

## **Faktor-Faktor yang Memengaruhi Preferensi Masyarakat Muslim di Kota Bandung Dalam Memilih Hotel Syariah**

Cupian<sup>1</sup>, Virka Melita<sup>2</sup>, Vanny Laili<sup>3</sup>, Kintan Meilasari<sup>4</sup>, Sarah Annisa Noven<sup>5</sup>  
<sup>12345</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

Email: [cupian@unpad.ac.id](mailto:cupian@unpad.ac.id), [virka.melita@unpad.ac.id](mailto:virka.melita@unpad.ac.id), [vani.laili@unpad.ac.id](mailto:vani.laili@unpad.ac.id),  
[kintan.meilasari@unpad.ac.id](mailto:kintan.meilasari@unpad.ac.id), [Sarah17@unpad.ac.id](mailto:Sarah17@unpad.ac.id)

**ABSTRACT:** Islam emphasizes outwardly noble values as a foundation in business practices for Muslim business people. However, not a few business people tend to practice business that is detrimental to others and even to the environment. This study reviews the principles of business practice from an Islamic perspective. The purpose of this study is to analyze the factors that influence the preferences of Muslim communities in Bandung to choosing sharia hotels as a means of staying. The research used quantitative methods with a logistic regression approach with the dependent variable of consumer decisions choosing hotels, as well as independent variables of marketing mix factors 7P (Product, Price, Promotion, Place, Marketing channels, People, Process, and Physical evidence), then, Preferences, religiosity, Image and accessibility of hotels. The results found that respondents in this study gave high perceptions for variables in choosing to stay at Islamic hotels.

**Keywords:** Halal Tourism, Sharia hotels, business practice in Islamic Economics

### **1. PENDAHULUAN**

Pariwisata menjadi sektor unggulan penerimaan devisa negara untuk 5 tahun terakhir. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Wishnutama Kusubandio (2019) mengatakan, realisasi penerimaan devisa dari sektor pariwisata sepanjang tahun 2019 mencapai Rp 280 triliun. Ekonomi sektor pariwisata berkontribusi sebesar 5.5% pada PDB nasional dengan total tenaga kerja pada sektor ini sebanyak 13 juta orang. Seiring dengan berjalannya waktu, Pariwisata mengalami perkembangan dengan kemunculan *Halal Tourism* atau Wisata Halal. Indonesia dinilai serius dalam mengembangkan sektor wisata

halal, terbukti dengan terus meningkatnya peringkat destinasi wisata halal Indonesia oleh Lembaga pemeringkat *Mastercard-Crescent* hingga dinobatkan sebagai Destinasi Wisata Halal Terbaik Dunia pada tahun 2019 standar *Global Muslim Travel Index (GMTI)* dengan skor 78.

Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia berjuang keras untuk menjadi pusat kegiatan syariah termasuk wisata halal. Salah satu usaha untuk mengembangkan *Halal Tourism* yakni melalui fasilitas Hotel Syariah. Berdasarkan data dari Traveloka pada tahun 2018, Indonesia memiliki 730 hotel berbasis halal dengan tingkat pertumbuhannya 170% untuk 3 tahun terakhir, dan terdapat 63 hotel yang sudah bersertifikat halal dari MUI. Dewasa ini para pengusaha hotel sedang berlomba-lomba meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang ada untuk bersaing dalam bidang perhotelan karena hal tersebut yang akan menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha perhotelan.

Wisata syariah cepat populer sebagai jenis hiburan di sektor pariwisata Islam di berbagai negara khususnya negara dengan penduduk muslim. Tingkat kesadaran halal dan bersyariah yang semakin meningkat membuat tuntutan terhadap fasilitas hotel dan usaha pariwisata syariah juga meningkat. Esensi dari bersyariah adalah menyingkirkan hal yang tidak baik bagi manusia dan lingkungan sehingga fasilitas hotel dan pariwisata syariah bisa dinikmati semua masyarakat muslim.

Perkembangan hotel dengan berbasis syariah belum menjadi suatu bisnis yang cukup populer di Kota Bandung saat ini. Pada pelaksanaannya, hotel syariah masih belum menjadi tawaran akomodasi yang menarik bagi seluruh kalangan. Hotel syariah masih terdengar asing ditelinga masyarakat Indonesia. Namun demikian, diyakini bahwa kedepannya bisnis ini terus meningkat seiring dengan tingkat kesadaran terhadap ekonomi syariah. Bank Indonesia (BI) tahun 2023 kembali menyelenggarakan tracking survei nasional literasi ekonomi syariah. Survei tersebut menghasilkan indeks literasi ekonomi syariah sebesar 28,01%. Tantangan pengemasan hotel syariah merupakan pekerjaan rumah bagi seluruh *stakeholder* yang berhubungan. Kondisi semacam ini mendorong produsen melebarkan sayapnya di bidang perhotelan melakukan berbagai inisiatif seperti menyediakan menu Timur Tengah di restoran mereka, makanan dan minuman yang terjamin halal, ketersediaan air bersih untuk bersuci serta fasilitas alat sholat dan kitab suci di setiap kamar hotel.

Berdasarkan penelitian dari Rahardi, naufal (2016) hotel syariah memiliki memiliki beberapa pelayanan fasilitas hotel seperti petunjuk arah shalat, menyediakan makanan dan minuman halal, mushola hotel, Al-Quran, dan peralatan shalat lengkap pada setiap kamar hotel sebagai sarana pemasaran, serta dalam hal penerimaan pengunjung, pihak hotel syariah memiliki SOP (Standar Operasi Produk) yang tertulis. Hotel menyelenggarakan inovasi baru seperti promosi, menjaga citra hotel dan aksesibilitas

dan menetapkan kriteria tertentu untuk mengambil pangsa pasar yang lebih kompetitif untuk konsumen muslim memilih hotel syariah.

