

# Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Frekuensi Permintaan Konsumen terhadap Muslim Friendly Hotel di Kabupaten Belitung (*Analysis of Factors Affecting the Frequency of Consumer Demand for Muslim Friendly Hotel in Belitung*)

Lilik Anggraini<sup>1</sup>, Asep Nurhalim<sup>2</sup>, Mohammad Iqbal Irfany<sup>3\*</sup>

Departemen Ilmu Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian

Bogor University, Bogor<sup>1,2,3</sup>

[iqbal.irfany@apps.ipb.ac.id](mailto:iqbal.irfany@apps.ipb.ac.id)



## Riwayat Artikel

Diterima pada 19 Agustus 2022

Revisi 1 pada 23 Agustus 2022

Revisi 2 pada 25 Agustus 2022

Disetujui pada 31 Agustus 2022

## Abstract

**Purpose:** to analyze the characteristics and factors that influence the frequency of consumer demand for Muslim friendly hotels in Belitung Regency.

**Method:** Descriptive analysis and multiple linear regression analysis

**Result:** Indicate that the characteristics of the respondents are dominated by women, married, age range 26 to 35 years, the last education is undergraduate, work as a private employee, length of work less than 5 years, monthly income in the range of Rp. 3,000,000 - Rp. 5,000 .000 and domiciled in Belitung. Factors of income, religiosity, service quality, and facilities have a positive and significant effect on the frequency of consumer demand in using Muslim-friendly hotel services

**Keywords:** *frequency of demand, Muslim-friendly hotel, service quality, religiosity.*

**How to Cite:** Anggraini, L., Nurhalim, A., Irfany, M, I. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Frekuensi Permintaan Konsumen terhadap Muslim Friendly Hotel di Kabupaten Belitung. *Bukhori: Kajian Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(2), 79- 93.

## 1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang memiliki lebih dari 17.000 pulau, 1.300 suku bangsa, 742 bahasa, sembilan tempat warisan dunia, 51 tanaman nasional dan keanekaragaman hayati terbesar nomor 3 di dunia (LPEM FEB UI 2018). Kekayaan dan keragaman budaya yang dimiliki berpotensi meningkatkan daya tarik tujuan wisatawan. Tahun 2017, Indonesia berada pada peringkat ke-42 menurut World Economic Forum (WEF) dalam indeks daya saing pariwisata dan perjalanan dengan nilai 4,16 (Schwab, 2017). Pariwisata berdampak pada pertumbuhan ekonomi melalui beberapa jalur seperti peningkatan sumbangan devisa, peningkatan kesempatan kerja, dan pengurangan pengangguran (Brida et al, 2010). Hal ini sejalan dengan Nizar (2011) pendapatan pariwisata akan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Nugroho (2018), menyebutkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara akan meningkatkan devisa di sektor Pariwisata. Pada Tahun 2017, kontribusi sektor pariwisata Indonesia terhadap PDB nasional sebesar US\$58 Miliar dan menyumbang devisa sebesar US\$ 19,29 Miliar (World Travel and Tourism Council, 2018). Perkembangan jumlah kunjungan wisata selama tahun 2015- 2019 dapat dilihat di Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing ke Indonesia (Juta)	Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik (Juta)
2015	10,23	256,42
2016	11,52	264,34
2017	14,04	270,82
2018	15,81	303,40
2019	16,11	282,93

Sumber: dimodifikasi dari Data BPS

Data Global Religious Futures menunjukkan bahwa pada tahun 2020 jumlah penduduk Muslim Indonesia sebesar 229,6 juta orang atau 87,2% dari total populasi dan merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia. Berdasarkan hal ini, Indonesia dapat meningkatkan pertumbuhan pariwisata dengan mengoptimalkan sumber daya pariwisata yang dimiliki melalui pengembangan pariwisata ramah Muslim. Menurut Kemenpar (2012) pariwisata ramah Muslim (*Muslim Friendly Tourism*) diartikan sebagai kegiatan yang didukung dengan layanan dan fasilitas yang disediakan Pemerintah, pengusaha, maupun masyarakat yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Tabel 2. Posisi Indonesia di pasar halal dunia

Rangking GMTI 2019	Tujuan	Skor
1	Malaysia	78
1	Indonesia	78
3	Turki	75
4	Arab Saudi	72
5	Uni Emirat Arab	71
6	Qatar	68
7	Maroko	67
8	Bahrain	66
9	Oman	66
10	Brunei	65

Sumber: GMTI 2019

Tabel 2 menunjukkan Indonesia pada tahun 2019 berhasil memperoleh peringkat pertama bersamaan dengan Malaysia pada *Global Muslim Travel Index (GMTI) report* sebagai destinasi pariwisata ramah Muslim di dunia. Peringkat Indonesia terus meningkat dari tahun 2014 yang hanya memperoleh peringkat ke- 6 (KNEKS 2020). Hal ini membuktikan bahwa pengembangan pariwisata ramah Muslim di Indonesia terus meningkat. Menurut Samori, Saleh, dan Khalid (2016) keberadaan tren wisata ramah Muslim sebagai bagian dari ekonomi syariah global dapat menjadikan pengembangan wisata ramah Muslim sebagai alternatif industri pariwisata Indonesia.

