440	99			

Sumber : data olahan peneliti SPSS, 2024

Sebagaimana hasil pengujian yang dipaparkan diketahui sig.  $0.000 < 0.05$  sehingga H1 diterima. Dengan demikian, keseluruhan dari variabel independen memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Peninapan Syariah Ikhlas Beramal secara bersamaan.

Kemudian untuk mengetahui keeratan hubungan dan besarnya pengaruh pada variabel yang diteliti dipaparkan dalam tabel 10.

**Tabel 10**

#### Model Summary<sup>b</sup>

<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
1	.799 <sup>a</sup>	0,638	0,631	3,58263

Sumber : data olahan peneliti SPSS, 2024

Sebagaimana hasil pengujian yang dipaparkan dalam tabel di atas nilai R 0.799 yang dikategorikan erat. Hal ini berarti bahwa keseluruhan dari variabel yang diliti menunjukkan pengaruh yang kuat. Kemudian nilai koefisiensi determinasi (R square) diperoleh sebesar 0,638 atau 63,8%. Hal ini menjelaskan bahwasanya besarnya pengaruh keseluruhan dari pengaruh variabel yang diteliti sebesar 0,638 atau 63,8% dan lainnya dari faktor di luar penelitian.

### Pembahasan

#### Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, terlihat bahwa etika bisnis Islam secara parsial dan signifikan tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan. Hal ini dilihat pada tabel 9 yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,054 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam yang telah dilakukan oleh Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan ini tidak dirasakan oleh pelanggan atau masih belum memberikan kesan terhadap penginapan syariah dibenak pelanggan. Karena pelanggan sering kali tidak terlalu menjaga etika bisnis Islam dalam menilai kepuasan pelanggan. Meskipun penginapan syariah berupaya menerapkan prinsip prinsip etika bisnis Islam, kepuasan pelanggan lebih sering ditentukan oleh pengalaman langsung mereka, khususnya terkait kualitas pelayanan. Jika pelayanan tersebut tidak memenuhi ekspektasi pelanggan, penerapan etika bisnis Islam tidak akan cukup untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, banyak pelanggan penginapan syariah yang berasal dari latar belakang non Muslim atau banyak yang tidak terlalu memperhatikan aspek keagamaan saat memilih penginapan syariah. Hal ini menyebabkan penerapan etika bisnis Islam yang ada tidak menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan mereka. Sehingga ada maupun tidak adanya etika bisnis Islam tersebut tidak merubah tingkat kepuasan pelanggan di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal.

Penelitian oleh Widyarini, (2013) didapati bahwa pada ketiga hotel yang diteliti yakni Hotel Limaran, Namira, dan Madani tidak memiliki kepuasan pelanggan yang baik atas penerapan prinsip syariah. Oleh karena itu diperlukan upaya ekstra agar hotel syariah tetap berpegang teguh dengan prinsip yang mengacu pada Al-Quran dan Hadist. Artinya dalam penyediaan layanan, maka wajib menekankan aspek kehalalan baik dalam segi proses maupun jasa yang ditawarkan serta menerapkan pelayanan yang sesuai dengan syariat Islam.

Penelitian ini didukung dan dikuatkan oleh penelitian sebelumnya oleh (Pitriani dkk., 2020) penelitiannya menghasilkan bahwa etika bisnis Islam tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelanggan tidak selalu dipengaruhi oleh etika bisnis Islam meskipun pada penginapan syariah, hal ini peran dari pimpinan diperlukan untuk meningkatkan kembali prinsip etika bisnis Islam apakah sudah diterapkan dengan cukup baik sesuai standart Islam sehingga kepuasan pelanggan di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan bisa mengalami kemajuan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilaksanakan menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan sehingga dapat diketahui  $H_0$  diterima. Kualitas pelayanan merupakan hal utama yang dapat mempengaruhi suatu kepuasan pelanggan. Islam mengajarkan bahwa dalam berbisnis baik produk maupun jasa, kualitas pelayanan yang baik harus tetap diutamakan.

Kualitas pelayanan sangat penting supaya dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang tanggap, sopan, dan berkualitas membuat para pelanggan puas. Pelanggan biasanya akan merasa puas setelah diberikan pelayanan yang memuaskan. Kualitas pelayanan ialah faktor terpenting dalam menetapkan pilihan konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pengalaman yang dirasakan pelanggan, jika pelanggan mendapatkan pengalaman yang menyenangkan maka pelanggan akan puas begitu juga sebaliknya apabila pelanggan tidak mendapat pengalaman yang menyenangkan maka pelanggan tersebut tidak akan puas dan bisa jadi pelanggan tersebut tidak akan berkunjung lagi (Apriliani et al., 2022).

Penelitian ini didukung dan diperkuat penelitian sebelumnya oleh Lilit & Yoga (2021) bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan meningkat selaras dengan berkualitaskannya tingkat pelayanan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka bisa dianggap memenuhi ekspektasi pelanggan dan dianggap sangat memuaskan jika melebihi harapan para pelanggan.

### **Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan**

Berdasarkan hasil analisis Uji F penelitian ini, etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan menghasilkan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  berarti etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan simultan pada kepuasan pelanggan. Kemudian diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,638 yang berarti bahwasanya besarnya pengaruh etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,638 atau 63,8%. Sementara sisanya 36,2% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak ada di penelitian ini.

