

**MANAJEMEN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
DI HOTEL OMAH AKAS SYARIAH BANDAR LAMPUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1  
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

**OLEH:**

**PUTRI GUSTIANIS**

**NPM: 1641030128**

**Jurusan: Manajemen Dakwah**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1442 H/2021M**

**MANAJEMEN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI  
HOTEL OMAH AKAS SYARIAH BANDAR LAMPUNG**

**Skripsi**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna  
Mendapatkan Gelar S1 dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan  
Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung**

**Oleh**

**PUTRI GUSTIANIS**

**NPM: 1641030128**

**Jurusan: Manajemen Dakwah**

**Pembimbing I : Dr. Hasan Mukmin, MA**

**Pembimbing II : M. Husaini, S.T., M.T**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADENINTAN LAMPUNG  
1442 H/2020**

## ABSTRAK

Seiring dengan semakin berkembangnya ekonomi syariah di Indonesia, saat ini banyak lembaga yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan usahanya seperti perbankan syariah, asuransi syariah, pasar modal syariah, hingga sektor bisnis di bidang perhotelan juga menerapkan prinsip syariah. Alhasil, tidak sedikit hotel yang mulai menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan kegiatan operasional bisnisnya. Di Bandar Lampung terdapat Hotel Omah Akas Syariah yang terletak di Jl. P. Antasari No 9B Tj. Baru Kedamaian, Kota Bandar Lampung. Hal yang membedakan Hotel Omah Akas Syariah dengan Hotel lain adalah pelayanan dan fasilitas yang diberikan mencerminkan nilai islami dan bernuansa religi. Sebagai contoh sederhana, semua karyawan hotel mengenakan busana yang menutup aurat, hotel juga hanya menyediakan makanan dan minuman yang halal serta ketersediaan sarana ibadah di setiap kamar. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana manajemen pelayanan di hotel omah akas syariah dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen? Metode penelitian tersebut dibahas melalui studi lapangan yang akan meneliti manajemen pelayanan terhadap kepuasan konsumen di hotel omah akas syariah bandar lampung. Adapun permasalahan penelitian meliputi metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif yang menganalisis dengan pendekatan manajemen. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan jumlah Populasi yang dimaksud disini adalah karyawan yang berjumlah 8 orang yang terdiri dari 1 *Founder*, 1 *CO Founder*, 3 *Officer*, dan 3 Konsumen yang telah menginap di Hotel Omah Akas Syariah. Berdasarkan temuan-temuan penelitian: manajemen pelayanan di hotel omah akas syariah yaitu menerapkan fungsi manajemen meliputi: perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Hotel Omah Akas Syariah menerapkan prinsip pelayanan dengan prinsip *tangible*, *realible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Cara mengukur kepuasan konsumen yang dilakukan Hotel Omah Akas Syariah dengan system keluhan dan saran serta survey kepuasan konsumen. Adapun kesimpulannya Hotel Omah Akas Syariah menerapkan fungsi manajemen yang baik sehingga dalam memberikan pelayanan bisa secara optimal, sehingga dapat memberikan nilai yang positif.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Gustianis

NPM : 1641030128

Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun sanduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 19 Januari 2020



Putri Gustianis  
1641030128



**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung**

**Nama Mahasiswa : Putri Gustianis**

**NPM : 1641030128**

**Jurusan : Manajemen Dakwah**

**Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

**MENYETUJUI**

**Untuk diajukan dalam Sidang Munaqasyah  
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Hasan Mukmin, MA**  
**NIP. 196104211994031002**

**M. Husaini, S.T, M.T**  
**NIP. 197812182009121001**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah**

**Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag**  
**NIP. 197206161997032002**





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin. Sukarame Bandar Lampung. Telp. (0721) 704030

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul : **“MANAJEMEN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL OMAH AKAS SYARIAH BANDAR LAMPUNG”**, disusun oleh : Putri Gustianis, NPM 1641030128, program studi Manajemen Dakwah, Telah di Ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal :  
Senin, 22 Februari 2021

**TIM DEWAN PENGUJI**

**Ketua** : Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag

**Sekretaris** : Rauf Tamim, M.Pd.I

**Penguji I** : Dr. Mubasit, S.Ag, MM

**Penguji II** : Dr. Hasan Mukmin, MA

**Penguji Pendamping** : M. Husaini, S.T., M.T

Mengetahui  
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

**Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si**

**NIP. 196104091990031002**

*nm*

*RA*

*Mubasit*

*Hasan*

*Husaini*

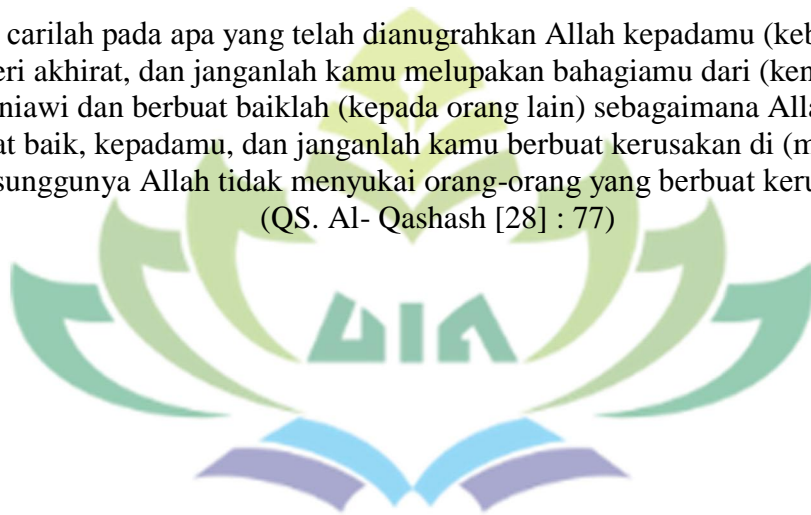


## MOTTO

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۗ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ  
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۗ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ  
الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya:

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagiamu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.  
(QS. Al- Qashash [28] : 77)



## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dan rasa bangga, kupersembahkan skripsi ini sebagai tanda bukti dan cita kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Rudi Heryon dan Ibu Mutiah yang penuh keikhlasan serta kesabaran dalam membimbing dan mendidik saya agar menjadi manusia yang lebih baik di dunia dan akhirat, yang selalu mendoa'akan demi kesuksesan saya, serta yang selalu memberi nasihat dan semangat untuk masa depan yang lebih baik.
2. Adik tercinta Destin Erdayanti, yang selalu memberikan dukungan.
3. Keluarga dan saudara-saudaraku tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doa untukku dalam menyelesaikan pendidikan serta skripsi ini.
4. Sahabat-sahabatku Dhea Triana Putri, Fita Ariska, Bunga Kurnia, Dyana Dwi Pratiwi, Suci Novita Sari, Nurul Aini, Edi Setiawan, Riswandi, dan Ahmad Hafis yang telah membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman seangkatan ku 2016 khususnya jurusan Manajemen Dakwah
6. Almamater Kebanggaanku Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah mendewasakanku



## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan pada tanggal 14 Agustus 1998 di Kota Bandar Lampung. Anak pertama dari dua bersaudara, buah hati dari pasangan Bapak Rudi Heryon dan Ibu Mutiah.