Selain objek wisata yang menjadi hal penting dalam perjalanan, sarana akomodasi juga penting untuk tempat beristirahat dan menginap di daerah tujuan wisata (Eridiana 2008). Hotel berbasis syariah merupakan pilihan hunian sementara bagi masyarakat Muslim Indonesia dan asing yang berkunjung ke tempat wisata (Rahardi dan Wiliasih, 2016). Peningkatan jumlah wisatawan memberikan peluang bagi hotel di Indonesia untuk meningkatkan kuantitas dan kualitasnya. Bangka Belitung merupakan provinsi yang memiliki dua pulau utama, 470 pulau kecil, 50 pulau berpenghuni, keindahan alam dan keragaman budaya. Sebagaimana tertuang dalam surat Sekretariat Kabinet nomor B 652/Seskab/Maritim/2015 tanggal 6 November 2015 tentang arahan perjalanan Presiden, Bangka Belitung merupakan salah satu dari sepuluh destinasi wisata prioritas di Indonesia. Bangka Belitung terpilih sebagai Provinsi terbaik yang ditetapkan oleh Majalah *Sindo Weekly* dalam kategori pariwisata. Wisata ramah Muslim di Bangka

Belitung sudah mulai berkembang. Tahun 2017, berhasil meraih penghargaan pariwisata ramah Muslim dari LPPOM MUI.

Kabupaten Belitung memiliki potensi dalam pengembangan pariwisata, karena lokasi keberadaan destinasi wisata prioritas. Wisata yang termasuk dalam wisata prioritas disebut Tanjung Kelayang dan ditetapkan oleh Pemerintah melalui Peraturan Pemerintah Nomor 6 tahun 2016 tentang Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Kelayang. Kabupaten Belitung merupakan kabupaten dengan jumlah hotel terbanyak di Provinsi Bangka Belitung. Data Badan Pusat Statistik (2020), menunjukkan jumlah hotel berbintang sebanyak 23 hotel dan hotel non bintang sebanyak 42 hotel. Hotel ramah Muslim di Kabupaten Belitung sebanyak 3 hotel dan jumlah kamarnya sebanyak 52 kamar.

Tabel 3. Jumlah kunjungan wisatawan asing dan wisatawan domestik ke Kabupaten Belitung

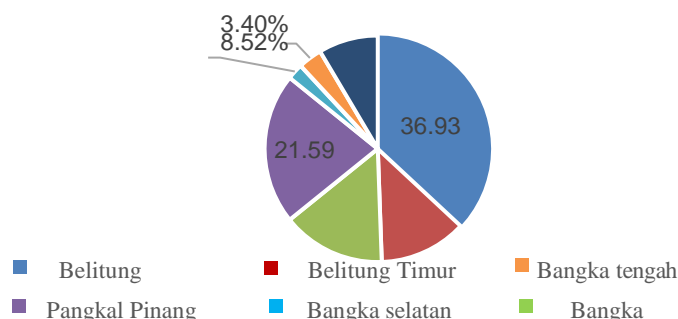
Tahun	Jumlah Kunjungan	
	Wisatawan Asing ke Belitung (Ribu)	Wisatawan Domestik ke Belitung (Ribu)
2016	7,11	285,77
2017	9,60	371,94
2018	14,68	452,89
2019	19,06	329,03

Sumber: dimodifikasi dari Data Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung

Berdasarkan Tabel 3, tahun 2016 hingga 2019 terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan asing ke Kabupaten Belitung dan terjadi penurunan wisatawan domestik ditahun terakhir. Objek wisata yang ada di Kabupaten Belitung cukup banyak baik yang sudah dikenal masyarakat luas maupun yang masih tahap pengembangan. Dilihat dari data tersebut, hotel ramah Muslim berpeluang untuk dijadikan konsumen memilih tempat hunian.

### Rumusan Masalah

Data *Global Muslim Traveler Index* tahun 2019 menunjukkan jumlah wisatawan Muslim diprediksikan akan mencapai 230 juta hingga tahun 2026. Jumlah wisatawan Muslim mancanegara sebanyak 2.8 juta jiwa berkunjung ke destinasi wisata ramah Muslim prioritas Indonesia. Indonesia memiliki 10 wisata ramah Muslim prioritas yang sudah memiliki kemajuan dalam memperoleh sertifikat halal untuk restoran dan bisnis lainnya (KNEKS 2020). Kabupaten Belitung memiliki jumlah hotel terbanyak di provinsi Bangka Belitung yaitu sebanyak 65 hotel dan 2 292 kamar . Setelah kabupaten Belitung, disusul oleh Kota Pangkal Pinang, Kabupaten Bangka, Kabupaten Belitung Timur, Kabupaten Bangka Barat, Kabupaten Bangka Tengah dan Kabupaten Bangka Selatan. Kabupaten Belitung memiliki 3 hotel ramah Muslim.



Gambar 1. Jumlah usaha akomodasi menurut Kabupaten/Kota tahun 2020

Sumber: dimodifikasi dari Data BPS

Tahun 2018 jumlah tamu hotel Kabupaten Belitung sebanyak 225.935 jiwa. Meningkat pada tahun 2019 menjadi 249.506 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa perhotelan memiliki peran penting dalam memenuhi

