BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hotel merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa khususnya akomodasi, dimana segmen pasar yang dituju adalah para tamu yang datang dengan tujuan untuk beristirahat, urusan bisnis, pariwisata, refreshing dll. Oleh karena itu, tempat yang nyaman, bersih dan aman menjadi hal utama yang dibutuhkan oleh pengunjung atau konsumen.[1] Hal ini merupakan kewajiban pihak hotel untuk memberikan sebuah pelayanan yang begitu maksimal kepada setiap konsumennya, karena hal itulah yang akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha perhotelan.

Dan konsumen pastilah menginginkan yang terbaik dalam setiap jasa yang ia beli karena itu adalah hak yang pantas mereka dapatkan. Setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamananan, informasi yang benar dan jujur serta perlakuan atau pelayanan secara benar atas apa yang ia beli. Bahkan konsumen yang tidak puas tentu saja tidak akan mengulangi atau tidak memilih kembali lagi jasa akomodasi yang sama, ditambah sekarang banyaknya berbagai pilihan hotel-hotel yang berbintang maupun non berbintang dengan fasilitas yang lebih menggiurkan dan lebih lengkap, sehingga membuat para konsumen lebih mempertimbangkan

[1] Johan Arifin, *Fiqih Perlindungan Konsumen*, (Semarang: Rasail,2007), 133.

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

dan melakukan banyak perbandingan untuk memilih hotel mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginan para konsumen.

Dengan kondisi seperti ini mendorong produsen untuk melebarkan sayapnya dibidang perhotelan, maka tidak heran jika bisnis perhotelan kini semakin marak dan bermunculan. Sehingga membuat berbagai hotel pun berlomba-lomba meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang ada untuk bersaing dengan hotel lainnya.[2]

Seiring dengan semakin berkembangnya ekonomi syariah di Indonesia, banyak lembaga yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan usahanya salah satunya adalah hotel syariah, kini juga perlahan mengalami peningkatan dan semakin diminati oleh para pengunjung dengan tujuan dan alasan yang berbeda dalam mengungkapkan mengapa memilih hotel syariah. Karena Indonesia adalah negara dimana populasi Islamnya sangat banyak, maka bisa adanya peluang dengan berdirinya hotel syariah yang memegang prinsip Islam.[3]

Hotel syariah merupakan hotel yang dalam penyelenggaraannya haruslah mengandung prinsip-prinsip syariah. Dimana hotel syariah tersebut memenuhi kriteria mutlak yang berlaku bagi Usaha Hotel Syariah, yang meliputi aspek produk, aspek pelayanan dan aspek pengelolaan.

Berikut prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan mu'amalah, usaha ekonomi, termasuk usaha perhotelan adalah[4]

1. Tidak memproduksi, memperdagangkan, menyediakan atau menyewakan produk maupun jasa secara keseluruhan yang dilarang dalam ketentuan

[2] Rambat Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Salemba: Jakarta, 2008), 6.
[3] Ibid,.134.
[4] Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah Mengapa Tidak*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 9.

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

syariah. Seperti dalam hal makanan, mengandung unsur hewan yang haram (babi,anjing, dll), perjudian, perzinaan dan lain-lain.

2. Transaksi yang dilakukan berdasarkan jasa atau produk yang memang ada atau nyata (tidak bersifat meragukan).
3. Tidak mengandung unsur kezaliman, kemudharatan, kemungkaran, kemaksiatan maupun kesesatan yang dilarang dalam kaidah syariah.
4. Tidak ada pula unsur penipuan, kecurangan, kebohongan, ketidak-jelasan (gharar), resiko yang berlebihan dan membahayakan konsumen.
5. Ada komitmen dan konsekuen dalam menjalankan perjanjian yang disepakati antar pihak-pihak yang terkait.

Seperti yang dijelaskan pada surah An-Nisaa : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"*Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu*".[5]

Dapat dijabarkan maksud dari ayat tersebut adalah Allah SWT melarang hamba-hamba-Nya yang mukmin memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil dan cara mencari keuntungan yang tidak sah dan melanggar syari'at seperti riba, perjudian dan yang serupa dengan itu dari macam-macam tipu daya yang tampak seakan-akan sesuai dengan hukum syari'at tetapi Allah mengetahui bahwa

[5] Departemen Agama RI, *Qur'an Tajwid dan Terjemahnya,*(Depok: Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2005), 77.