Pendidikan awal mulai penulis tempuh semenjak umur 5 tahun di TK Handayani Bandar Lampung selesai pada tahun 2004, kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Dasar Negeri (SDN) 5 Sukajawa Bandar Lampung selesai pada tahun 2010, pada tahun yang sama juga penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTSN) 1 Bandar Lampung selesai pada tahun 2013, pada tahun yang sama juga penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) UTAMA Bandar Lampung dan tercatat sebagai siswa SMK UTAMA Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2016.

Setelah menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan Utama Bandar Lampung, penulis melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi pada tahun 2016 dan diterima sebagai mahasiswa prodi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampung yang kini telah beralih status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 19 Januari 2021

Putri Gustianis  
1641030128

## KATA PENGANTAR

*Assalamua'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh*

*Alhamdulillah* rabbil'alamin, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung”. Sholawat serta salam penulis sanjung agungkan kepada Nabi Muhammad Saw beserta keluarga, para sahabat, dan para pengikutnya yang taat pada ajaran agama-Nya.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kekeliruan, hal ini semata-mata karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis memiliki. Oleh karena itu penulis mempunyai banyak harapan semoga skripsi ini menjadi alat penunjang ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu Manajemen Dakwah. terselesaikannya skripsi ini adalah ikhtiar yang tak luput dari bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Hj. Suslina Sanjaya, S.Ag, M.Ag selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah.
3. Bapak Dr. Hasan Mukmin, MA selaku Pembimbing I dan Bapak M. Husaini, ST., MT selaku Pembimbing II, yang penuh kesabaran dalam



membimbing dan mengarahkan demi terselesaikannya skripsi ini dengan baik.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
5. Kepada pemimpin dan karyawan Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung yang telah memberikan bantuan dan kemudahan kepada penulis dalam mengumpulkan data yang penulis perlukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dosen Prodi Manajemen Dakwah dan staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama menyelesaikan studi.
7. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen Dakwah angkatan 2016 khususnya kelas C.
8. Dan semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga kita selalu terikat dalam Ukhuwah Islamiyah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Akan tetapi dari skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat keilmuan yang berarti dalam bidang ilmu Manajemen Dakwah.

Bandar Lampung, 19 Januari 2021  
Penulis

Putri Gustianis  
1641030128

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>

### BAB I. PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan memilih judul .....	3
C. Latar belakang masalah.....	3
D. Fokus Penelitian .....	7
E. Rumusan masalah.....	7
F. Tujuan Penelitian .....	7
G. Signifikansi Penelitian .....	8
H. Metodologi penelitian .....	8
I. Metodologi Pengumpulsn data .....	11
J. Analisis Data.....	13

### BAB II MANAJEMEN PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN

A. Manajemen .....	16
1. Pengertian Manajemen .....	16
2. Fungsi Manajemen .....	18
B. Pelayanan .....	22
1. Pengertian Pelayanan .....	22
2. Prinsip Pelayanan .....	23
3. Standar Pelayanan .....	24
4. Tujuan pelayanan .....	28
5. Kualitas pelayanan .....	39
C. Kepuasan konsumen .....	30
1. Pengertian kepuasan konsume .....	30
2. Karakteristik kepuasan konsumen.....	33
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen .....	34
4. Indikator kepuasan konsumen.....	34



5. Cara Mebgukur Kepuasan Konsumen .....	35
D. Tinjauan pustaka .....	37

### **BAB III. Hotel omah akas syariah Bandar lampung**

A. Gambaran Umum Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung .....	40
1. Sejarah Berdiri Hotel Omah Akas Syariah .....	40
2. Visi dan Misi Hotel Omah Akas Syariah .....	41
3. Struktur Organisasi.....	43
4. Fasilitas Hotel Omah Akas Syariah .....	44
5. Persentasi Data Konsumen Hotel Omah AkAS Dari Tahun 2017-2020 .....	47
B. Manajemen Pelayanan Di Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung.....	47
1. Manajemen Pelayanan .....	48
2. Prinsip Pelayanan .....	53
C. Cara Mengukur Kepuasan Konsumen .....	54
D. Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan .....	56

### **BAB IV. ANALISIS MANAJEMEN PELAYANAN HOTEL OMAH AKAS SYARIAH DI BANDAR LAMPUNG**

A. Analisis Manajemen Pelayanan Hotel di Hotel Omah Akas Syariah .	57
B. Analisis Cara Mengukur Kepuasan Konsumen .....	61
C. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan .....	62

### **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	63
B. Saran .....	63

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Penegasan Judul

Untuk memberikan penjelasan yang baik dan menghindari pengertian yang kurang tepat sehingga dapat mempermudah dalam memahami isi kandungan skripsi ini. Judul yang penulis susun adalah “**Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung**”

Manajemen menurut Gibson, Donnelly & Ivancevich yaitu suatu proses yang dilakukan oleh satu atau lebih individu untuk mengoordinasikan berbagai aktivitas lain untuk mencapai hasil-hasil yang tidak bisa dicapai apabila satu individu bertindak sendiri.<sup>1</sup>

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen / pelanggan.<sup>2</sup>

Menurut penulis manajemen pelayanan yaitu suatu proses penerapan ilmu dan seni untuk menyusun rencana sampai dengan menyelesaikan aktivitas-aktivitas pelayanan demi tercapainya tujuan suatu organisasi.

---

<sup>1</sup> Ratmiko & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal), (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), h.2

<sup>2</sup> *Ibid*, h.2



Kepuasan konsumen adalah suatu tingkatan produk dipersiapkan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen diartikan sebagai keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen dan kepuasan konsumen dapat diukur dari seberapa besar harapan konsumen tentang produk, harga dan pelayanan yang *actual* atau dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen.<sup>3</sup>

Kepuasan konsumen menurut penulis adalah pengukuran atau *indicator* sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima dan sesuai tidaknya layanan yang telah ditawarkan dan akan membandingkannya dengan ekspektasi yang ia harapkan.

Omah Akas Syariah merupakan hotel yang berkonsep syariah yang terletak di jalan Pulau Sebuku No. 9B Antasari Kota Bandar Lampung.

Berdasarkan uraian diatas penulis ingin mengambil judul Manajemen Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung.

## **B. Alasan Memilih Judul**

### 1. Alasan Objektif

- a. Karena pelayanan yang baik sangat dibutuhkan bagi kepuasan konsumen Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung dan dapat memberikan dampak yang baik pula bagi citra perusahaan.

---

<sup>3</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, ( Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h.180

b. Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, karena pelayanan merupakan kunci utama suksesnya usaha dibidang jasa.