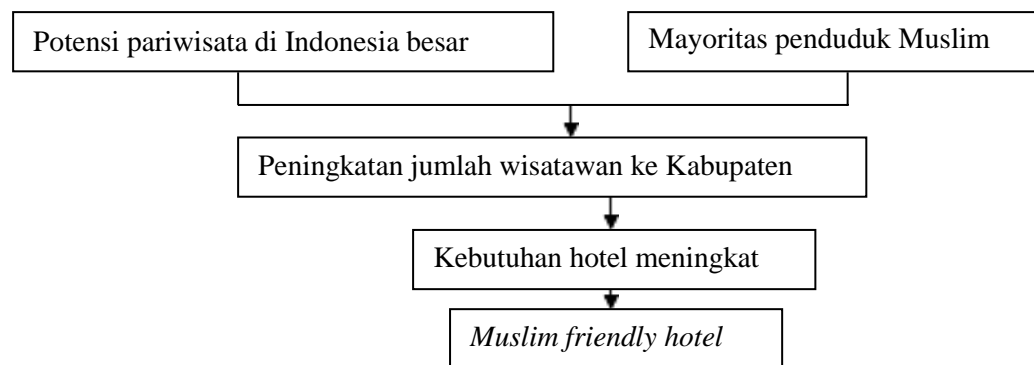
kebutuhan wisatawan yang melakukan perjalanan wisata. Menurut Asazuma (2015) wisata berbasis syariah dapat dikatakan sebagai konsep baru dalam industri pariwisata yang menyediakan paket dan destinasi yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim. Salah satu kebutuhan yang diperlukan oleh wisatawan Muslim adalah perhotelan ramah Muslim sebagai tempat hunian sementara. Jumlah usaha akomodasi dan kamar hotel ramah Muslim di Kabupaten Belitung lebih sedikit dibandingkan dengan hotel konvensional.

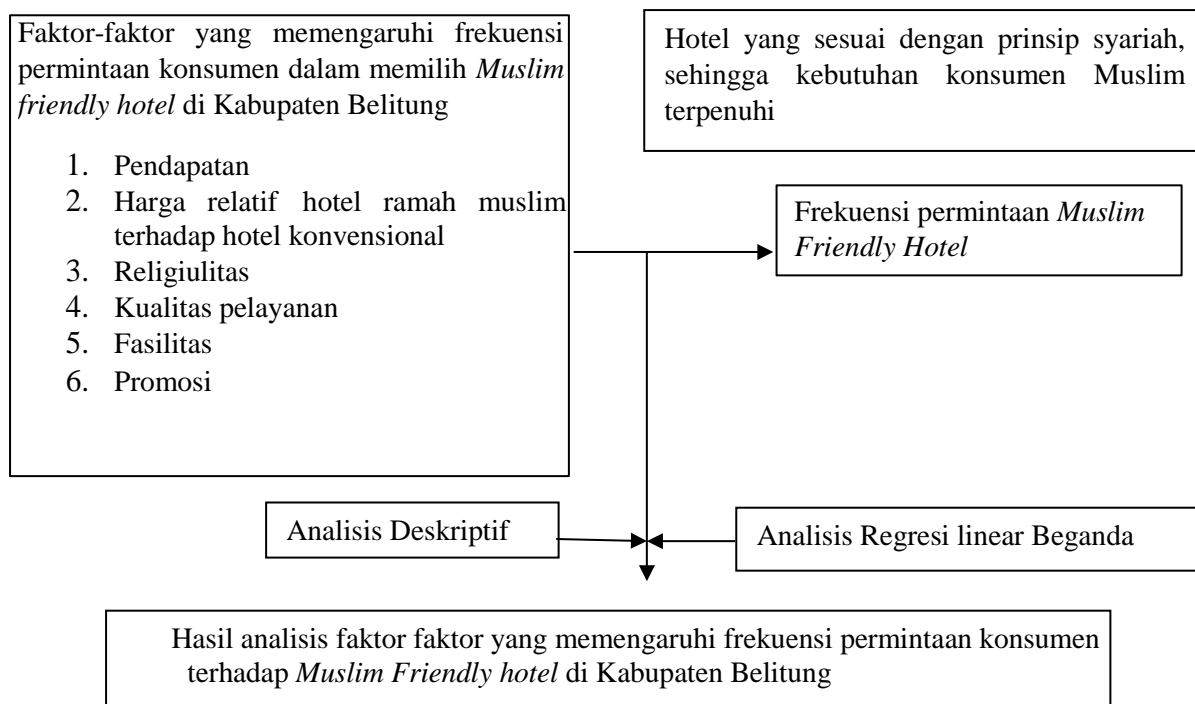
Jumlah hotel yang sedikit di Belitung dapat dianalisis dari pendekatan permintaan dan penawaran. Dari sisi penawaran dapat disebabkan karena belum banyak investor yang mengenal lebih dalam akan potensi yang dimiliki daerah sedangkan dari sisi permintaan dapat dikarenakan permintaan yang sedikit akan layanan jasa hotel ramah Muslim. Permintaan hotel ramah Muslim mengalami penurunan salah satu faktornya karena sarana dan prasarana serta pelayanan yang kurang memenuhi apa yang dibutuhkan tamu. Menurut Widiyarini dan Kartini (2014) fasilitas dan pelayanan yang baik dan mampu memenuhi kebutuhan tamu dapat memengaruhi keputusan tamu dalam memilih hotel.

Penelitian ini akan menganalisis hotel ramah Muslim dari sisi permintaan, tepatnya terkait dengan pelayanan dari hotel ramah muslim terhadap tamu yang pernah berkunjung. Pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

- 1 Bagaimana karakteristik konsumen yang menggunakan jasa layanan *Muslim Friendly Hotel* di Kabupaten Belitung?
- 2 Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi frekuensi permintaan konsumen terhadap jasa layanan *Muslim Friendly Hotel* di Kabupaten Belitung

#### **Kerangka Pemikiran**





Gambar 2. Kerangka Pemikiran

### 3. Metode Penelitian

#### *Lokasi dan Waktu Penelitian*

Penelitian ini dilakukan di hotel ramah Muslim (*Muslim Friendly Hotel*) Kabupaten Belitung yaitu Hotel Esbe, Wisma Aditya Syariah dan WW House Syariah. Penelitian ini dilakukan dengan memilih responden yang pernah atau sedang menggunakan hotel ramah Muslim tersebut, baik berasal dari dalam atau luar Kabupaten Belitung. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposive (sengaja) dengan mempertimbangkan bahwa Kabupaten Belitung merupakan tempat keberadaan destinasi wisata prioritas di Indonesia. Pengambilan data dilakukan pada Maret – Mei 2021.