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

apa yang dilakukan itu hanya suatu tipu muslihat dari sipelaku untuk menghindari ketentuan hukum yang telah digariskan oleh syari'at Allah. Allah mengecualikan dari larangan ini pencaharian harta dengan jalan perdagangan (perniagaan) yang dilakukan atas dasar suka sama suka oleh kedua belah pihak yang bersangkutan.

Hotel Walan Syariah adalah salah satu hotel yang berdiri dengan menjalankan prinsip-prinsip syariah. Sebagai contoh sederhananya, dimulai dari proses *check-in* bila ada pasangan yang akan menginap harus menunjukkan identitas bahwa keduanya mempunyai status suami-istri, semua karyawan diharuskan memakai busana yang sopan dan menutup aurat, penyediaan makanan pun dipastikan 100% halal karena pada dasarnya hotel syariah didirikan adalah untuk menjauhi hal yang haram dan menjaga kenyamanan para tamu. Untuk proses penjemputan tamu juga sudah disediakan fasilitas mobil yang siap mengantar dan menjemput tamu yang sudah membooking hotel agar tidak merepotkan tamu mencari transportasi saat akan menuju hotel maupun balik ke bandara.

Hotel Walan Syariah letaknya tidak jauh dari bandara, yang bisa dijangkau 10 menit dari lokasi hotel ke bandara Juanda sehingga memudahkan pengunjung yang dari luar kota ingin menginap dan memilih hotel yang terdekat dengan bandara.[6] Letaknya yang membaur dengan kawasan perkampungan desa Betro, Sedati dimana masyarakatnya memiliki nilai religius bisa memberi nilai lebih untuk hotel Walan dan memudahkan bila adanya tamu pengajian yang datang dari luar kota untuk tidak sulit mencari penginapan yang sesuai dengan kebutuhan tamu dari kelompok pengajian.

---

[6] Erisa Putri, "Walan Hotel", http://walanhotel.com/tentang-2/, diakses pada 17 Desember 2015

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

Dalam oprasional hotel syariah ini dipastikan adanya aturan-aturan yang sudah ditetapkan dan diterapkan sehingga tidak dapat dilanggar maupun ditawar. Seperti dalam penerimaan tamu bila bukan muhrim hanya bisa ditemui pada ruang tamu dan tidak bisa dibawa dikamar ataupun menginap dalam satu kamar. Meski terlihat membatasi namun peraturan ini diberlakukan untuk menjauhkan hal negatif dan terhindar dari perbuatan zina karena hotel syariah ingin memberikan image syariah dan tidak sama dengan hotel pada umumnya.

Memahami perilaku konsumen dan mengenal pelanggan adalah tugas penting bagi para produsen, untuk itu pihak produsen atau perusahaan yang menghasilkan dan menjual produk yang ditujukan pada konsumen harus memiliki strategi yang jitu. Untuk itu, perusahaan harus memahami konsep perilaku konsumen agar konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan melakukan transaksi pembelian dan merasakan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan sehingga konsumen menjadi pelanggan tunggal dan loyal. Didalam hal ini, produsen juga harus memahami konsep motivasi konsumen di dalam melakukan pembelian. Para produsen kebanyakan kurang dapat memahami motivasi yang lebih mendalam mengenai konsumennya. Bagaimanapun juga pemasar atau produsen harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, serta perilaku belanja dan pembelian pelanggan pasar sasarannya.[7]

Dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli bagi setiap orang adalah sama, dimana para konsumen bermaksud untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya namun hanya prosesnya saja yang tidak selalu dilaksanakan oleh

[7] Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2003), 25.

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

konsumen. Konsumen pastilah memiliki alasan tersendiri seperti halnya dalam menyenangi produk yang tersedia secara luas.

Dengan harga murah atau adanya potongan harga, produk berkualitas tinggi dan berpenampilan menarik, akan memotivasi konsumen sehingga terdorongnya konsumen untuk membeli dan memenuhi keinginannya, serta konsumen akan melakukan pembelian karena adanya kegiatan penjualan yang agresif dan promosi yang menarik. Selain itu adanya kemampuan produsen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan cara yang lebih baik serta lebih efisien dibandingkan pesaing termasuk pula pemberian pelayanan secara cepat dengan penampilan terbaik memberi penilaian tersendiri kepada konsumen.[8]

Untuk mengantisipasi hal tersebut maka diperlukan upaya manajemen berupa peningkatan kualitas, peningkatan penampilan, program marketing agresif dan promosi intensif serta berusaha menemukan dan memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui pelayanan terbaik.[9] Untuk memunculkan hasrat karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh seseorang (konsumen) maka dengan memberikan pelayanan yang begitu maksimal akan memotivasi konsumen.