Dari uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk membuat suatu perbandingan dan preferensi tentang hotel berbasis syariah dengan meninjau kesadaran halal dari masyarakat muslim, jumlah hotel dengan label syariah, serta asas kajian dan sajian spiritual islam di Kota Bandung.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **2.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian dalam makalah ini adalah *marketing mix* atau bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence*), pengetahuan, religiusitas, fasilitas, citra hotel dan aksesibilitas sebagai variabel independen dan keputusan menginap di hotel Syariah sebagai variabel dependen.

### **2.1 Metode dan Desain Penelitian**

#### **2.2.1 Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan regresi logistik. Regresi logit adalah bentuk regresi yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, ketika variabel dependen adalah sebuah data dengan ukuran biner atau dikotomi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang relevan diantaranya, laporan kementerian pariwisata Republik Indonesia, buku dan jurnal.

#### **2.2.2 Desain Penelitian**

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain korelasional, karena dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih.

## **2.2 Langkah-langkah Penelitian**

Sesuai dengan judul penelitian yaitu "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat muslim di Kota Bandung dalam memilih hotel Syariah" maka variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

**TABEL 1 OPERASIONAL VARIABEL**

Variable	Sub-variable	Indikator
Keputusan menginap di hotel syariah (Dependen)		
Independen: Product ( X1)	Kualitas yang bagus	1. Produk memiliki desain yang menarik 2. Produk sesuai dengan kebutuhan penggunaanya
Price ( X2)	Harga yang sesuai dengan hotel	Harga yang terjangkau sesuai dengan lokasi
Promotion ( X3)	promosi yang sesuai dan strategis	1. Promosi dengan memasang banner di tempat yang dilalui banyak orang 2. Melalui media sosial yang sering di gunakan banyak orang
Place ( X4 )	Saluran pemasaran yang strategis	1. Dekat dengan tempat wisata 2. Dekat dengan masjid 3. Tempat lalulalang orang
People of participant ( X5)	People of participant yang menarik	Bisa melayani dengan sopan sesuai adab
Process ( X6 )	Process yang sesuai	Menaati aturan yang di buat oleh hotel tersebut
Physical evidence ( X7 )	Physical evidence yang sesuai dengan hasil kerja	Bersikap jujur dalam melaporkan bukti fisik
Pengetahuan ( X8 )	Berwawasan luas	Memiliki wawasan yang luas tentang hotel syariah
Religiusitas ( X9)	Religiusitas yang tinggi	1. Menyediakan mushola umum 2. Alat sholat yang lengkap 3. Tempat wudhu yang bersih
Citra hotel ( X10 )	Citra hotel yang detail	Semua tentang hotel tersebut harus jelas supaya konsumen lebih mengerti
Aksesibilitas ( X11 )	Aksesibilitas yang memadai dan terjangkau	Transportasi umum yang memadai untuk bepergian kemana pun itu

## 2.3 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner responden terkait preferensi masyarakat muslim di Kota Bandung dalam memilih hotel syariah. Data sekunder digunakan untuk mendukung berbagai teori yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari data kementerian pariwisata, hotel, jurnal, skripsi serta literatur yang dibutuhkan untuk menunjang pembuatan makalah ini. Terkait alat pengumpul data berupa pengisian kuisisioner yang dibagikan melalui *google form*.

## 2.4 Teknik Pengolahan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik penarikan sampel tanpa peluang (*Non Probability Sampling*) dengan pengambilan datanya menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yaitu prosedur yang biasa dilakukan oleh peneliti dalam memilih contoh berdasarkan pertimbangan tentang beberapa karakteristik yang cocok berkaitan dengan responden yang diperlukan untuk menjawab penelitian (Juanda 2009).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan dua pendekatan, yaitu pendekatan analisis kuantitatif dan pendekatan analisis kualitatif. Pendekatan analisis kuantitatif digunakan untuk menampilkan data dalam bentuk tabel, sedangkan pendekatan analisis kualitatif digunakan untuk menggambarkan karakteristik konsumen dalam memilih hotel syariah. Regresi logistik digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap hotel syariah. Metode pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Microsoft Excel* dan *STATA*.

### a. Analisis Regresi Logistik

Regresi logistik atau LOGIT merupakan bagian dari analisis regresi. Analisis ini mengkaji hubungan pengaruh peubah-peubah penjelas (X) terhadap peubah respon (Y) melalui model persamaan matematis tertentu. Secara umum, peubah penjelasnya dapat berupa peubah kategorik maupun peubah numerik, untuk menduga besarnya peluang kejadian tertentu dari kategori peubah respon. Analisis regresi logistik ini merupakan suatu teknik untuk menerangkan peluang kejadian tertentu dari kategori peubah respon (Firdaus *et al*/2011).