## 2. Alasan Subjektif

Dari aspek yang penulis bahas bahwa penelitian ini ada relevansinya dengan ilmu yang penulis pelajari dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah.

## C. 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 dan lain-lain. Oleh karena itu, tempat yang nyaman, bersih dan aman menjadi hal utama yang dibutuhkan oleh pengunjung atau konsumen.<sup>4</sup> 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

Setiap konsumen pasti menginginkan yang terbaik dalam setiap jasa yang ia beli karena itu adalah hak yang pantas mereka dapatkan. Setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, informasi yang benar dan jujur serta perlakuan atau pelayanan secara benar atas apa yang ia beli. Bahkan konsumen yang tidak puas tentu saja tidak mengulangi atau tidak memilih kembali lagi jasa akomodasi yang sama, ditambah

---

<sup>4</sup>Johan Arifin, *Fikih Perlindungan Konsumen*,(Semarang: Rasail,2007),h.133

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 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 di bidang 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.<sup>5</sup>

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.<sup>6</sup>

Hotel syariah merupakan hotel yang dalam penyelenggaraannya harus mengandung prinsip-prinsip syariah. Setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan dan mengendalikan sistem kualitas pelayanan sebaik mungkin, sehingga pelayanan dapat memuaskan para

---

<sup>5</sup>Rambat Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Salemba: Jakarta,2008),h.6

<sup>6</sup>*Ibid*,h.134



pelanggan/konsumennya. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya.

Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah pelayanan yang didukung sarana dan fasilitas yang baik, serta memiliki kelengkapan yang baik guna mempercepat pelayanan. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata konsumen dan calon konsumen. Itu artinya konsumen merasa puas ketika menggunakan pelayanan.

Kepuasan konsumen merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi konsumen maka konsumen akan merasa puas.

Setelah konsumen merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan, maka konsumen akan membandingkan dengan pelayanan lainnya. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan kembali lagi dan merekomendasikan kepada orang lain.

Bagi setiap perusahaan jasa perhotelan perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumen untuk itu dibutuhkan manajemen dalam setiap pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan

kebutuhan pemakaian jasa hotel dengan demikian mendorong para pengusaha di bidang jasa hotel khususnya dalam ini adalah Hotel Omah Akas Syariah ikut bersaing untuk menawarkan kelebihan-kelebihan. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan untuk mempengaruhi konsumen berupa manajemen pelayanan Hotel Omah Akas Syariah itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan sehingga konsumen merasa puas.

Perusahaan yang ada di Bandar Lampung sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha di Lampung khususnya, begitu juga bagi masyarakat dalam menjalankan usaha. Oleh karena itu, dalam mengatur dan menjalankan usaha, Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung diatur dan dikelola secara syariah karena sangat berhubungan dengan nasib masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim. Hotel Omah Akas Syariah, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari dunia usaha dan masyarakat muslim dan harus dapat mempertahankan citra yang baik di mata masyarakat. Hotel Omah Akas Syariah harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku konsumen dan memberikan citra yang baik di mata masyarakat dengan cara memberikan pelayanan yang baik dan berlandaskan nilai-nilai Islam.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perlu diadakan penelitian dengan pembahasan yang lebih jelas mengenai **“Manajemen Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung”**.

#### **D. Fokus Penelitian**

Penulis memfokuskan penelitian ini pada manajemen pelayanan di Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung terhadap kepuasan konsumen.

#### **E. Rumusan Masalah**

Menurut uraian latar belakang masalah, masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan, yaitu : Bagaimana manajemen pelayanan di hotel omah akas syariah dalam memberikan kepuasanterhadap konsumen?

#### **F. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah penelitian ini dilakukan untuk mengetahui manajemen pelayanan di hotel omah akas syariah dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen.

#### **G. Signifikasi Penelitian**

Dengan mengetahui pemecahan permasalahan maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Dapat menyumbangkan pengetahuan dan pemikiran yang bermanfaat bagi perkembangan secara umum memberikan wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai pengaruh kualitas pelayanan yang sesuai dengan ajaran Islam.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Dapat dijadikan sebagai acuan oleh Hotel Omah Akas Syariah dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan hotel demi kepuasan konsumen.



- b. Bagi Peneliti Dapat menambah pengetahuan mengenai manajemen pelayanan terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

## H. Metode Penelitian

Penelitian adalah suatu proses, yaitu suatu langkah-langkah yang dilakukan secara terencana dan sistematis guna mendapat pemecahan masalah atau mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan tertentu.<sup>7</sup> Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu dan data diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid.<sup>8</sup>

Artinya disini bahwa data yang diteliti adalah mengenai keadaan seluruh kegiatan pelayanan yang ada pada Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung mempunyai kriteria tertentu yang telah ditentukan peneliti.

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenis penelitian yaitu penelitian lapangan (*field research*) adalah mengadakan penelitian atau pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Penelitian lapangan biasanya membuat catatan-catatan lapangan secara luas yang kemudian dibuatkan kode dan dianalisis dalam berbagai cara.

---

<sup>7</sup>Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta:Ekonomi,2005)h.9

<sup>8</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Alfabeta : Bandung,2012, Cet.17),h.2

Dimana yang menjadi objek adalah mengenai manajemen pelayanan yang diberikan oleh karyawan atau yang mengetahui manajemen di hotel akas syariah kepada konsumen.

#### b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif, menurut Sumadi, penelitian deskriptif adalah menggambarkan mengenai situasi atau kejadian-kejadian, sifat populasi atau daerah tertentu dengan mencari informasi *factual*, *justifikasi* keadaan, membuat evaluasi sehingga diperoleh gambar yang jelas.<sup>9</sup>

Di dalam penelitian ini penulis bermaksud menerangkan secara jelas bagaimana manajemen pelayanan yang di pakai oleh Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung.

## 2. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian.<sup>10</sup> Populasi merupakan wilayah *generalisasi* yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>11</sup>

Populasi merupakan jumlah secara keseluruhan objek yang akan di teliti. Populasi juga merupakan suatu kumpulan menyeluruh dari

---

<sup>9</sup> Marzuki, *Metodologi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Social, Ekonomis*, (Yogyakarta, Kampus Fakultas Ekonomi, UII, 2005), Cet Ke I. h. 18

<sup>10</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010, Cet 14) h. 173

<sup>11</sup> Kountur Roni, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Buana Printing, 2009, Cet II) h. 80

suatu objek yang merupakan perhatian peneliti.<sup>12</sup> Disini yang menjadi populasi penelitian adalah pengurus / karyawan di Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung yaitu:

**Tabel 1.1 Data Populasi Di Hotel Omah Akas Syariah  
Bandar Lampung**

No	Jabatan	Jumlah
1	Founder	1
2	CO- Founder	1
3	Front Officer	2
4	Housekeeping	3

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari perwakilan populasi yang akan menjadi objek penelitian. Dapat dikatakan juga bahwa sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel merupakan bagian dari orang populasi. Metode yang dipakai oleh peneliti sendiri dalam pengambilan sampel yakni dengan teknik *purposive sampling* yaitu memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti.<sup>13</sup>