#### *Jenis dan Sumber Data*

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan pengisian kuesioner online oleh konsumen yang menggunakan jasa layanan hotel ramah Muslim di Kabupaten Belitung. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), jurnal, buku, serta literatur lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

#### *Metode Penentuan Sampel*

Penarikan sampel menggunakan metode non probability sampling. Teknik yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu (Sugiyono 2008). Karakteristik responden yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1. Beragama Islam
2. Memiliki penghasilan
3. Pernah/sedang menginap di hotel ramah Muslim Kabupaten Belitung.

Ada dua cara mencari responden untuk mengisi kuesioner *online* pada penelitian ini. Pertama, responden mengisi *link* kuesioner yang telah disebarakan peneliti melalui media sosial. Kedua, peneliti melihat ulasan konsumen yang pernah menginap di hotel ramah Muslim terkait di media pemesanan hotel *online*. Setelah itu, peneliti mencari nama yang sesuai di media sosial dan menghubungi konsumen untuk meminta ketersediaan mengisi kuesioner penelitian ini.

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus teori *Roscoe*. Teori ini menjelaskan apabila dalam penelitian melakukan analisis *multivariate* (korelasi atau regresi berganda), jumlah sampel minimal 10 kali jumlah variabel (terikat dan bebas) yang diteliti (Sugiyono 2013 ). Penelitian ini menggunakan 7 variabel, sehingga jumlah responden yang dibutuhkan minimal 70 orang. Namun, peneliti mengambil 90 responden untuk mengantisipasi adanya kecacatan hasil kuesioner.

#### **Metode Pengolahan dan Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software Microsoft Office Excel*, *SPSS*, dan *software Eviews 10*.

### **4. Hasil dan pembahasan**

#### **Karakteristik Konsumen dalam Menggunakan Jasa Layanan Muslim Friendly Hotel**

Responden penelitian ini berjumlah 90 orang konsumen dari tiga hotel ramah Muslim di Kabupaten Belitung. Karakteristik respondennya yaitu beragama Islam, memiliki penghasilan, dan konsumen yang memilih jasa layanan hotel ramah Muslim di Kabupaten Belitung. Identifikasi karakteristik responden antara lain berdasarkan jenis kelamin, usia, status pernikahan, pendidikan, asal tempat tinggal, pekerjaan, pendapatan. Uraian karakteristik responden adalah sebagai berikut:

#### **Jenis Kelamin**

Jenis kelamin dapat memengaruhi perilaku seseorang dalam mengonsumsi barang dan jasa. Penelitian ini menganalisis jenis kelamin untuk mengetahui frekuensi dalam memilih hotel ramah Muslim berdasarkan jenis kelamin. Berdasarkan data yang ada di Tabel 5, karakteristik konsumen yang memilih jasa hotel ramah Muslim mayoritas perempuan yaitu 53 orang atau 59%, sedangkan konsumen laki-laki berjumlah 37 orang atau 41%.

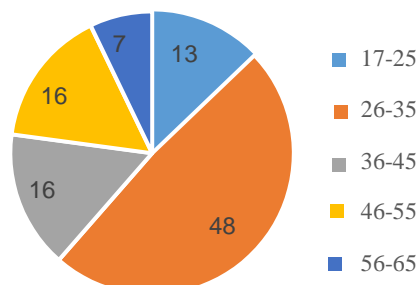
Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Total	Persentase
Perempuan	53	59%
Laki- laki	37	41%
Total	90	100%

Sumber: dimodifikasi dari Data Primer (diolah ) 2021

#### **Usia**

Usia responden dalam penelitian dibagi berdasarkan kategori usia produktif. Usia produktif menurut BPS berada pada rentang usia 15-64 tahun. Pengkategorian usia ini juga mempertimbangkan untuk menginap di hotel diperlukan Kartu Tanda Pengenal (KTP) dan kriteria responden penelitian ini orang yang sudah memiliki penghasilan.



Pada penelitian ini rentang usia responden yaitu 21-64 tahun. Usia dengan rentang 26-35 tahun mendominasi yaitu sebanyak 48 orang atau 48%. Responden yang berusia 36-45 tahun dan 46-55 tahun masing masing berjumlah 16 orang atau 18%. Responden dengan usia 17-25 tahun berjumlah 13 orang atau 14% dan yang berusia kisaran 56-65 berjumlah 7 orang atau 8%. Rata – rata usia responden adalah 35 tahun.

### **Status Pernikahan**

Status pernikahan responden dalam penelitian ini dianalisis untuk mengetahui jumlah responden yang sudah menikah, mengingat hotel ramah Muslim menjaga agar pasangan yang belum menikah menginap di tempat yang sama. Tabel 5 menunjukkan proporsi jumlah responden berdasarkan status pernikahan.