Model logit diturunkan berdasarkan fungsi peluang logistik kumulatif yang dispesifikasikan (Juanda 2009). Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini disusun dalam persamaan berikut:

$$P_i = F(Z_i) = F(\alpha + \beta x_i) = \frac{1}{1 + e^{-(\alpha + \beta x_i)}} \dots\dots(1)$$

Keterangan:

$P_i$  : Keputusan konsumen memilih hotel

D.1: jika memilih hotel syariah

D.0: jika tidak memilih hotel syariah

$\alpha$  : *Intersep*

$\beta$  : *Parameter peubah  $X_i$*

$x_1$  : Pengetahuan (skor)

$x_2$  : Citra hotel (skor)

$x_3$  : Layanan Pelanggan/ *Customer Service* (skor)

$x_4$  : Orang/SDM/ *People* (skor)

$x_5$  : Tempat/Lokasi/ *Place* (skor)

$x_6$  : Promosi/ *Promotion* (skor)

$x_7$  : Proses/ *Process* (skor)

$x_8$  : Harga/ *Price* (skor)

$x_9$  : Produk/ *Product* (skor)

$x_{10}$  : Fasilitas (skor)

$x_{11}$  : Aksesibilitas (skor)

$x_{12}$  : Religiusitas (skor)

*Odds Ratio* digunakan sebagai peluang terjadinya pilihan 1 (memilih hotel syariah) terhadap peluang terjadinya pilihan 0 (tidak memilih hotel syariah). Nilai *odds* menjadi suatu indikator kecenderungan konsumen untuk memilih pilihan 1 (hotel syariah). Nilai *odds* yang semakin besar menunjukkan peluang konsumen untuk memilih hotel syariah semakin besar. Hubungan antara parameter dan *odds ratio* yaitu:

$$\text{Odds Rasio} = \frac{p_i}{1-p_i}$$

Keterangan:

$P_i$  = *Rasio peluang terjadi pilihan 1*

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Karakteristik Konsumen dalam Memilih Hotel Syariah

Karakteristik responden dalam penelitian ini merupakan masyarakat muslim di kota Bandung dengan variabel yang mempengaruhi keputusan menginap di hotel Syariah adalah Variabel pengetahuan, Variabel Citra, Variabel Layanan Pelanggan (Customer Service), Variabel People, Variabel Place, Variabel Process, Variabel Produk, Variabel Price, Variabel Promotion, Variabel Fasilitas, Variabel Aksesibilitas, dan Variabel Religiusitas. Variabel-variabel tersebut diukur dengan instrument kuesioner skala likert. Setelah dilakukan uji validitas dan realibilitas pada 30 responden, hasilnya menyatakan bahwa semua instrument yang digunakan valid dan reliable.

#### 3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

No. Bulir	r hit	Ket	C A	Ket
Pengetahuan (X1)			0.6954	Reliabel
Hotel Syariah adalah hotel berdasarkan prinsip Syariah	0.8712	Valid		
Hotel Syariah menunjang nilai-nilai agama	0.8538	Valid		
Hotel Syariah mengutamakan kejujuran	0.7064	Valid		
Hotel Syariah tidak memperbolehkan pasangan tidak resmi menginap dalam satu kamar	0.4543	Valid		
Hotel Syariah memiliki SOP khusus	0.5878	Valid		
Citra Hotel (X2)			0.79	Reliabel
Hotel Syariah lebih terpercaya pelayanannya	0.773	Valid		
Hotel Syariah memiliki citra yang baik oleh masyarakat luas	0.7841	Valid		
Hotel Syariah mengutamakan kejujuran	0.8545	Valid		
Hotel Syariah memiliki suasana yang kondusif bernuansa Islami	0.7279	Valid		
Pelayanan Pelanggan (X3)			0.9068	Reliabel
Karyawan hotel Syariah mengucapkan salam kepada pengunjung saat pertama masuk di receptionist	0.8468	Valid		
Hotel Syariah memberikan pelayanan yang sesuai dengan prosedur yang seharusnya diberikan	0.9394	Valid		
Security hotel Syariah memberikan rasa aman dan nyaman terhadap pengunjung yang datang	0.9329	Valid		
Hotel Syariah memberikan layanan yang professional	0.8213	Valid		
People (X4)			0.8626	Reliabel

Karyawan hotel Syariah baik dan ramah	0.6762	Valid		
Hotel Syariah karyawannya berpenampilan sopan dan menarik	0.7313	Valid		
Karyawan hotel Syariah memiliki perilaku yang jujur	0.8551	Valid		
Karyawan hotel Syariah memiliki perilaku yang baik	0.8833	Valid		
Karyawan hotel Syariah cepat menanggapi sesuatu ( fast respon )	0.8817	Valid		
Place (X5)			0.854	Reliabel
Hotel Syariah terletak di tempat yang strategis	0.8531	Valid		
Hotel Syariah berada pada salah satu jalan utama	0.8831	Valid		
Hotel Syariah terletak pada pusat perbelanjaan dan kuliner	0.8283	Valid		
Hotel Syariah terletak di Kawasan elit	0.7853	Valid		
Promotion (X6)			0.766	Reliabel
Hotel Syariah mempublikasikan melalui media cetak	0.626	Valid		
Hotel Syariah mempublikasikan jejaring social / internet	0.8272	Valid		
Hotel Syariah tidak membuat iklan yang mengandung unsur ponografi atau semacamnya	0.5793	Valid		
Hotel Syariah mengiklankan promosinya dikemas dengan menarik dan mudah dipahami	0.7874	Valid		
Hotel Syariah mempromosikan keunggulan layanan hotel	0.8353	Valid		
Process (X7)			0.8977	Reliabel
Proses pemesanan ( booking ) hotel Syariah sangat mudah dan cepat	0.8946	Valid		
Proses check in dan check out hotel Syariah mudah	0.8775	Valid		
Proses pembersihan dan persiapan kamar hotel oleh office boy di hotel Syariah cekatan dan cepat	0.8747	Valid		
Proses penyajian menu makan pagi di hotel Syariah tepat waktu	0.8559	Valid		
Proses memasak, penggunaan alat dan bahan untuk memasak pada menu hotel Syariah telah terjamin kehalalannya	0.7184	Valid		
Price (X8)			0.7527	Reliabel
Harga hotel Syariah sesuai dengan pelayanan dan fasilitas kamar yang di dapat	0.8464	Valid		
Harga hotel Syariah dapat bersaing dengan hotel lain	0.7512	Valid		
Harga yang tercantum pada menu makanan dan minuman hotel Syariah sesuai dengan kualitas yang dihidangkan	0.8541	Valid		
Product (X9)			0.886	Reliabel
Hotel Syariah menyediakan berbagai tipe kamar yang sesuai dengan kebutuhan	0.916	Valid		
Hotel Syariah menyediakan paket pertemuan (meeting room)	0.8327	Valid		