Adapun kriteria atau ciri-ciri yang penulis tentukan antara lain adalah:

---

<sup>12</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, h.145

<sup>13</sup>*Ibid*, h.146



**Tabel 1.2 Data Sampel di Hotel Omah Akas Syariah  
Bandar Lampung**

No	Nama	Keterangan
1	Erik	Manajer
2	Wahyu	Karyawan
3	Masayu	Konseumen
4	Alex	Konsumen

- 1) Manajer orang yang mengetahui kondisi Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung.
- 2) Karyawan 1 orang yang memberikan pelayanan
- 3) Konsumen yang telah menginap di Hotel Omah Akas Syariah minimal 1 malam

Berdasarkan penjelasan sampel diatas, bahwa kriteria yang diambil, untuk dijadikan sampel dalam penelitian Manajemen Pelayanan ini adalah 1 manajer, 1 karyawan dan 2 konsumen sebagai informan.

### **I. Metode Pengumpulan Data**

Untuk memudahkan pengumpulan data, penulis menggunakan metode sebagai berikut.

a. Metode Observasi

Observasi termasuk aktivitas yang menarik perhatian pada suatu objek dengan menggunakan semua indera. Sutrisno Hadi mengatakan

bahwa pengamatan adalah proses kompleks yang terdiri dari berbagai proses biologis dan psikologis.

Adapun observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengamati tingkah laku ataupun proses terjadinya kegiatan operasional perusahaan seperti cara berpakaian karyawan, cara menerima konsumen, pelayanan kepada konsumen, kondisi dan bentuk fisik perusahaan, dan sebagainya.

#### b. Metode Wawancara

Wawancara digunakan untuk teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan penelitian pendahuluan untuk menemukan masalah yang perlu diselidiki, dan peneliti ingin memiliki pemahaman yang lebih dalam tentang keadaan di perusahaan. Maka wawancara dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data.<sup>14</sup>

Dalam pelaksanaan wawancara yang digunakan penulis adalah wawancara tidak terstruktur, karna peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang sistematis dan terjadwal penuh untuk mengumpulkan data. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data-data yang berhubungan dengan manajemen pelayanan di Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung.

#### c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan dari peristiwa masa lalu. Dokumentasi dalam bentuk kata-kata manusia, gambar, atau karya peringatn. Dalam

---

<sup>14</sup>*Ibid*, h. 137

hal ini, penulis menggunakan data dokumentasi sebagai metode teknik pengumpulan data yang utama, karena banyak sekali dokumen-dokumen yang akan dipergunakan dalam penelitian penulis. Diantaranya dokumen berdirinya hotel omah akas Syariah Bandar Lampung, struktur hotel omah akas syariah Bandar Lampung, jumlah karyawan hotel omah akas syariah Bandar Lampung serta data-data yang menyangkut dengan data yang dibutuhkan penulis di hotel omah akas syariah Bandar Lampung.

#### **J. Analisis Data**

Dalam penelitian kualitatif, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>15</sup>

Berdasarkan hal tersebut dapat dikemukakan bahwa, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, memilih yang penting dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri dan orang lain.

---

<sup>15</sup>*Ibid*, h. 244.

Dalam hal analisis data peneliti mengumpulkan beberapa temuan, data-data, dan berbagai fakta-fakta yang ada di lapangan yang kemudian dianalisis oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan analisis data Miller dan Hubermant. Menurut Miller dan Hubermant yang dikutip oleh Hamid Patilma dalam buku Metode Penelitian Kualitatif, bahwa cara melakukan analisis data ada 3 yaitu reduksi data, penyajian data, dan verivikasi data.

1. Reduksi data yaitu merangkum dan mengkategorikan, memilah-milah hal yang dianggap penting dan pokok. Data yang sudah direduksi memberikan gambaran jelas dan mempermudah dalam pengumpulan data selanjutnya. Dalam reduksi data ini, peneliti mengumpulkan berbagai data yang diperoleh di lapangan. Setelah data tersebut dikumpulkan dilakukan seleksi untuk memilah-memilah data yang dianggap sesuai dengan penelitian, dan memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian.
2. Penyajian data, yaitu dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan hubungan antar kategori. Penyajian data mempermudah untuk memahami yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan yang telah dipahami. Peneliti menyajikan data yang sudah terkumpul yang telah sesuai dengan apa yang menjadi fokus penelitian, kemudian data-data tersebut disajikan.
3. Verifikasi, yaitu penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan ini menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal. Dalam tahap verifikasi peneliti melakukan penarikan kesimpulan terhadap hasil penelitian. Hal ini dilakukan untuk memilah-memilah data yang sesuai



dengan penelitian lalu disajikan data-data tersebut dapat ditarik kesimpulanya. Untuk penarikan kesimpulanya juga dilakukan dengan mengecek dan disesuaikan dengan rumusan masalah.

Secara umum cara kerja analisis data yang digunakan peneliti adalah setelah mengumpulkan data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berkaitan dengan manajemen pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung. Analisis data dilakukan secara terus menerus sampai tuntas sehingga data sudah terpenuhi dan sesuai dengan fokus penelitian. Pada tahap akhir dilakukan penarikan kesimpulan terhadap hasil dari penelitian yang telah dilakukan di lapangan.



## **BAB II**

### **MANAJEMEN PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN**

#### **A. Manajemen**

##### **1. Pengertian Manajemen**

Ada juga beberapa definisi manajemen sebagai berikut dalam buku Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi, menjelaskan bahwa manajemen adalah: manajemen, pengurusan, kepemimpinan, ketatalaksanaan, dan kepengurusan, pengelolaan dan sebagainya.

Menurut Mary Parker follet Manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini mengandung arti bahwa para manajer atau pengurus yang ada dilingkungan organisasi atau sesuatu lembaga untuk mencapai tugas atau tujuan-tujuan suatu organisasi harus melibatkan orang lain dan tidak mungkin melakukan dengan seorang diri.<sup>16</sup>

Menurut Hasibuan manajemen adalah ilmu dan seni pengatur proses pemanfaatan SDM dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.<sup>17</sup>

Menurut Sukarno, manajemen adalah proses dari memimpin, membimbing, dan memberikan fasilitas dari usaha orang-orang yang terorganisir formal guna mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan.

---

<sup>16</sup>Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta : BPF, 2000), h.8

<sup>17</sup>Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), h. 2

Kemudian dipaparkan juga tentang manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan.<sup>18</sup>

Manajemen merupakan kebutuhan sangat penting untuk mempermudah pencapaian tujuan manusia dalam organisasi. Manajemen diperlukan untuk mengatur atau mengelola berbagai sumber daya organisasi, yaitu sarana, prasarana, waktu, SDM, metode dan lainnya. Manajemen juga memperlihatkan cara yang lebih efektif serta efisien dalam pelaksanaan suatu pekerjaan.<sup>19</sup>

Menurut George R. Terry menjelaskan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.<sup>20</sup>

Manajemen ialah sebuah seni mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan utama sebuah organisasi atau bisnis melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan, dan pengawasan sumber daya dengan cara yang efektif dan efisien.