Motivasi semakin penting agar konsumen mendapatkan tujuan yang diinginkannya secara optimum. Suatu kebutuhan dapat diartikan sebagai suatu keadaan internal yang menyebabkan hasil-hasil tertentu tampak menarik. Suatu kebutuhan yang tidak terpuaskan akan membuat rangsangan dan dorongan yang ada dalam diri individu yang bersangkutan. Dorongan tersebut nantinya

---

[8] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2014), 37.
[9] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia,2011), 9.

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

menimbulkan suatu perilaku pencarian untuk menemukan tujuan tertentu yang apabila dicapai akan memenuhi kebutuhan itu. Konsumen selalu dihadapkan pada persoalan biaya atau pengorbanan yang akan dikeluarkan dan seberapa penting produk yang dibutuhkan dan diinginkan. Oleh karena itu, konsumen akan dihadapkan pada persoalan motivasi atau pendorong.[10]

Motivasi konsumen adalah keadaan didalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan guna mencapai suatu tujuan.[11] Adapun tujuan motivasi konsumen yaitu meningkatkan kepuasan, mempertahankan loyalitas, efesiensi, efektivitas, menciptakan suatu hubungan yang harmonis antara produsen atau penjual dengan pembeli atau konsumen. Artinya dalam memenuhi keinginan konsumen haruslah dapat mengarahkan konsumen pada tujuannya.

Seperti dalam teori Dr. Abraham Maslow, manusia berusaha memenuhi kebutuhan tingkat rendahnya terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi. Konsumen yang telah bisa memenuhi kebutuhan dasarnya, maka kebutuhan lainnya yang lebih tinggi biasanya muncul dan begitulah seterusnya.[12] Berdasarkan latar belakang atau realita di atas maka penulis bermaksud mengangkat judul penelitian **"Analisis Motivasi Konsumen dalam Memilih Hotel Walan Syariah Sedati Sidoarjo".**

---

[10] Renald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), 237.
[11] Nugroho J.Setiadi, Perilaku Konsumen..., 25.
[12] Ujang Samarwan, Perilaku Konsumen..., 25.

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. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan, maka masalah yang dapat diidentifikasikan pada skripsi yang berjudul "Motivasi Konsumen dalam Memilih Hotel Walan Syariah" adalah sebagai berikut :

a. Motivasi konsumen dalam memilih hotel syariah.
b. Kualitas layanan dan produk terhadap konsumen.
c. Banyaknya pesaing dibidang perhotelan.
d. Banyaknya aturan yang diberlakukan pada hotel syariah.
e. Produk, pelayanan, dan pengelolaan yang ada pada hotel syariah.
f. Potensi dan segmentasi pasar yang beragam.

2. Batasan Masalah

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

a. Motivasi konsumen dalam memilih Hotel Walan Syariah.
b. Analisis Motivasi yang paling dominan terhadap konsumen dalam memilih Hotel Walan Syariah.

C. Rumusan Masalah

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

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. Apa saja motivasi konsumen dalam memilih Hotel Walan Syariah?
2. Bagaimana analisis motivasi yang paling dominan terhadap konsumen dalam memilih Hotel Walan Syariah?

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran kajian kepustakaan yang penulis lakukan, berikut ada beberapa penelitian yang terkait dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Tujuan kajian ini adalah untuk menghindari plagiasi dan tidak ada persamaan pembahasan dengan penelitian yang lain. Maka dari itu diperlukannya penjelasan mengenai topik penelitian yang penulis teliti berkaitan dengan penelitian yang dahulu adalah :

1. Penelitian dari Ilmalana *"Analisis Motivasi Konsumen Online dalam Melakukan Transaksi Jual beli Online".* Bertujuan untuk memahami motivasi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli online. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menganalisis motivasi konsumen. Sedangkan perbedaanya peneliti menganalisis motivasi konsumen dalam jual beli online sedangkan penulis menganalisis motivasi konsumen dalam memilih hotel syariah.[13]
2. Penelitian dari Satria Wicaksana "*Analisis Motivasi Konsumen dalam Memilih Jasa Perhotelan (Pada Hotel Walisongo Surabaya)".* Bertujuan untuk mengetahui apa saja yang mendorong konsumen dalam

[13] Ilmalana, "Analisis Motivasi Konsumen Online dalam Memilih Jual Beli Online" (Skripsi—Universitas Internasional, Jakarta, 2012).