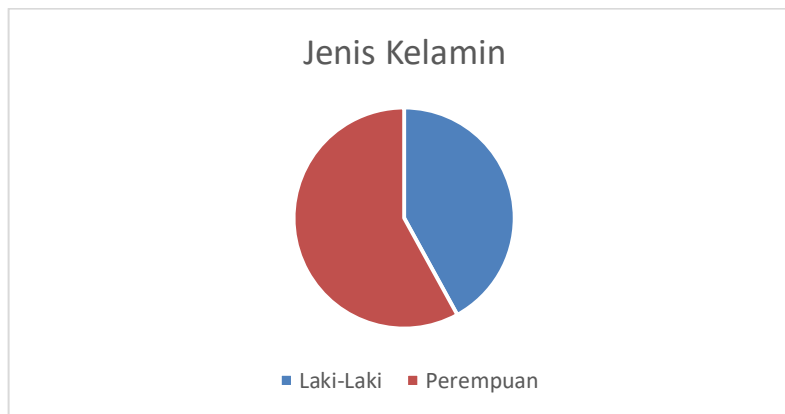
Hotel Syariah menyediakan berbagai paket makanan dengan rasa yang baik	0.8597	Valid		
Hotel syariah menampilkan suasana dan tata ruang yang menarik dan nyaman	0.8794	Valid		
Fasilitas (X10)			0.8373	Reliabel
Hotel Syariah memiliki fasilitas lengkap (tv, minibar, wifi/internet, water heater, dan kemudahan untuk bersuci) dengan kualitas baik	0.7114	Valid		
Hotel Syariah menyediakan peralatan sholat / ibadah lengkap di setiap kamar (Al-Qurâan, sajadah, petunjuk arah sholat)	0.8169	Valid		
Hotel Syariah hanya menyediakan makanan dan minuman halal saja	0.8624	Valid		
Hotel Syariah menyediakan mushola di dalam Gedung	0.8573	Valid		
Hotel Syariah memberikan informasi waktu sholat (adzan) dalam 5 kali dalam sehari	0.672	Valid		
Aksesibilitas (X11)			0.9688	Reliabel
Akses jalan menuju hotel Syariah layak dan memadai	0.9688	Valid		
Hotel Syariah mudah diakses dengan transportasi umum maupun pribadi	0.9781	Valid		
Hotel Syariah informasinya mudah diakses melalui internet	0.9686	Valid		
Religiusitas (X12)			0.9056	Reliabel
Saya menjalankan ibadah secara rutin	0.9131	Valid		
Saya pergi kerumah ibadah untuk sholat	0.8278	Valid		
Saya bersedekah dan berbagi ke sesama orang	0.7603	Valid		
Saya menjalankan Puasa	0.8605	Valid		
Saya Membaca kitab suci	0.9132	Valid		

Untuk mengetahui instrument tersebut valid dan reliabel dalam pengambilan data, maka telah dilakukan uji validitas dan realibilitas pada 30 responden dan hasilnya semua instrumen valid dan reliable.

Berdasar hasil perhitungan pada Tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan adalah valid, karena memiliki nilai  $r > 0,216$  serta semua variabel dapat dipercaya (reliabel), karena memiliki nilai Chronbach Alfa  $> 0,6$ .

### 3.3 Hasil Deskripsi Statistik Data Penelitian

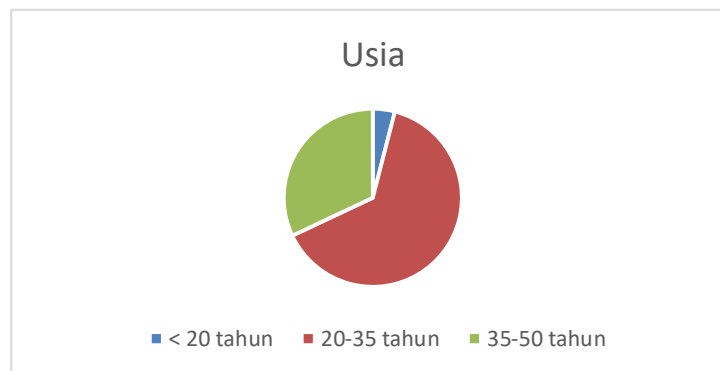
#### A. Jenis Kelamin



Sumber: data diolah (2022)

Karakteristik responden yang berhasil dihimpun adalah sebanyak 50 responden. Pada gambar 1 menunjukkan perbandingan statistik demografi berdasarkan jenis kelamin. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 29 orang atau sebesar 58%, sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 21 orang atau sebesar 42%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin memiliki selisih yang sangat sedikit.