Crorby, Skinner, Ivancevich, dan Lorenzi yang dikutip oleh Atik dan Ratmiko yaitu pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata ( tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Soekarno, *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: Miswar, 1986),h.4

<sup>19</sup>A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara,2002), h.17

<sup>20</sup>Terry dan Leslie, *Dasar-Dasar Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013),h.9

<sup>21</sup> Ratmiko & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan* ( Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), h. 2-5

Sedangkan definisi yang lebih rinci dikutip oleh Ratmiko dan Atik yang di jelaskan oleh Groncroos berpendapat bahwa pelayanan adalah serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan perusahaan atau hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi permasalahan konsumen atau pelanggan.<sup>22</sup>

Pelayanan menurut penulis merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang diwawancarai tidak berwujud dan tidak memiliki kepemilikan apapun.

Manajemen pelayanan menurut penulis yaitu suatu proses penerapan ilmu dan seni untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana itu, mengkoordinasikan dan menyelesaikan aktivitas-aktivitas pelayanan demi tercapai tujuan pelayanan.

## **2. Fungsi Manajemen**

Manajemen dilakukan agar sdm dan sumber daya itu lebih berdaya guna, berhasil guna, terintegrasi, serta terkoordinasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Yang bertugas me manage adalah atasan dengan wewenang kepemimpinannya melalui instruksi persuasi, sehingga sumber daya dan semua proses manajemen tertuju serta ter arah kepada tujuan yang ingin

---

<sup>22</sup>*ibid.* h. 5



di capai. Untuk mengatur harus melalui proses dari urutan fungsi manajemen perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. berikut ini fungsi-fungsi manajemen, yaitu :

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah suatu pemilihan yang memiliki hubungan dengan kenyataan-kenyataan untuk membuat dan menggunakan beberapa asumsi yang berhubungan dengan waktu yang akan datang dalam menggambarkan dan merumuskan beberapa kegiatan yang diusulkan dengan keyakinan untuk tercapainya hasil yang di inginkan.

Perencanaan yang matang dan strategis (*strategis planning*) serta pertimbangan masa depan (*fore casting*) secara tepat merupakan salah satu modal suatu organisasi atau lembaga. Perencanaan di sini dimaksudkan sebagai usaha untuk melakukan penyusunan rangkaian kegiatan atau program yang akan dilaksanakan, sekaligus menentukan *time schedule* dan hal-hal yang berkaitan dengan program atau kegiatan yang akan dilakukan. Proses perencanaan menurut Abdul Rosyad Saleh terdiri dari beberapa langkah, yaitu :

- 1) Perkiraan serta penghitungan yang akan datang (*fore casting* )
- 2) Penentuan dan perumusan sasaran guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- 3) Penetapan beberapa tindakan dan prioritas pelaksanaannya
- 4) Penetapan metode

5) Penetapan waktu yang telah dijadwalkan

6) Penetapan biaya fasilitas dan faktor lainnya yang diperlukan<sup>23</sup>

b. Pengorganisasian ( *Organizing* )

Menurut Ahmad Fadli HS Pengorganisasian adalah keseluruhan proses pengelompokkan orang, alat, tugas tanggung jawab serta wewenang sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat berjalan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

c. Penggerakan ( *Acktuating* )

Menurut Ahmad Fadil HS, Penggerakan adalah keseluruhan proses pemberian motif bekerja kepada para karyawan sehingga mau bekerja dengan baik demi tercapainya tujuan organisasi. *Acktuating* adalah implementasi rencana, berbeda dari *planning* dan *organizing*. *Actuating* membuat urutan rencana menjadi tindakan dalam dunia organisasi. Sehingga tanpa tindakan nyata, rencana akan menjadi imajinasi atau impian yang tidak pernah menjadi kenyataan.

*Acktuating* juga bisa kita artikan sebagai aplikasi dari perencanaan atau *planning* yang telah kita susun sebelumnya. Bisa kita katakan juga bahwa *acktuating* merupakan rangkaian inti dari sebuah manajemen. *Acktuating* merupakan proses inti dari sebuah manajemen dalam sebuah organisasi. *Acktuating* merupakan pelaksanaan dari rangkaian sebuah manajemen dalam organisasi.

---

<sup>23</sup>Abdul Rosyad Saleh, *Manajemen Dakwah Islam* ( Jakarta: Bulan Bintang,1993),h. 54

*Acktuating* atau penggerakan merupakan tugas dari manajer untuk menggerakan seluruh sumber daya organisasi sesuai dengan fungsinya. Kesalahan dalam mengelola sumber daya organisasi akan menimbulkan kesalahan yang dialami organisasi. Manusia merupakan salah satu sumber daya yang mempunyai peranan penting dalam organisasi yang perlu digerakan agar mereka dapat menjalankan tugasnya dengan tepat.

Demikian juga sumber daya organisasi lainnya harus dikelola dengan baik agar dapat saling mendukung untuk mencapai tujuan organisasi secara keseluruhan. Dalam menggerakan sumber daya manusia dalam sebuah organisasi dapat dilakukan melalui aktifitas motifasi, kepemimpinan, dan komunikasi.

#### d. Pengawasan ( *Controlling* )

Pengawasan adalah penerapan cara untuk menjamin bahwa rencana-rencana telah dilaksanakan sesuai dengan yang ditetapkan pada awal. *Controlling*, memastikan bahwa kinerja sesuai dengan rencana. Hal ini membandingkan antara kinerja aktual dengan standar yang telah ditentukan. Jika terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja aktual dan yang diharapkan, manajer harus mengambil tindakan yang sifatnya mengoreksi.

*Controlling* merupakan fungsi terakhir dari proses manajemen. Fungsi ini sangat penting dan sangat menentukan pelaksanaan proses manajemen, karena itu harus dilakukan dengan sebaik-baiknya.

*Controlling* juga dapat dipahami sebagai bentuk pengawasan suatu kinerja para pegawai dalam sebuah lingkup organisasi. Dalam pengawasan kita dapat melihat berjalan atau tidaknya proses manajemen ini sesuai dengan apa yang telah diharapkan dalam sebuah organisasi. *Controlling* merupakan rangkaian proses manajemen yang terakhir. Disinilah kita dapat melihat berhasil atau tidaknya rangkaian sebuah proses manajemen yang telah disusun oleh anggota sebuah lembaga atau organisasi.