Tabel 5 Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan

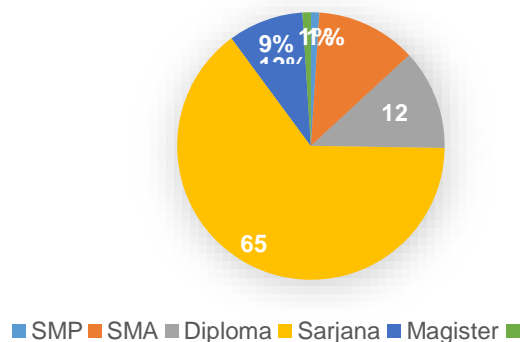
Status Pernikahan	Total	Persentase
Menikah	63	70%
Belum Menikah	27	30%
Total	90	100%

Sumber: dimodifikasi dari Data Primer (diolah ) 2021

Berdasarkan Tabel 5 terdapat 63 orang atau 70% responden yang sudah menikah. Persentase yang belum menikah memilih hotel ramah Muslim lebih sedikit yaitu 27 orang atau 30%. Hal ini terjadi karena hotel ramah Muslim membatasi yang berlawanan jenis menginap dikamar yang sama dan yang sudah menikah lebih memilih hotel yang sesuai dengan prinsip syariah.

### **Pendidikan**

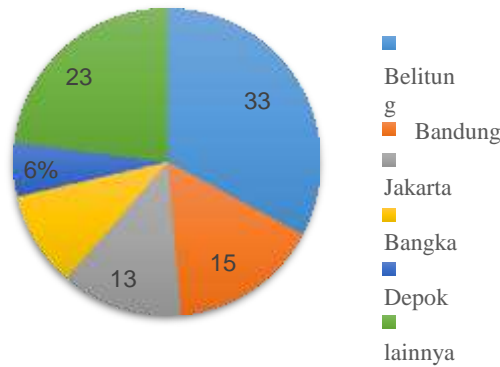
Penelitian ini membagi tingkat pendidikan menjadi 6 kategori yaitu SMP, SMA, Diploma, Sarjana, Magister dan Doktor. Kategori SMP merupakan usia yang belum memiliki KTP untuk menginap di hotel syariah, namun pada responden penelitian ini konsumen menginap ketika dia sudah memiliki penghasilan dan sudah memiliki KTP atau diatas 17 tahun.



Responden dengan jenjang pendidikan sarjana menjadi mayoritas dalam penelitian yaitu sebanyak 58 orang, sebelas orang untuk masing- masing jenjang pendidikan diploma dan SMA, delapan orang dengan jenjang pendidikan magister dan satu orang untuk masing-masing SMP dan doktor.

### **Asal Tempat Tinggal**

Responden yang memilih hotel ramah Muslim berasal dari berbagai macam daerah. Jumlah responden terbesar didominasi oleh responden yang berasal dari Pulau Belitung, disusul oleh Bandung, Jakarta, Bangka, dan Depok. Untuk responden yang berasal dari daerah lainnya berasal dari Aceh, Lampung, Padang, Bogor, Bengkulu, Semarang, Sleman, Tangerang, Bekasi, Palembang, dan Sumatra Utara.



Responden yang memilih hotel ramah Muslim di Kabupaten Belitung masih didominasi oleh konsumen yang berasal dari Belitung. Hotel ramah Muslim perlu meningkatkan dan memperluas jaringan promosinya. Media sosial dan *platform* penyedia jasa pemesanan kamar hotel *online* bisa membantu meningkatkan pengetahuan masyarakat dan daya tarik masyarakat dalam memilih hotel ramah Muslim di Kabupaten Belitung.

### Pekerjaan

Penelitian ini menganalisis karakteristik pekerjaan dari responden yang memilih hotel ramah Muslim di Kabupaten Belitung. Kategori pekerjaan dibagi menjadi empat kategori yaitu Pegawai Negeri Sipil (PNS)/ Pegawai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Pegawai swasta, wiraswasta, dan lainnya. Pekerjaan responden dalam penelitian ini didominasi oleh pegawai swasta sebanyak 33 orang, disusul oleh PNS/BUMN sebanyak 29 orang, dan wiraswasta sebanyak 16 orang. Pekerjaan lainnya sebanyak 12 orang sebagai buruh, wirausaha, pensiunan, dan honorer.

Tabel 6. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.

		Pekerjaan				Total
		PNS/ BUMN	Pegawai Swasta	Wiraswasta	Lainnya	
Lama Bekerja (tahun)	≤ 5	9	28	8	4	49
	6-10	4	2	2	2	10
	11-15	6	2	3	2	13
	≥ 16	10	1	3	4	18
Total		29	33	16	12	90

Sumber: dimodifikasi dari Data Primer (diolah) 2021

Berdasarkan data Tabel 6, responden yang bekerja sebagai PNS/BUM mayoritas bekerja lebih dari 16 tahun. Responden yang bekerja sebagai pegawai swasta dan wiraswasta telah bekerja selama lima tahun atau kurang dari itu. Dan responden dengan profesi lainnya paling banyak bekerja selama lebih dari kurang dari lima tahun dan 16 tahun.

### Pendapatan

Berdasarkan data yang diperoleh, pendapatan responden penelitian ini berada pada kisaran Rp1.000.000,00 hingga Rp8.000.000,00. Pendapatan responden didominasi oleh pendapatan pada kisaran Rp3.000.000,00 hingga Rp5.000.000,00. Rata-rata pendapatan responden yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar Rp4.154.444,00. Tabel 7 proporsi jumlah responden berdasarkan pendapatan.



Tabel 7. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

Pendapatan (Rupiah)	Total	Persentase
< 3.000.000	23	26%
3.000.000-5.000.000	47	52%
5.000.001- 7.000.000	11	12%
$\geq 7.000.001$	9	10%
Total	90	100%

Sumber: dimodifikasi dari Data Primer (diolah ) 2021

Responden yang memilih hotel ramah Muslim di Kabupaten Belitung memiliki pendapatan yang cukup besar. Pendapatan responden yang lebih besar dari Rp7.000.001,00 paling sedikit diantara yang lainnya yaitu 9 responden. Dan pendapatan tersebut didominasi oleh responden yang menginap sebanyak 4 kali dan 6 kali.