Kualitas pelayanan berperan besar menciptakan rasa puas bagi pelanggan dengan memberikan layanan dengan kualitas secara maksimal sehingga dapat memenuhi ekspektasi

dari pelanggan. Kualitas pelayanan ini dapat dipahami sebagai nilai yang dipersepsikan atas keunggulan yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan suatu jasa yang ditawarkan dari pihak penginapan. Kemudian, etika bisnis Islam sangat terkait dengan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan. Dengan menyediakan pelayanan terbaik disertai etika bisnis berbasis Islami yang konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan manfaat, perihal itu suatu perusahaan harus konsisten menjaga etika dalam bisnisnya supaya perusahaan akan dapat memperoleh kepuasan dari pelanggan. Hal ini pada gilirannya perusahaan berpotensi meraih pemasukan yang lebih besar dimasa mendatang (Faradannisa & Supriyanto, 2022)

Penelitian ini didukung dan dikuatkan oleh penelitian Risma dkk tahun (2019) menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif pada tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta kualitas pelayanan terbukti kuat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Maka dari itu etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan harus diimplementasikan dengan baik sesuai dengan prinsip Islam sehingga bisa menciptakan Kepuasan para pelanggan penginapan yang menginap di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan.

## KESIMPULAN

Terdapat beberapa kesimpulan yang diperoleh yakni kepuasan pelanggan dipengaruhi secara bersamaan oleh etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan. Akan tetapi, hanya kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan secara parsial. Penelitian ini hanya berfokus pada pelanggan Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan dengan menekankan pada variabel etika bisnis Islam, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel variabel lain yang bervariasi yang belum diteliti pada penelitian ini seperti variabel promosi, citra merk, harga dan lain lain. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian dengan mengambil seluruh penginapan yang ada di Bangkalan Madura.

## REFERENCES

- Adli, R. (2021). STIE Mahaputra Riau AMBITEK Pengaruh Nilai-Nilai Etika Bisnis dan Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Perumahan Syariah di Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis Dan Teknologi*, 1(2), 165–173. <https://doi.org/https://doi.org/10.56870/ambitek.v1i2.21>
- Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. *Jurnal Emas*, 3(1), 51–70.
- Aturan Tentang Hotel Syariah Di Indonesia (2021). <https://www.hukumonline.com/klinik/mitra/pusat-kajian-syariah-fh-unair-lt6080587b924f4/dr-trisadini-prasastinah-usanti--sh--mh-lt60813c22eef27/>
- Biati, Lilis; Andika, Y. T. (2021). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dan Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan UD.DIVA SEJAHTERA Blokagung Banyuwangi. *ICO EDUSHA*.
- Ermawati, C., & Sidiq, A. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk Kcp Kendal Boja. *Solusi*, 19(3), 349. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i3.4062>
- Faradannisa, M., & Supriyanto, A. (2022). Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam. *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 76–94.

- Fauzyah Nabila Iswandi. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, Syariah Compliance Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Hotel Grand Dafam Roban Yogyakarta)* [Universitas Islam Indonesia Yogyakarta]. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/30132>
- Hastuti, silfia. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Syariah. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2. [https://doi.org/https://doi.org/10.26460/ed\\_en.v2i3.1532](https://doi.org/https://doi.org/10.26460/ed_en.v2i3.1532)
- Istiqomah, N. K., & Nurhidayati, M. (2023). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Pada Rumah Laundry Di Desa Biting Badegan Ponorogo. *AL-ITTIFAQ: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 11. <https://doi.org/10.31958/al-ittifaq.v2i1.6549>
- Maulidya, Risma Kosim, Ahmad Devi, A. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11. <https://doi.org/10.24235/amwal.v11i2.5340>
- Muhyiddin, A., & Yuliandari, N. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Positioning Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Seven Dream Syariah. *Esa*, 5(2), 1–9. <https://doi.org/10.58293/esa.v5i2.54>
- Muliati, Trisya Nurmatias, Faizal Azmi, K. (2021). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House di Kota Dumai. *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.57113/his.v2i2.53>
- Pitriani, D., Ibdalsyah, & Hakiem, H. (2020). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Manajemen Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Sofyan Hotel Betawi Syariah. *Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 29–41. <https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/Kasaba/article/view/3396/1952>
- Putri, Tivani, D. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Pada Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Al Iqtishod Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 12. <https://doi.org/https://doi.org/10.37812/xqp6c086>
- Qorib, F., & Anwar, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Edotel Pamekasan. *Value*, 3(2), 76–86. <https://doi.org/10.36490/value.v3i2.544>
- Rahmawati, D. A., & Faraby, M. E. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Muslim Pada Destinasi Wisata Pantai Lombang. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(2), 209–218. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i2.1426>
- Rahmawati, N. T., Kosim, M., & Sutisna, S. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(4), 894–907. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i4.2213>
- Riana, I. R., & Nafiati, L. (2021). Pengaruh Persepsi Etika Bisnis Islam, Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan Umkm Kota Yogyakarta. *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah Dan Audit*, 8(1), 59. <https://doi.org/10.12928/j.reksa.v8i1.3871>
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D (2nd ed.)*. CV. Alfabeta.
- Widyarini. (2013). Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta. *Ekbisi*, 8.