## **B. Pelayanan**

### **1. Pengertian Pelayanan**

Menurut Moenir mendefinisikan Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Karena itu pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.<sup>24</sup>

Pelayanan adalah segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang maupun jasa yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan badan usaha milik negara atau badan usaha milik daerah, dalam rangka

---

<sup>24</sup> A.S Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), h. 65



upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.<sup>25</sup>

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan pelayanan adalah segala bentuk pelayanan jasa baik barang maupun jasa yang menjadi tanggung jawab dan harus dilaksanakan oleh lembaga yang menyediakan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

## 2. Prinsip Pelayanan

Menurut Lovelock mengemukakan lima prinsip yang harus diperhatikan bagi penyelenggaraan pelayanan, yaitu meliputi:

- a. *Tangible* (terjamah) seperti kemampuan fisik, peralatan personil dan komunitas material.
- b. *Realible* (handal), kemampuan membentuk pelayanan yang dijanjikan secara tepat.
- c. *Responsiveness*. Rasa tanggung jawab terhadap mutu pelayanan
- d. *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, perilaku dan kemampuan karyawan
- e. *Empathy* yaitu perhatian perorangan pada konsumen.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Ratmiko dan Atik Septi, *Mnajemen Pelayanan*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2005), h. 5

<sup>26</sup> Daryono dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : Gava Media, 2014), h.134

### 3. Standar Pelayanan

Pelayanan harus disediakan menurut standar tertentu. Standar adalah spesifikasi teknis sebagai standar untuk melakukan aktivitas. Oleh karena itu, tingkat layanan masyarakat adalah sebagai tolak ukur yang digunakan penyedia layanan dan referensi evaluasi kualitas layanan komitmen atau janji sebagai penyedia layanan kepada masyarakat untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.<sup>27</sup>

Setiap penyelenggaraan pelayanan pasti memiliki standar pelayanan dan publikasikan untuk memastikan penerima layanan.

#### a. Pentingnya Standar Pelayanan

Standar pelayanan harus dimiliki oleh badan penyedia pelayanan. Untuk memastikan penyedia layanan yang berkualitas menjadikan masyarakat penerima pelayanan merasa bernilai tinggi atas pelayanan tersebut.

Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik bagi perusahaan dan karyawan yang bertugas melayani konsumen, yaitu:

##### 1) Tersedianya Karyawan Yang Baik

Konsumen akan nyaman jika karyawan melakukan pelayanan yang baik. Karyawan harus selalu ramah, sopan santun dan menarik. Disamping itu karyawan harus tetap tanggap, pandai bicara, menyenangkan, serta pintar, karyawan harus mampu memikat dan mengambil hati konsumen sehingga konsumen

---

<sup>27</sup> Daryanto dan Ismanto Setya budi, *konsumen dan Pelayanan Prima*, ( Yogyakarta: GAYA MEDIA, 2014), h. 145

semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kinerja karyawan harus rapi, cepat dan cekatan.

Seperti Yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Imran ayat 159 yang berbunyi :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ<sup>ط</sup> فَاعْفُ عَنْهُمْ<sup>ط</sup> وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ<sup>ط</sup> فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ<sup>ج</sup> إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (QS. Al-Imran [3] : 159)<sup>28</sup>

## 2) Tersedianya Sarana dan Prasarana Yang Baik

Umumnya konsumen sangat ingin dilayani dengan sangat baik. Untuk melayani konsumen, salah satu hal yang paling penting diperhatikan di samping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Fasilitas dan peralatan seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat konsumen nyaman dalam ruangan tersebut.

---

<sup>28</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005)

### 3) Bertanggung Jawab

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus bisa melayani dari awal sampai selesai dengan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan. Konsumen akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya.

### 4) Melayani Secara Cepat dan Tepat

Karyawan harus mampu melayani secara cepat dan tepat dalam melayani konsumen diharapkan karyawan harus melakukan melalui prosedur yang telah ditetapkan sebelumnya. Harus sesuai dengan jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan yang tidak sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan konsumen.

### 5) Mampu Berkomunikasi

Artinya karyawan harus mampu berbicara kepada konsumen dengan baik. Selain itu juga karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas serta mudah dimengerti konsumen.

### 6) Memiliki Pengetahuan Yang Baik

Tugas karyawan selalu berhubungan dengan konsumen, karyawan perlu diedukasi mengenai kemampuan dan pengetahuan dalam bekerja. Kemampuan bekerja akan mampu mempersingkat pekerjaan karyawan.



## 7) Berusaha Memahami Kebutuhan Konsumen

Karyawan harus tanggap tentang apa yang diinginkan oleh konsumen. Karyawan yang lambat akan membuat konsumen tidak puas. Harus cepat dan tanggap tentang apa mau dari konsumen itu sendiri.

## 8) Mampu Memberikan Kepercayaan Kepada Konsumen

Hal ini mutlak diperlukan sehingga calon konsumen ingin menjadi konsumen perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga konsumen yang lama perlu dijaga kepercayaannya agar tidak merasakan kecewa sehingga enggan untuk bertahan.<sup>29</sup>

Manajemen pelayanan adalah suatu manajemen proses yaitu manajemen yang mengatur dan mengendalikan proses layanan, agar mekanisme kegiatan pelayanan dapat berjalan tertib, lancar, tepat mengenai sasaran dan memuaskan bagi konsumen yang harus dilayani.<sup>30</sup>

Adapun prinsip-prinsip manajemen pelayanan adalah sebagai berikut :

- a) Identifikasi kebutuhan konsumen sesungguhnya.
- b) Menyiapkan pelayanan yang baik
- c) Membuat sistem dan mendukung pelayanan konsumen
- d) Mengusaha agar karyawan bertanggung jawab terhadap kualitas pelayanan yang diberikan

---

<sup>29</sup>Kasmir, *Etika Costumer Service* ( Jakarta: PT Raja Gravindo Persada, 2005), h. 186

<sup>30</sup>A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015),

- e) Melayani keluhan konsumen dengan baik
- f) Melakukan inovasi
- g) Karyawan adalah sama pentingnya dengan konsumen
- h) Bersikap tegas dan ramah pada konsumen
- i) Menjalinkan komunikasi serta interaksi khusus dengan konsumen

#### 4. Tujuan Pelayanan

Tujuan dari pelayanan pada dasarnya adalah memuaskan konsumen, untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari:

- a. *Transparansi*, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- b. *Akuntabilitas*, yakni pelayanan yang dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c. *Kondisional*, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
- d. *Partisipatif*, yakni pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam menyelenggarakan pelayanan dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan konsumen.
- e. *Kesamaan Hak*, yakni pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, dan status sosial.

- f. Keseimbangan Hak dan Kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan.