#### ***Analisis Faktor- Faktor yang Memengaruhi Permintaan Jasa Layanan Muslim Friendly Hotel***

Penelitian ini bertujuan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi permintaan *Muslim friendly hotel* (hotel ramah Muslim) di Kabupaten Belitung. Variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah frekuensi permintaan hotel syariah. Variabel independen atau variabel bebas yang diduga sebagai faktor yang memengaruhi responden memilih hotel ramah Muslim ada enam yaitu pendapatan konsumen, harga hotel ramah Muslim terhadap hotel konvensional, religiusitas, kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi. Variabel- variabel yang digunakan diadaptasi dari berbagai hasil penelitian sebelumnya. Analisis yang digunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

#### ***Uji Asumsi Klasik***

Uji asumsi klasik adalah uji yang harus dilakukan sebelum melakukan regresi linear berganda. Uji asumsi dilakukan untuk memastikan model yang ada di penelitian ini *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Model BLUE harus memenuhi syarat yaitu data yang digunakan berdistribusi normal , tidak terdapat autokorelasi, multikolinearitas dan heteroskedastis. Uji autokorelasi tidak dilakukan dalam penelitian ini karena data yang digunakan adalah data *cross section*, dan uji autokorelasi berlaku pada data *time series*. Berikut merupakan hasil dari uji asumsi yang telah dilakukan.

#### ***Uji Normalitas***

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan data yang digunakan berdistribusi normal. Data memenuhi syarat uji normalitas ketika memiliki nilai *probability jarque bera* diatas nilai taraf nyata ( $\alpha=5\%$ ). Hasil estimasi memenuhi persyaratan uji normalitas karena memiliki nilai *probability jarque bera* 0,142395.

#### ***a. Uji Heteroskedastis***

Uji heteroskedastis pada penelitian ini menggunakan uji *breusch pagan godfrey*. Berdasarkan perhitungan uji *breusch pagan godfrey* terhadap data penelitian yang telah dilakukan, diperoleh nilai *probability chi-square* (6) 0,3142. Data yang digunakan pada penelitian ini tidak memiliki heteroskedastis karena memiliki nilai *probability chi-square* diatas 0,05.

#### ***b. Uji multikolinearitas***

Multikolinearitas dapat terdeteksi dengan melihat nilai *variance inflation factor*. Jika terdapat nilai *Centered VIF* yang melebihi angka 10, model terdeteksi mengalami multikolinearitas. Hasil uji estimasi terhadap model penelitian ini yaitu setiap variabel memiliki nilai *variance inflation factor* dibawah 10 sehingga model tidak terdeteksi adanya multikolinearitas.

#### ***Uji Statistik***

Uji statistik dilakukan setelah uji asumsi klasik dan dipastikan model tergolong BLUE. Uji statistik dilakukan melalui Uji T, Uji F, dan uji koefisien determinan (R<sup>2</sup>). Berikut merupakan hasil uji statistik yang diperoleh:

#### **Uji t**

Uji t bertujuan mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan uji t yang telah dilakukan empat dari enam variabel independen berpengaruh parsial secara signifikan karena memiliki nilai probabilitas di bawah taraf nyata ( $\alpha = 5\%$ ). Dua variabel lainnya memiliki probabilitas di atas taraf nyata ( $\alpha = 5\%$ ) sehingga tidak berpengaruh parsial secara signifikan terhadap variabel dependen.

#### **Uji F**

Hasil estimasi uji F dalam penelitian ini memiliki nilai probabilitas F sebesar 0,000000. Hasil estimasi dikatakan berpengaruh secara simultan jika nilai probabilitas F dibawah taraf nyata ( $\alpha = 5\%$ ). Berdasarkan nilai yang diperoleh dapat diketahui bahwa pendapatan, harga relatif hotel ramah Muslim terhadap hotel konvensional, religiusitas, kualitas pelayanan, fasilitas, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap frekuensi permintaan hotel syariah.

#### **Uji Koefisien determinasi**

Hasil estimasi koefisien determinasi model penelitian ini yaitu 0,580567. Hasil ini menunjukkan bahwa sekitar 58% keragaman frekuensi permintaan hotel ramah Muslim di Kabupaten Belitung dapat dijelaskan oleh enam variabel bebas dalam model yaitu pendapatan, harga relatif hotel ramah Muslim terhadap hotel konvensional, religiusitas, kualitas pelayanan, fasilitas, dan promosi. Sisanya sebesar 42% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

#### **Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistika yang digunakan oleh peneliti untuk mendeskripsikan data yang diperoleh menjadi informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami. Statistik deskriptif yang mendeskripsikan data dalam variabel dengan melihat rata-rata (mean), median, minimum, maksimum, dan standar deviasi. Tabel hasil statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Median	Std. Deviasi
Frekuensi	90	2	6	3,79	4	1,213172
Pendapatan	90	1000.000	8000.000	4.154.444	4000.000	1984429
Harga	90	125.000	235.000	180.555	150.000	49856,22
Religiusitas	90	13	20	16,70	17	1,951375
Kualitas Pelayanan	90	13	20	15,40	15	2,017681
Fasilitas	90	10	16	12,47	12	1,559314
Promosi	90	10	16	12,60	12	1,640773

Sumber: dimodifikasi Dari Data Primer (diolah ) 2021

Berdasarkan Tabel 8, frekuensi (Y) memiliki rata-rata sebesar 3,79 dan nilai tersebut lebih besar dari standar deviasi (1,213172) yang artinya penyimpangan data yang terjadi rendah sehingga penyebaran nilainya merata. Variabel pendapatan, harga, religiusitas, kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi masing-masing memiliki nilai mean lebih besar dari standar deviasi, hal ini menunjukkan bahwa penyimpangan data yang terjadi rendah sehingga penyebaran nilainya merata.