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

memilih jasa perhotelan pada hotel syariah. Persamaan dalam penelitian ini sama-sama ingin menganalisis motivasi sehingga tertariknya konsumen pada hotel syariah. Sedangkan perbedaannya, peneliti ini menganalisis objek di Surabaya dan penulis memilih objek di Sidoarjo.[14]

3. Penelitian dari Amelia Rizqy *"Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Beli Mie Instan Merk "Mie Sedap"*. Bertujuan untuk mengetahui apa saja motivasi yang mendorong konsumen dalam pemilihan produk mie instan. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama memahami konsumen dalam pemilihan sebuah produk. Sedangkan perbedaannya peneliti membahas motivasi pada pemilihan produk mie instan dan penulis membahas motivasi konsumen dalam memilih hotel syariah.[15]
4. Penelitian dari Arinta Puspitasari Dewi Santoso "*Analisis Motivasi Konsumen Menginap Di Hotel Sofyan Tebet Jakarta".* Bertujuan untuk mengetahui faktor yang memotivasi konsumen mengapa memilih menginap di Hotel Sofyan. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menganalisis motivasi konsumen. Sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi objeknya peneliti mengambil objek daerah Jakarta dan penulis mengambil objek wilayah Sidoarjo.[16]
5. Penelitian dari Paramita Wisniwardhani *"Motivasi Konsumen Membeli Kubis Segar Di Pasar Pasir Gintung Bandar Lampung"*. Bertujuan

---

[14] Satria Wicaksana, "Analisis Motivasi Konsumen dalam Memilih Jasa Perhotelan (Pada Hotel Walisongo Surabaya)" (Skripsi—Universitas Mercu Buana, Jakarta, 2013).
[15] Amelia Rizqy, "Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Beli Mie Instan Merk "Mie Sedap" (Skripsi—Universitas Bhayangkara, Surabaya, 2012).
[16] Arinta Puspitasari Dewi Santoso, "Analisis Motivasi Konsumen menginap Hotel Sofyan Jakarta" (Skripsi—Universitas Nasional, Jakarta, 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

untuk mengetahui apa saja produk, layanan serta bagaimana pengelolaan pada hotel syariah Walisongo. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang Hotel Syariah. Sedangkan perbedannya peneliti membahas 3 permasalahan yaitu produk, pelayanan dan pengolahan hotel sedangkan penulis menganalisis motivasi konsumennya dalam memilih hotel syariah.[17]

E. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui motivasi konsumen dalam memilih Hotel Walan Syariah.
2. Untuk menganalisis motivasi yang paling dominan terhadap konsumen dalam memilih Hotel Walan Syariah.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini setidaknya akan memberikan manfaat dan berguna dalam dua aspek yaitu:

1. Manfaat Segi Teoritis
   a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan kepada akademisi guna untuk mengetahui tentang

[17] Paramita Wisnuwardhani, "Motivasi Konsumen Membeli Kubis Segar Di Pasar Pasir Gintung Bandar Lampung" (Skripsi—Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2015).

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

beberapa alasan dan mendorong konsumen dalam memilih hotel syariah.

2. Manfaat Segi Praktis

a. Bagi Hotel Walan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran untuk bisa meningkatkan dan lebih mengembangkan fasilitas-fasilitas yang dirasa konsumen masih dinilai kurang.

b. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini semoga bisa menjadi referensi atau literatur untuk penelitian lebih lanjut. Dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan acuan untuk pengembangan Hotel GreenSA milik UIN Sunan Ampel Surabaya agar menjadi hotel yang berkonsep syariah dan bisa unggul dari Hotel Syariah yang ada di Jawa Timur.

G. Definisi Operational

Agar memudahkan dan memahami isi penelitian ini, maka penulis akan memaparkan pengertian beberapa istilah berikut ini:

1. Motivasi Konsumen: Suatu keadaan individu yang mendorong dan berkeinginan untuk melakukan kegiatan dalam mencapai suatu tujuan dan memenuhi kebutuhan individu tersebut.