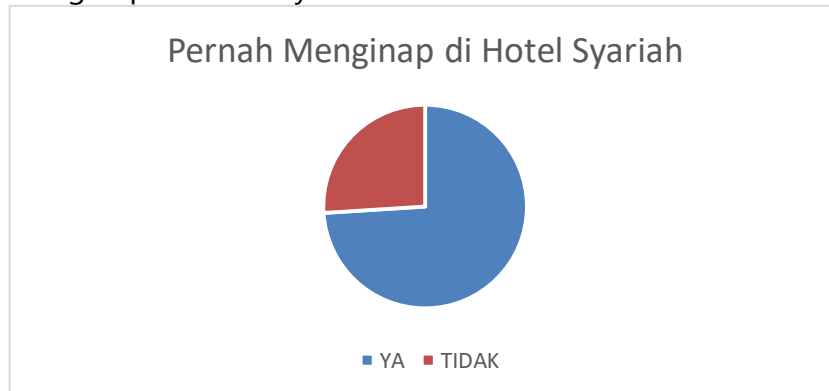
#### B. Usia



Sumber: data diolah (2022)

Dari 50 responden dalam penelitian ini, terdapat 2 orang atau 8% responden yang berusia kurang dari 20 tahun. Sebanyak 32 orang atau 64% responden berusia antara 20 tahun hingga 35 tahun. Sebanyak 16 orang atau 32% responden berusia 35 tahun hingga 50 tahun. Demografi usia responden menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas berusia 20 tahun hingga 35 tahun, rentang usia tersebut merupakan usia produktif sehingga persepsi responden merupakan persepsi yang objektif dan dapat dipercaya.

### C. Pernah Menginap di Hotel Syariah



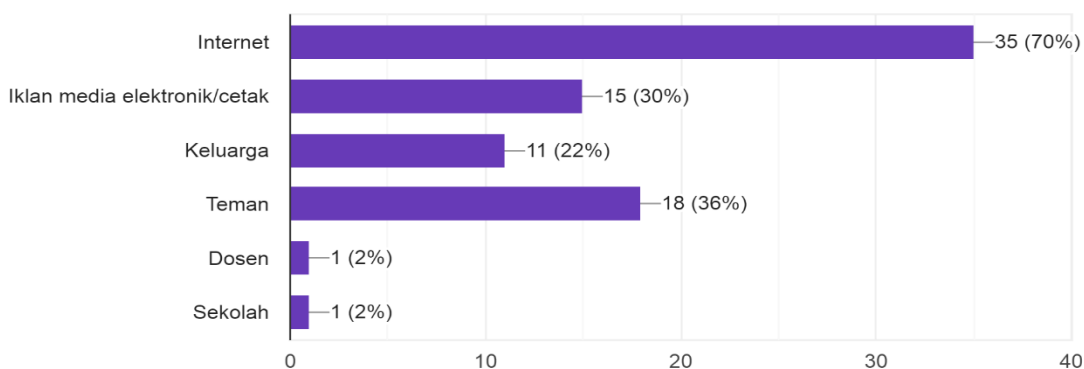
Sumber: data diolah (2022)

Responden yang pernah menginap di hotel Syariah adalah sebanyak 37 orang atau 74% responden pernah menginap di hotel Syariah sedangkan 13 orang atau sebanyak 26% responden belum pernah menginap di hotel Syariah. Jumlah responden yang pernah menginap di hotel Syariah lebih banyak dibanding yang belum menginap di hotel Syariah sehingga cukup merepresentatifkan karena mereka yang pernah menginap di hotel Syariah mengetahui keberadaan hotel Syariah.

### D. Sumber Informasi Mengetahui Hotel Syariah

Sumber informasi mengetahui hotel Syariah

50 tanggapan



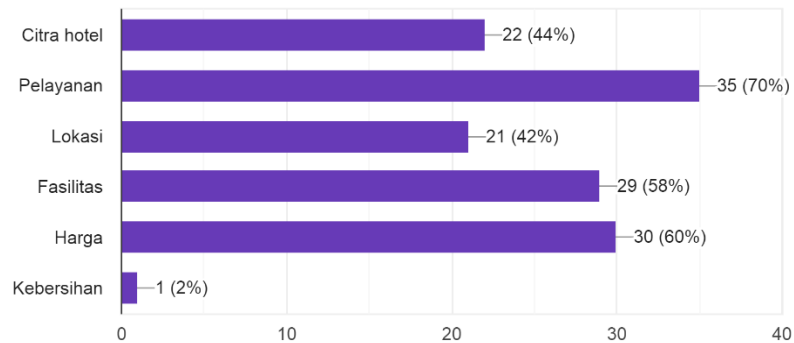
Sumber: Data diolah (2022)

Dalam penelitian ini responden mengetahui informasi mengenai hotel Syariah melalui internet seperti website dan media sosial yakni sebanyak 35 orang atau 70%

responden. Responden yang mengenal hotel Syariah melalui media cetak atau elektronik ada sebanyak 15 orang atau 30%. Responden yang mengenal hotel Syariah melalui keluarga ada 22% responden dan melalui teman ada sebanyak 18 orang atau 36% responden. Tidak hanya melalui internet dan lingkungan sekitar, tapi juga melalui lingkungan sekolah sebanyak 1 orang atau 2% responden dan informasi melalui dosen sebanyak 1 orang atau 2% responden.