## 5. Kualitas Pelayanan

Menurut Fitzsimmons dan Fitzsimmons, Parasuraman, Zeithmal dan Berry sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Warits menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk membandingkan persepsi layanan yang diterima konsumen dengan layanan yang sesungguhnya. Apabila layanan yang diharapkan konsumen lebih besar dari layanan yang nyata-nyata diterima konsumen maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu, sedangkan jika layanan yang diharapkan konsumen lebih rendah dari layanan yang nyata-nyata diterima konsumen, maka dapat dikatakan bahwa layanan bermutu, dan apabila layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan.<sup>31</sup>

Dengan demikian kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan konsumen. Pola konsumsi dan gaya hidup konsumen menuntut perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthmal

---

<sup>31</sup> Abdul warits, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah*, (Skripsi: IAIN WS. 2009), h. 12

*Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Umumnya standar kepuasan konsumen hotel adalah ketika apa yang mereka dapatkan sesuai dengan yang mereka bayarkan. Yaitu dalam jasa perhotelan berarti konsumen mendapatkan sambutan yang ramah ketika pertama kali datang, saat pemesanan dan penyelesaian pemakaian kamar. Disamping itu, keramah tamahan karyawan bagian restorasi dan *housekeeping* juga menjadi hal yang penting sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen disamping kenyamanan lingkungan hotel. Oleh karena itu pelayanan yang berkualitas dan memuaskan konsumen perlu diupayakan secara terus menerus. Untuk menjaga kestabilan motto perusahaan.<sup>32</sup>

## **C. Kepuasan Konsumen**

### **1. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kepuasan adalah konsumen memberikan penilaian terhadap sebuah produk atau jasa itu sendiri. Hal ini merupakan suatu kepuasan yang diraih konsumen yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen.

Supranto menjelaskan, konsumen adalah individu yang menerima suatu jenis barang atau jasa dari orang lain atau kelompok orang serta perusahaan. Sedangkan Nasution berpendapat, konsumen adalah semua orang yang menuntut kepada perusahaan untuk memenuhi suatu standar

---

<sup>32</sup> Lupiyoadi Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT.Salemba 4, 2004), h.181

kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada manajemen perusahaan.<sup>33</sup>

Menurut Mowen dan Minor berpenapat bahwa kepuasan konsumen yang dikutip dari buku Vina Sri Yuniarti adalah sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Hal ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa tersebut.<sup>34</sup>

Sedangkan Kottler dan Keller berpendapat kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.<sup>35</sup>

Zulian Yamit berpendapat bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen itu sendiri setelah membandingkan hasil antara apa yang dia terima dan harapannya.

Brown berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk atau jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari

---

<sup>33</sup>Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), h.21

<sup>34</sup>Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen jilid 2*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1995), h.65

<sup>35</sup>Philip kottler & Keller, *Manajemen Pemasaran* (13 ed.)(Jakarta: Erlangga, 2008), h.139



produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengonsumsi produk tersebut secara terus menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap produk atau jasa kepada orang lain dari mulut ke mulut. Sedangkan menurut wells dan Prenskey menulis, kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa sebagai hasil evaluasi konsumen setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan produk atau jasa menyenangkan hati.<sup>36</sup>

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang diutamakan, tidak terkecuali pada hotel syariah, karena hal itu dapat menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha perhotelan. Konsumen yang tidak puas tentunya tidak akan kembali menggunakan jasa dari hotel tersebut, apalagi didukung dengan banyaknya pilihan hotel lain. Kepuasan konsumen dapat mendorong mereka untuk menginap lagi, yang akan memiliki dampak positif pada keberhasilan hotel, jika staf hotel dapat memberikan layanan itu bagus, para tamu akan puas, dan citra hotel di mata para tamu adalah positif.

Dari uraian diatas, penulis berkesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang dan puas konsumen atau orang yang diberikan pelayanan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau orang sebagai jasa yang dibutuhkan konsumen sehingga membuat konsumen untuk memakai pelayanan kembali.

---

<sup>36</sup> Rina Dwiastuti, Agustina Shinta, Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, (Malang: Universitas Brawijaya Press( UB Press), 2012), h. 150

Sedangkan dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan yang menjadi konsep dasar kepuasan konsumen menurut brown, yaitu:

- a. Kesesuaian keinginan dan harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang di berikan
- b. Konsumen yang puas akan kembali menggunakan produk atau jasa itu kembali.
- c. Kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain dari mulut ke mulut.<sup>37</sup>

## 2. Karakteristik Kepuasan Konsumen

Setelah kepuasan terbentuk maka perusahaan harus bisa mempertahankan sampai bisa membawa konsumen pada tingkat loyalitas. Kepuasan harus ditingkatkan menjadi tahap sangat puas.

Menurut Kotler ciri-ciri konsumen sangat puas adalah :

- a. Menjadi setia
- b. Membeli dalam jumlah banyak jika perusahaan memperkenalkan produk yang ada atau baru
- c. Memberikan komentar yang positif dan membuat untung perusahaan dan produk/jasanya.
- d. Tidak memberikan perhatian pada merek, iklan dan masalah terhadap harga
- e. Memberikan gagasan atau jasa pada perusahaan agar lebih berkembang.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> *Ibid*

### 3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

- a. Kualitas produk yaitu konsumen akan merasa puas bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosi, yaitu konsumen akan merasa bangga dan orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi harga murah akan memberikan nilai lebih kepada konsumen.
- e. Biaya, yaitu konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya lebih atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan puas terhadap jasa tersebut.<sup>39</sup>

### 4. Indikator Kepuasan Konsumen

Wira Sutedja menjelaskan terdapat beberapa hal yang diinginkan pelanggan atau konsumen antara lain :

- a. Konsumen ingin diperlakukan adil dan jujur, dan penuh hormat
- b. Konsumen ingin lokasi pelayanan yang strategis
- c. Konsumen ingin pelayanan yang tepat waktu dan efisien

---

<sup>38</sup>Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: PT. Erlangga,2009),h.48

<sup>39</sup>Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke Dua*,(Jakarta: Salemba Empat,2006),h.185

- d. Konsumen ingin pemecahan yang baik atas persoalan mereka
- e. Konsumen ingin diperlakukan seperti raja, yang ingin selalu dilayani dan diperhatikan
- f. Konsumen ingin uang mereka dihargai
- g. Konsumen hanya menginginkan pelayanan yang terbaik.<sup>40</sup>

## 5. Cara Mengukur Kepuasan Konsumen

Menurut kotler dalam muhamad adam mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen antara lain:<sup>41</sup>

### a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakan di tempat strategi, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telpon khusus. Informasi yang diperoleh dari metode ini dapat memberikan respon secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul. Meskipun demikian, karena metode ini cenderung bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan ketidakpuasan konsumen.

### b. Survey kepuasan pelanggan

Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus

---

<sup>40</sup>Sutedja, Wira, *Panduan Layanan Konsumen*,(Jakarta: PT. Grasindo,2007),h.3

<sup>41</sup> Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h.16

memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan konsumen melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, anatar lain:

- 1) *Directive reposted satisfacation* yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan yang menghasilkan skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas.
- 2) *Derived Dissatisfaction* yaitu pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.
- 3) *Problem analysis* yaitu pelanggan yang dijadikan responden yang diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua saran untuk melakukan perbaikan.
- 4) *Impotence-perfomanceanalysis* yaitu dalam teknik ini responden diminta untuk merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

c. *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan, selian itu ghost shopper juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan menjawab pertanyaan konsumen dan menanggapi setiap keluhan.



