

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
RINGKASAN .....	v
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Permasalahan.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	6
E. Kerangka Teori.....	6
F. Metodologi Penelitian.....	7
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	7
2. Sumber Data.....	8
3. Alat Pengumpulan Data.....	9
4. Teknik Analisa Data.....	10

BAB II LANDASAN TEORI MARKETING MIX TERHADAP KEPUASAN	
KONSUMEN HOTEL SYARIAH .....	15
A. Hotel Syariah.....	15
B. <i>Marketing</i> Syariah.....	22
1. <i>Marketing</i> Syariah .....	22
2. Tujuan Sistem Pemasaran .....	38
3. Etika Pemasaran Syariah .....	41
4. Konsep <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran Jasa).....	43
5. Kepuasan Pelanggan.....	50
C. Penelitian Terdahulu .....	56
BAB III GAMBARAN UMUM DAN PELAKSANAAN <i>MARKETING MIX</i> DI	
PENGINAPAN WISMA SYARIAH VANDERA KABUPATEN GARUT .....	62
A. Identitas Lembaga .....	62
B. Sejarah Singkat Penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut ..	63
C. Visi dan Misi Penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut.....	63
D. Struktur Organisasi Penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut	
.....	64
E. Uraian Jabatan Penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut....	65
F. Lokasi Penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut.....	66
G. Pelaksanaan <i>Marketing Mix</i> di Penginapan Wisma Syariah Vandera	
Kabupaten Garut .....	67

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN PRIORITAS <i>MARKETING MIX</i> PADA JASA PENGINAPAN SYARIAH DI PENGINAPAN WISMA SYARIAH VANDERA KABUPATEN GARUT .....	74
A. Analisis Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan di Penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut Menggunakan Metode AHP.....	74
B. Pembahasan.....	84
C. Penanggulangan Pelanggan yang Kecewa.....	88
BAB V PENUTUP.....	91
A. Simpulan .....	91
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	93
LAMPIRAN.....	100

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Skala Saaty .....	12
Tabel 1. 2 Matriks Perbandingan Berpasangan.....	12
Tabel 1. 3 Nilai Random Indeks .....	14
Tabel 4. 1 Matriks Perbandingan Berpasangan Perhitungan Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden I.....	74
Tabel 4. 2 Bobot Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden 1 .....	75
Tabel 4. 3 Matriks Perbandingan Berpasangan Perhitungan Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden 2 .....	76
Tabel 4. 4 Bobot Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden 2 .....	76
Tabel 4. 5 Matriks Perbandingan Berpasangan Perhitungan Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden 3 .....	78
Tabel 4. 6 Bobot Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden 3 .....	78
Tabel 4. 7 Matriks Perbandingan Berpasangan Perhitungan Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden 4 .....	79
Tabel 4. 8 Bobot Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden 4 .....	80
Tabel 4. 9 Matriks Perbandingan Berpasangan Perhitungan Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden 5 .....	81
Tabel 4. 10 Bobot Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden 5 .....	81
Tabel 4. 11 Matriks Perbandingan Berpasangan Perhitungan Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan secara Global .....	82
Tabel 4. 12 Bobot Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Secara Global ...	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Teori.....	7
Gambar 1. 2 Struktur Hirarki AHP .....	11
Gambar 2. 1 Segitiga Pemasaran Jasa.....	25
Gambar 2. 2 Siklus Pemasaran.....	28
Gambar 2. 3 Proses Kepuasan Konsumen .....	52
Gambar 2. 4 Kesenjangan Kepuasan Pelanggan.....	52
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut .....	64
Gambar 3. 2 <i>Flow Chart</i> SOP Karyawan di Penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut .....	66
Gambar 4. 1 Urutan Bobot Priotas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden 1 .....	75
Gambar 4. 2 Urutan Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden 2..	77
Gambar 4. 3 Urutan Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden 3..	78
Gambar 4. 4 Urutan Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden 4..	80
Gambar 4. 5 Urutan Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Responden 5..	82
Gambar 4. 6 Urutan Prioritas <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Secara Global	83

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Komentar Konsumen dari Aplikasi Travelloka.com terkait Penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut.....	100
Lampiran 2 : Jawaban Kuesioner Responden.....	101
Lampiran 3 : Kuesioner dan Wawancara Responden.....	103
Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Garut.	106
Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian kepada Wakil Ketua PHRI Kabupaten Garut .....	106
Lampiran 6 : Surat Izin Penelitian kepada Dosen Jurusan Pariwisata Fakultas Ekonomi Universitas Garut.....	107
Lampiran 7 : Surat Izin Penelitian kepada Pemilik sekaligus Pengelola dari Penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut.....	107
Lampiran 8 : Penginapan Wisma Syaiah Vandera Kabupaten Garut.....	108
Lampiran 9 : Surat Keputusan Pembimbing.....	110
Lampiran 10 : Kartu Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing 1.....	111
Lampiran 11 : Kartu Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing 2.....	114
Lampiran 12 : Revisi Sidang Skripsi.....	117
Lampiran 13 : Biodata Penulis.....	119