### E. Pertimbangan Menginap di Sebuah Hotel

Pertimbangan menginap di suatu hotel  
50 tanggapan



Sumber: data diolah (2022)

Gambar diatas menunjukkan bahwa pertimbangan konsumen menginap di suatu hotel kebanyakan karena pelayanannya yakni sebanyak 35 orang atau 70% responden. Responden yang mempertimbangkan karena citra hotel ada sebanyak 22 orang atau 44% responden. Sedangkan yang memperhatikan lokasi sebagai pertimbangan menginap di suatu hotel ada 21 orang atay 42% responden. Fasilitaspun menjadi pertimbangan konsumen dalam menginap di suatu hotel ada sebanyak 29 orang responden atau 58% responden. Harga menjadi pertimbangan menginap di suatu hotel bagi 30 orang atau 60% responden.

## 4.4 Hasil Pengujian

### Hasil estimasi model

Logistic regression				Number of obs = 50		
Log likelihood = -8.4033657				LR chi2(1) = 27.16		
				Prob > chi2 = 0.0000		
				Pseudo R2 = 0.6177		
Keputusan	Odds Ratio	Std. Err.	Z	P> z	[95% Conf.	Interval]

Pengetahuan	1.440293	.1854849	2.83	0.005	1.119001	1.853834
_cons	2.50e-12	2.40e-11	-2.78	0.005	1.70e-20	.0003696

Logistic regression				Number of obs = 50		
Log likelihood = -19.273852				LR chi2(1) = 5.42		
				Prob > chi2 = 0.0199		
				Pseudo R2 = 0.1233		
Keputusan	Odds Ratio	Std. Err.	Z	P> z	[95% Conf.	Interval]
Citra hotel	1.098398	.0470709	2.19	0.029	1.009909	1.19464
_cons	.0031909	.0105259	-1.74	0.081	4.97e-06	2.050018

Logistic regression				Number of obs = 50		
Log likelihood = -17.801689				LR chi2(1) = 8.36		
				Prob > chi2 = 0.0038		
				Pseudo R2 = 0.1902		
Keputusan	Odds Ratio	Std. Err.	Z	P> z	[95% Conf.	Interval]
Pelayanan Pelanggan	1.107594	.0439132	2.58	0.010	1.024785	1.197094
_cons	.0016287	.004926	-2.12	0.034	4.34e-06	.6114205

Logistic regression				Number of obs = 50		
Log likelihood = -19.661859				LR chi2(1) = 4.64		
				Prob > chi2 = 0.0312		
				Pseudo R2 = 0.1056		
Keputusan	Odds Ratio	Std. Err.	Z	P> z	[95% Conf.	Interval]
People	1.088152	.0456135	2.02	0.044	1.002325	1.181328
_cons	.0067489	.021782	-1.55	0.121	.0000121	3.771344

Logistic regression				Number of obs = 50		
Log likelihood = -20.769076				LR chi2(1) = 2.43		
				Prob > chi2 = 0.1191		
				Pseudo R2 = 0.0552		
Keputusan	Odds Ratio	Std. Err.	Z	P> z	[95% Conf.	Interval]
Place	1.044939	.0304211	1.51	0.131	.9869838	1.106297
_cons	.1949599	.4187653	-0.76	0.447	.0028947	13.13072

Logistic regression				Number of obs = 50		
Log likelihood = -12.6029				LR chi2(1) = 18.76		
				Prob > chi2 = 0.0000		
				Pseudo R2 = 0.4267		
Keputusan	Odds Ratio	Std. Err.	Z	P> z	[95% Conf.	Interval]
Promotion	1.206932	.0731924	3.10	0.002	1.071675	1.35926
_cons	2.93e-06	.0000132	-2.84	0.005	4.39e-10	.0195546

Logistic regression				Number of obs = 50		
Log likelihood = -19.774905				LR chi2(1) = 4.42		
				Prob > chi2 = 0.0356		
				Pseudo R2 = 0.1005		
Keputusan	Odds Ratio	Std. Err.	Z	P> z	[95% Conf.	Interval]
Process	1.068813	.0355769	2.00	0.046	1.001309	1.140867
_cons	.0310514	.0774252	-1.39	0.164	.0002342	4.116341

Logistic regression				Number of obs = 50		
Log likelihood = -20.479487				LR chi2(1) = 3.01		
				Prob > chi2 = 0.0829		
				Pseudo R2 = 0.0684		
Keputusan	Odds Ratio	Std. Err.	Z	P> z	[95% Conf.	Interval]
Price	1.059046	.0361235	1.68	0.093	.9905604	1.132268
_cons	.0560696	.1482576	-1.09	0.276	.0003148	9.987339

Logistic regression				Number of obs = 50		
Log likelihood = -21.069828				LR chi2(1) = 1.83		
				Prob > chi2 = 0.1764		
				Pseudo R2 = 0.0416		
Keputusan	Odds Ratio	Std. Err.	Z	P> z	[95% Conf.	Interval]
Product	1.044958	.0342758	1.34	0.180	.9798927	1.114344
_cons	.1640837	.418953	-0.71	0.479	.0011008	24.45843

Logistic regression				Number of obs = 50		
Log likelihood = -19.669337				LR chi2(1) = 4.63		
				Prob > chi2 = 0.0314		
				Pseudo R2 = 0.1053		
Keputusan	Odds Ratio	Std. Err.	Z	P> z	[95% Conf.	Interval]
Fasilitas	1.091447	.0472487	2.02	0.043	1.002661	1.188095
_cons	.0034423	.0122636	-1.59	0.111	3.19e-06	3.709939