Variabel Religiusitas dan kualitas pelayanan masing-masing memiliki rata-rata sebesar 16,70 dan 15,40. Variabel tersebut memiliki lima indikator pertanyaan sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan cenderung memiliki nilai tiga. Variabel fasilitas dan promosi juga memiliki rata-rata sebesar 12,47 dan 12,60 yang memiliki 4 indikator pertanyaan sehingga setiap pertanyaan cenderung memiliki nilai tiga.

### **Hasil Estimasi Regresi Linear Berganda**

Berdasarkan tabel di bawah ini dapat diketahui bahwa ada empat variabel yang signifikan terhadap permintaan *Muslim Friendly Hotel* (hotel ramah Muslim) yaitu pendapatan, religiusitas, kualitas pelayanan, dan fasilitas. Harga relatif hotel ramah Muslim terhadap hotel konvensional dan promosi tidak memengaruhi frekuensi permintaan jasa layanan hotel ramah Muslim karena memiliki nilai probabilitas diatas 0,05.

Tabel 9. Hasil estimasi faktor – faktor yang memengaruhi frekuensi permintaan hotel syariah

Variabel	Keterangan	Koefisien	Probabilitas
C	Konstanta	-15,08595	0,0287
PDT	Pendapatan	0,877813	0,0000
HG	Harga	-1,734006	0,7869
RLG	Religiusitas	0,153302	0,0103
KP	Kualitas Pelayanan	0,136872	0,0435
FSL	Fasilitas	0,171613	0,0281
PR	Promosi	0,035935	0,6724
<hr/>			
<i>R-square</i>	0,608843	<i>Prob. F stat</i>	0,000000
<i>Adj.R Square</i>	0,580567	<i>Durbin Watson statisic</i>	1,500641

Sumber: dimodifikasi Data Primer (diolah) 2021

### **Pengaruh pendapatan terhadap frekuensi permintaan hotel ramah Muslim**

Variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi permintaan hotel ramah Muslim dengan nilai probabilitas 0.0000 dan koefisien sebesar 0,877813. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar pendapatan seseorang maka frekuensi konsumen memilih jasa layanan hotel ramah Muslim meningkat. Hal ini sesuai dengan hipotesis awal bahwa pendapatan akan berpengaruh positif signifikan terhadap frekuensi permintaan hotel ramah Muslim. Suparmoko (2004) yang menyatakan faktor utama yang menentukan konsumsi seseorang atas barang dan jasa adalah tingkat pendapatan konsumen. Setiap orang memiliki preferensi yang berbeda-beda terhadap hotel ramah Muslim. Sebagian menganggap hotel ramah Muslim adalah barang mewah dan ada juga yang menganggap barang *inferior*. Saat orang mengasumsikan hotel ramah Muslim sebagai barang mewah, ketika pendapatan naik maka permintaan jasa layanan hotel ramah Muslim akan meningkat.

### **Pengaruh harga terhadap frekuensi permintaan hotel ramah Muslim**

Variabel harga relatif hotel ramah Muslim terhadap hotel konvensional tidak berpengaruh signifikan terhadap frekuensi permintaan hotel ramah Muslim karena nilai probabilitas di atas taraf nyata ( $\alpha = 5\%$ ) yaitu sebesar 0,7869. Artinya, ketika harga relatif hotel ramah Muslim naik atau turun tidak memengaruhi permintaan.

Hal ini disebabkan oleh beberapa hal yaitu (1) Responden tidak mempermasalahkan harga yang ditawarkan oleh hotel ramah Muslim karena merasa lebih nyaman dan aman jika menginap di hotel ramah Muslim; (2) Responden memilih paket wisata ke Belitung yang didalamnya sudah termasuk hotel ramah Muslim, sehingga responden tidak mempermasalahkan harga yang diberikan oleh pihak hotel. Hasil ini sejalan dengan penelitian Widyarini dan Kartini (2014) yang menyatakan harga tidak memengaruhi frekuensi konsumen terhadap jasa layanan hotel syariah. Namun terdapat penelitian yang bertentangan dengan hasil penelitian ini seperti penelitian Sobari *et al.* (2018) yang menunjukkan bahwa harga mempengaruhi frekuensi konsumen terhadap jasa layanan hotel syariah.

### **Pengaruh religiusitas terhadap frekuensi permintaan hotel ramah Muslim**

Variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap frekuensi permintaan hotel ramah Muslim

karena memiliki nilai probabilitas 0,0103 dan koefisien sebesar 0,153302. Artinya, semakin tingginya tingkat religiusitas seseorang maka frekuensi konsumen memilih jasa layanan hotel ramah Muslim meningkat. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Basri dan Kurniawati (2019) yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak signifikan dalam membuat keputusan pembelian produk halal. Namun, terdapat pula beberapa penelitian yang sejalan dengan hasil penelitian ini seperti penelitian Idriz dan Rizal (2016) bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap konsumen dalam menggunakan jasa layanan hotel syariah.

#### ***Pengaruh kualitas pelayanan terhadap frekuensi permintaan hotel ramah Muslim***

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap frekuensi permintaan hotel ramah Muslim dengan t-statistik 2.050(>1,96) dan probabilitas 0,0435 atau kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan konsumen hotel akan kualitas pelayanan yang diberikan maka permintaan konsumen terhadap hotel ramah Muslim akan meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitiannya Albatatt *et al.* (2018) menyatakan adanya hubungan yang searah dan signifikan antara kualitas pelayanan dan frekuensi konsumen terhadap jasa layanan hotel syariah. Hotel ramah Muslim harus bisa menjaga tingkat pelayanan dengan baik agar konsumen ingin berkunjung kembali ke hotel.