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

2. Hotel Syariah : Suatu perusahaan dalam sektor jasa penginapan yang dikelola oleh pemiliknya dengan konsep aturan-aturan hukum Islam dimana dimulainya dari *Chek In* yaitu setiap pasangan yang mau menginap harus sudah berstatus menikah dengan menunjukkan kartu identitas yang sama dengan pasangannya, layanan dan makanan dijamin kekhalalannya. Seperti Hotel Walan Syariah adalah hotel yang berkonsepkan syariah yang terletak di kawasan Betro Sedati, Sidoarjo

H. Metode Penelitian

1. Data yang Dikumpulkan

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

1. Data yang dikumpulkan
   a. Data dari konsumen dalam memilih Hotel Walan Syariah melalui wawancara dan dokumentasi.
   b. Data yang paling berpengaruh terhadap motivasi konsumen dalam memilih Hotel Walan Syariah melalui wawancara dan dokumentasi.
2. Sumber Data
   a. Sumber Data Primer

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

Sumber data primer ini diperoleh langsung dari subjek penelitian yaitu Hotel Walan Syariah melalui wawancara, observasi dan dokumentasi mengenai motivasi konsumen dalam memilih Hotel Walan Syariah dengan:

1) Konsumen Hotel Walan Syariah
2) Pihak manajemen Hotel Walan Syariah

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data pendukung yang berasal dari buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan, diantaranya adalah

1) *Manajemen Pemasaran*, Karya Philip Kotler.
2) *Total Quality Service,* Karya Fandy Tjiptono.
3) *Perilaku Konsumen*, Karya Ujang Sumarwan, Nugroho J. Setiadi dll.
4) *Brosur Hotel Walan Syariah*

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.[18] Oleh karena itu peneliti

[18] Usman Rianse dan Abdi, *Metodelogi Penelitian: Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Bandung: CV. Alfabeta,2009), 219.

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

mengadakan tanya jawab secara langsung dengan beberapa pegawai Hotel Walan Syariah dan konsumennya.

b. Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen.[19] Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti ini dengan cara menelaah dokumen-dokumen yang berkaitan dengan proses motivasi konsumen dalam memilih hotel syariah dan pihak hotel itu sendiri.

c. Observasi yaitu aktivitas yang dilakukan terhadap suatu proses atau objek dan memahaminya untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.[20]

4. Teknik Pengelolaan Data

Setelah data berhasil dihimpuni 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.[21] 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

---

[19] M. Iqbal Hasan, *Metodelogi Penelitian dan Aplikasinya* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 87.
[20] Cahya Wiratama, *Metode Riset Kualitatif,* (Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2008), 310.
[21] 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

sudah direncanakan dengan rumusan masalah yang sistematis.[22] Penulis melakukan pengelompokan data yang dibutuhkan untuk dianalisis dan menyusun data tersebut dengan sistematis untuk memudahkan penulis dalam menganalisis 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.[23]

5. Teknik Analisis Data

Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif kualitiatif, yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan. 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.

Peneliti menggunakan teknik ini karena yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dimana memerlukan data-data untuk menggambarkan suatu fenomena yang apa adanya (alamiah), sehingga benar salahnya sudah sesuai dengan peristiwa yang sebenarnya. Kemudian data tersebut diolah dan dianalisis dengan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat

[22] Ibid., 245.
[23] Ibid., 246.

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

khusus kemudian diteliti, dianalisis, dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab, yang setiap bab nya memliki sub bab pembahasan sehingga memudahkan pembaca dalam membaca hasil penelitian.

Bab pertama berisikan tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penilitian serta sistematika pembahasan.

Bab kedua berisikan tentang kerangka teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini. Terdapat uraian dari teori perilaku konsumen, teori motivasi konsumen.

Bab ketiga berisikan gambaran umum mengenai objek yang akan diteliti yaitu mengenai Hotel Walan Syariah, baik sejarah berdirinya hotel tersebut beserta gambaran mengenai motivasi konsumen dalam memilih Hotel Walan Syariah.

Bab keempat menganalisis hasil dari penelitian, yaitu mengenai analisis motivasi konsumen dalam memilih Hotel Walan Syariah.

Bab kelima sebagai penutup berisi kesimpulan dari penelitian serta kritik dan saran bagi Hotel Walan Syariah terkait permasalahan yang diangkat sebagai bahan

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

pertimbangan untuk menentukan strategi dalam pengembangan serta kemajuan terhadap objek yang diteliti.

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