*d. Lost customer Analysis*

Metode ini sedikit untuk perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti mengkonsumsi, yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

### **C. Tinjauan Pustaka**

Untuk penyusunan karya ilmiah ini, Penulis membaca beberapa skripsi untuk mendalami materi dan menentukan poin perbedaan hasil karya penulis dengan karya tulis yang lain. Adapun setelah Penulis mengaku kajian kepustakaan, Penulis tidak menemukan judul yang sama. Namun ada beberapa peneliti yang hampir sama diantaranya :

Pertama, Diah Rahayu, NMP: 1341030016, dengan judul skripsi “Manajemen Pelayanan Publik Pada Kantor Urusan Agama Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran”. Pembahasan yang Diah Rahayu berbeda dengan pembahasan yang penulis buat, yaitu membahas tentang implementasi manajemen pelayanan public Kantor Urusan Agama (KUA) pada calon pengantin. Dimana pelayanan publik yang dimaksudkan ialah pelayanan publik yang mengarah tentang agama dimana pengguna pelayanan publik ini ialah masyarakat yang hendak mengurus tentang pernikahan dan juga mengurus tentang keperluan yang menyangkut tentang nilai-nilai rumah tangga. Sedangkan skripsi yang Penulis buat memuat kajian tentang

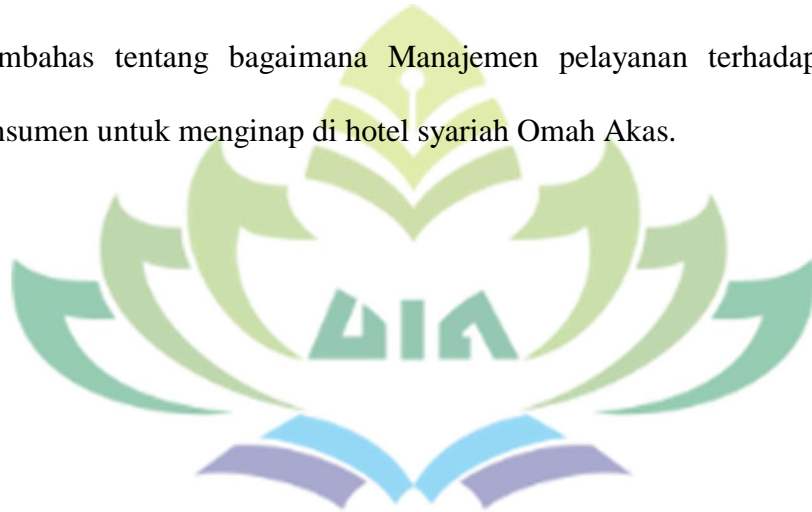
manajemen pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Disini dapat dilihat perbandingannya yaitu Penulis lebih mengarah kepada bagaimana cara pihak Hotel Omah Akas Syariah memberikan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Kedua, Muhammad Handika Saputra, NPM: 1441030135, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, pada tahun 2018 dengan judul “Implementasi Fungsi Manajemen Dalam Pelayanan Calon Jama’ah Haji Di Kementerian Agama Kabupaten Lampung Barat Periode 2017”. Skripsi ini menjelaskan penerapan fungsi manajemen dalam pelayanan calon jama’ah haji diantaranya yaitu fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian, fungsi penggerak, fungsi pengawasan di Kementerian Agama Kabupaten Lampung Barat oleh seksi penyelenggara Haji dan Umroh. Dan perbedaan dengan skripsi yang penulis fokuskan adalah penulis membahas tentang manajemen pelayanannya terhadap kepuasan konsumen di Hotel Syariah Omah Akas Bandar Lampung, persamaan skripsi Muhammad Handika Saputra dengan Penulis yaitu pada pembahasan fungsi manajemen.

Ketiga, Ragil Purnomo, NPM: 11240122, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, pada tahun 2015 dengan judul “manajemen pelayanan calon jamaah haji (Studi Kasus Panitia Penyelenggara Ibadah Haji Embarkasi Solo Tahun 2015)”. Skripsi ini menjelaskan tentang manajemen pelayanan yang telah diberikan oleh panitia penyelenggara ibadah haji di solo. Dan perbedaan

skripsi dengan Penulis ialah beda jauh karena penulis memfokuskan pelayanan kepada konsumen di Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung, jadi jelas berbeda dengan skripsi Ragil Purnomo.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang manajemen pelayanan namun peneliti lebih meneliti pada manajemen pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel sedangkan penelitian terdahulu meneliti manajemen pelayanan kepada calon jamaah haji dan fungsi manajemen dalam pelayanan jamaah haji, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada peneliti ini membahas tentang bagaimana Manajemen pelayanan terhadap kepuasan konsumen untuk menginap di hotel syariah Omah Akas.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Abdul Rosyad Saleh, *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1993
- Ari Kunto, Suharsini, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Arifin, Johan, *Fikih Perlindungan Konsumen*, Semarang: Rasail, 2007.
- A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002
- Atik Septi Winarsih & Ratmiku, *Manajemen Pelayanan (Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's charter dan Standar Pelayanan Minimal*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Gaya Media, 2014
- Hani Handoko, *Manajemen*, Yogyakarta : BPF, 2000.
- Johan Arifin, *Fikih Perlindungan Konsumen*, Semarang: Rasail, 2007.
- Kountur Roni, *Metode Penelitian*, Jakarta : Buana Printing, 2009.
- Kasmir, *Etika Costumer Service*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005
- Lupiyadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba, 2008.
- Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005
- Marzuki, *Metodologi Riset*, Yogyakarta: Ekonomi, 2005.
- Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- Philip kottler & Keller, *Manajemen Pemasaran* (13 ed.) Jakarta: Erlangga, 2008.
- Rambat Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba: Jakarta, 2008.
- Ratmiko & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005
- Rina Dwiastuti, Agustina Shinta, Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, Malang: Universitas Brawijaya Press( UB Press), 2012

Soekarno, *Dasar-dasar Manajemen*, Jakarta: Miswar, 1986

Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, *Prilaku Konsumen*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.

Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rineka Cipta, 2001.

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.

SuharsimiArikunto, *ProsedurPenelitian*, Jakarta :RinekaCipta, 2010.

Sutedja, Wira, *Panduan Layanan Konsumen*, Jakarta: PT. Grasindo,2007.

Terry dan Leslie, *Dasar-DasarManajemen*, Jakarta: BumiAksara, 2013

Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen jilid 2*, Jakarta: Binarupa Aksara, 1995.

#### **Sumber Skripsi:**

Abdul warits, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerpan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah*, Skripsi: IAIN WS. 2009

#### **Wawancara:**

Erik, CEO Hotel Omah Akas Syariah Bandar Lampung, Wawancara