Logistic regression				Number of obs = 50		
Log likelihood = -20.81217				LR chi2(1) = 2.34		
				Prob > chi2 = 0.1259		
				Pseudo R2 = 0.0533		
Keputusan	Odds Ratio	Std. Err.	Z	P> z	[95% Conf.	Interval]
Aksesibilitas	1.046448	.0318854	1.49	0.136	.9857833	1.110846
_cons	.1410977	.3363152	-0.82	0.411	.0013202	15.08036

Logistic regression				Number of obs = 50		
Log likelihood = -19.201587				LR chi2(1) = 5.56		
				Prob > chi2 = 0.0183		
				Pseudo R2 = 0.1265		
Keputusan	Odds Ratio	Std. Err.	Z	P> z	[95% Conf.	Interval]
Religiusitas	1.092274	.043932	2.19	0.028	1.009476	1.181864
_cons	.0035809	.0116464	-1.73	0.083	6.10e-06	2.101036

Dari hasil uji diatas, menggunakan variabel-variabel independen yaitu pengetahuan, citra hotel, layanan pelanggan, sumberdaya manusia, lokasi, proses, produk, fasilitas, dan religiusitas. Faktor-faktor tersebut yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap hotel syariah dilihat dari tingkat probabilitasnya yaitu dengan melakukan pengujian logistic regression, dengan pengujian Model Uji Fit, Goodness of fit test dipakai untuk menguji apakah model yang dihasilkan fit atau tidak untuk menilai seberapa baik model dapat memprediksi hasil yang benar atau akurat. Nilai Goodness of Fit Pearson yang diperoleh adalah sebesar 4.68 dan nilai p-value > 0.05, dengan ketentuan H0: Model fit H1: Model tidak fit, dimana tolak H0= p-value < alpha. Hal ini mengindikasikan hasil dengan tingkat signifikansi 5%, terdapat cukup bukti untuk mengatakan bahwa model yang kita punya adalah fit.

Analisis data terhadap variabel bebas terhadap variabel keputusan memilih penginapan syariah adalah Variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap pemilihan hotel pada taraf nyata 5 dengan odds ratio sebesar 1.440293. Artinya, konsumen yang memiliki tingkat pengetahuan satu skor lebih tinggi, berpeluang lebih besar untuk memilih hotel syariah sebesar 1.440 kali (*ceteris paribus*). Hal ini menunjukkan bahwa pertimbangan konsumen untuk memilih hotel syariah dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen tentang hotel syariah. Hasil penelitian ini sesuai dengan Rahardi (2016) yang menemukan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap pemilihan penginapan syariah di Kota Bogor. Variabel citra hotel berpengaruh signifikan terhadap pemilihan hotel pada taraf nyata 5 dengan odds ratio sebesar 1.098398. Artinya, konsumen yang memiliki tingkat citra hotel satu skor lebih tinggi, berpeluang lebih besar untuk memilih hotel syariah sebesar 1.098 kali (*ceteris paribus*). Variabel ini berpengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi citra hotel yang baik maka konsumen akan lebih cenderung memilih hotel syariah. Tingkat citra hotel yang baik dimata konsumen akan berpengaruh pada pertimbangan konsumen untuk memilih hotel syariah. Hal ini sesuai dengan penelitian Susanti (2004) persepsi konsumen terhadap hotel dinilai dari citra yang baik dari hotel tersebut. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian Huda (2017) yang menghasilkan citra hotel sebagai variabel yang berpengaruh secara signifikan pada keputusan menginap di hotel syariah.

Variabel layanan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap pemilihan hotel pada taraf nyata 5 dengan odds ratio sebesar 1.107594. Artinya, konsumen yang memiliki tingkat layanan hotel satu skor lebih tinggi, berpeluang lebih besar untuk memilih hotel syariah sebesar 1.107 kali (*ceteris paribus*). Variabel ini berpengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik layanan pelanggan hotel maka konsumen akan lebih cenderung memilih hotel syariah. Variabel sumberdaya manusia memiliki pengaruh 1.088152 taraf 5, Artinya, konsumen yang memiliki sumberdaya manusia hotel satu skor lebih tinggi, berpeluang lebih besar untuk memilih hotel syariah sebesar 1.088 kali (*ceteris paribus*) dan mengindikasikan semakin baik sumberdaya manusia maka semakin tinggi



pula alasan konsumen akan cenderung memilih hotel syariah. Variabel promosi dan religiusitas berpengaruh signifikan dengan odds ratio masing-masing 1.206932 dan 1.092274. yang mengidentifikasi bahwa semakin bertambah promosi semakin tinggi alasan konsumen memilih hotel syariah dan tingkat religiusitas yang tinggi berpengaruh terhadap pemilihan hotel syariah untuk menginap.

Variable lokasi (*place*), harga (*price*), *product*, fasilitas dan aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan tamu hotel menginap. Alasan variable tersebut tidak signifikan karena nilai  $\text{prob.chi square} > \alpha$ . Penjelasan mengenai variabel yang tidak signifikan yaitu item-item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel *place* atau tempat hotel syariah dalam penelitian ini memiliki nilai  $\text{prob.chi square} > \alpha$ . Hasil ini menunjukkan bahwa responden memberi persepsi *place* atau tempat hotel syariah yang ada saat ini tidak banyak berada di tempat yang strategis, di jalan utama, dekat dengan pusat perbelanjaan dan kuliner, serta tidak banyak yang berada di kawasan elit. Nilai rata-rata skor ini bisa diterima karena nilai standar deviasi semua item pernyataan tidak ada yang lebih dari 3. Hasil penelitian ini bisa menyimpulkan bahwa *place* atau tempat hotel syariah saat ini masih belum maksimal.

Nilai rata-rata skor untuk item pernyataan variabel *price* atau harga dibawah skor 4. Nilai rata-rata skor tersebut menunjukkan bahwa harga hotel syariah sesuai dengan pelayanan fasilitas kamar dan harga hotel syariah dapat bersaing dengan hotel lain. Nilai rata-rata skor ini tidak dapat diterima, karena nilai standar deviasi kedua item pernyataan kurang dari 3. Pengukuran variabel produk hotel syariah dalam penelitian ini menggunakan empat item pernyataan. Keempat item pernyataan tersebut memiliki nilai rata-rata skor kurang dari 4. Hasil ini menunjukkan bahwa produk hotel syariah merupakan produk yang kurang mulai dari tipe kamar sampai tata ruang yang menarik dan nyaman.

Responden dalam penelitian ini memberi persepsi yang tinggi untuk variabel aksesibilitas hotel syariah, bahwa semua item pernyataan memiliki nilai rata-rata skor dibawah skor 4. Aksesibilitas hotel syariah dilihat dari akses jalan yang memadai, kemudahan diakses dengan transportasi umum, dan informasi mengenai hotel syariah di internet. Rata-rata skor tersebut tidak dapat diterima karena nilai standar deviasi setiap item pernyataan kurang dari 3.

#### **4. KESIMPULAN**

Karakteristik responden yang kami teliti adalah masyarakat muslim di Kota Bandung yang memilih hotel syariah. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik frekuensi menginap di hotel syariah sebanyak 1 kali dan 0 kali serta mayoritas mengenal hotel syariah melalui internet. Responden dalam penelitian ini memilih hotel syariah dengan pertimbangan pelayanan, lokasi, harga, fasilitas dan citra hotel sebagai prioritas mereka. Karakteristik responden terhadap hotel syariah adalah responden sebagian besar berjenis kelamin perempuan, usia responden berada pada rentang usia 20-35 tahun, Responden yang pernah menginap di hotel Syariah adalah sebanyak 37 orang atau 74% responden pernah menginap di hotel Syariah sedangkan 13 orang atau sebanyak 26% responden belum pernah menginap di hotel Syariah. Jumlah responden yang pernah menginap di hotel Syariah lebih banyak dibanding yang belum menginap di hotel Syariah sehingga cukup merepresentatifkan karena mereka yang pernah menginap di hotel Syariah mengetahui keberadaan hotel Syariah.

## **5. Saran**

Menurut hasil penelitian, variable pengetahuan, citra hotel, pelayanan pelanggan, people, promotion, process, fasilitas dan religiusitas sehingga disarankan bagi Hotel Syariah, untuk lebih menyempurnakan pelayanan berbasis Syariah agar benar-benar sesuai dengan ketentuan Syariah sehingga meningkatkan kenyamanan pengunjung. Memperluas promosi terutama di internet seperti website dan media sosial. Memperbaiki proses pelayanan agar dapat memberikan pelayanan yang sesuai kebutuhan dan keinginan tamu hotel yang menginap.

Bagi penelitian selanjutnya bisa meneliti mengenai hotel syariah dengan memperbarui data yang ada serta dapat lebih memperdalam mengenai penerapan etika bisnis islam pada hotel yang menerapkan prinsip syariah. Penulis tentunya masih menyadari jika makalah di atas masih terdapat banyak kesalahan dan jauh dari kesempurnaan. Penulis akan memperbaiki makalah tersebut dengan berpedoman pada banyak sumber serta kritik yang membangun dari para pembaca.

## REFERENSI

- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2022. Tersedia pada · [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)
- [DSNMUI] Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah. [dsnmu.or.id](http://dsnmu.or.id)
- CNBC Indonesia. 2019. Selamat, Indonesia Jadi Destinasi Wisata Halal Terbaik Dunia! [Internet]
- CNBC Indonesia. 2019. Wisata Halal Dorong Pertumbuhan Hotel Syariah. [Internet]
- Dewinta, Dyah M. 2018. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Hotel Syariah : Studi Kasus Hotel syariah di Kota Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia. : <http://repository.upi.edu>
- Firqah Annajiyah M. 2018. PELUANG DAN TANTANGAN BISNIS HOTEL SYARIAH PADA MASYARAKAT KOSMOPOLITAN At Taradhi . Jurnal Studi Ekonomi, Vol 9 No. 2 Desember 2018. hlm 91-103
- Huda, N., Zulihar, Z., & Rini, N. (2019). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI MASYARAKAT MUSLIM MEMILIH HOTEL SYARIAH. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 2(4), 490-511.
- Karim AA. 2012. Ekonomi Mikro Islami. Jakarta (Indonesia): Rajagrafindo Persada.
- Kompas.2017. Seperti Apa Gambaran Hotel Syariah dalam Konsep "Halal Tourism"? [Internet]
- Lokadata. Skor Indonesia dan Malaysia dalam GMTI berdasarkan indikator, 2019 - Lokadata [Internet].
- Nasional. 2020. Sepanjang 2019, devisa sektor pariwisata mencapai Rp 280 triliun - Page all [Internet].
- Rahardi, N., & Wiliasih, R. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap hotel syariah. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1).
- Republika. 2016. Wisata Halal Indonesia Pakai Standar GMTI [Internet]
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto, 2005, Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan), Ed.5, Cet.5, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta.
- Susanti L. 2004. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi Kasus: Hotel Sofyan Betawi Menteng Jakarta) [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Widyarini, W., & Kartini, F. (2014). Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah. *Ekbisi*, 9(1).