#### ***Pengaruh fasilitas terhadap frekuensi permintaan hotel ramah Muslim***

Variabel fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi permintaan hotel ramah Muslim. Hal tersebut dilihat dari nilai probabilitas di bawah taraf nyata ( $\alpha = 5\%$ ) yaitu 0,0281 dengan koefisien regresi 0,171613. Hotel ramah Muslim yang menyediakan kebutuhan wisatawan Muslim seperti alat sholat, tempat bersuci yang bersih dan makanan yang halal membuat konsumen ingin berkunjung kembali sehingga fasilitas sangat penting dalam memengaruhi frekuensi permintaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rahardi dan Wiliasih 2016) yang menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap frekuensi konsumen memilih jasa layanan hotel syariah.

#### ***Pengaruh promosi terhadap frekuensi permintaan hotel ramah Muslim***

Variabel promosi tidak berpengaruh signifikan dalam permintaan konsumen terhadap layanan hotel ramah Muslim. Nilai probabilitasnya sebesar 0,6724 dan koefisien regresi sebesar 0,035935. Penelitian ini bertentangan dengan penelitian Widyarini dan Kartini (2014) yang menyatakan bahwa promosi memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap konsumen memilih jasa layanan hotel syariah. Promosi tidak berpengaruh dalam penelitian ini karena hotel ramah Muslim yang diteliti masih menyusun strategi promosi yang sesuai. Media sosial yang digunakan berupa *instagram* dan *facebook*, namun tidak ada pembaharuan informasi yang baik. Responden memilih hotel ramah Muslim karena konsumen mengikuti pelatihan, paket wisata dan ajakan keluarga.

## **5. Kesimpulan**

### ***Simpulan***

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 90 orang mengenai faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi permintaan konsumen terhadap hotel ramah Muslim di Kabupaten Belitung, diperoleh kesimpulan antara lain:

1. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah didominasi oleh responden perempuan, sudah menikah, rentang usia 26 hingga 35 tahun, pendidikan terakhir sarjana, pekerjaan sebagai pegawai swasta, lama bekerja kurang dari 5 tahun, pendapatan per bulan pada rentang Rp 3.000.000 – Rp.5.000.000 dan berdomisili Belitung.
2. Faktor-faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi permintaan jasa layanan hotel ramah Muslim yaitu pendapatan, religiusitas, kualitas pelayanan dan fasilitas. Sedangkan untuk promosi dan harga relatif hotel ramah Muslim terhadap hotel konvensional tidak berpengaruh signifikan terhadap frekuensi permintaan jasa layanan hotel ramah Muslim.

### ***Saran***

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Hotel ramah Muslim harus meningkatkan kegiatan promosi untuk memberikan informasi kepada masyarakat baik di Belitung dan di luar Belitung.

2. Pihak hotel harus meningkatkan pelayanan dan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar dapat meningkatkan permintaan jasa layanan hotel ramah Muslim.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa menambah variabel yang belum dianalisis dari penelitian ini. Apabila meneliti harga harus lebih memperhatikan jenis kamar yang digunakan.

### Daftar Pustaka

- Asazuma.Takumi. (2015). Halal tourism activates japanese tourism market *plus I* 11: 27-30. [Internet]. [Diunduh 2021 Februari 5]. Tersedia pada: <http://human.kanagawa-u.ac.jp/gakkai/student/pdf/i11/110320.pdf>
- Alandri SK. (2019). Sharia hotel concept and customer value effect on customer satisfaction. *Integrated Journal of Business and Economics* 3(2), 207.
- Alam SS, Mohd R, Hisham B. (2011). Is religiosity an important determinant on muslim consumer behaviour in malaysia? *Journal of Islamic Marketing* 2(1), 83–96.
- Albattat A, Pitra JA, Mahendran N, Azmi A. (2018). The impact of service quality on muslim customers in shariah compliant hotel. *Tourism, Hospitality and Environment Management* 3(8):p.1–14
- Al-Haristi.Ahamad J. (2006). Al-Fiqh Al-Iqtishadi LiAmirilMukminin Umar Ibn Al-Khaththab.diterjemahkan oleh Zamalchsyari AS: Fikih Ekonomi Umar BIN Khathab.Jakarta: Khalifa
- Arpacı Ö, Batman O. (2015). Specifying the relationship among perceived service quality, customer loyalty, and customer value of the halal hotels in high season, 29–45.
- Basuki AT. 2016. Pengantar Ekonometrika (Dilengkapi Penggunaan Eviews). Sleman: Danisa Media.
- Basri YZ, Kurniawati F. (2019). Effect of religiosity and halal awareness on purchase intention moderated by halal certification. *KnE Social Sciences* 2019, 592–607.
- Bian X, Moutinho L. (2011). The role of brand image , product involvement , and knowledge in explaining consumer purchase behavior of counterfeits Direct and indirect effects. 45(1), 191–216.
- Brida JG, Pulina M. (2010). *A Literature Review on the Tourism Led Growth Hypothesis*.
- [BPS] Badan Pusat Statistik.2010. Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut. [Internet ]. [diunduh 2020 Desember 6]. Tersedia pada : <http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>
- [BPS]Badan Pusat Statistik. (2019). Statistik Wisatawan Nusantara. [Internet ]. [diunduh 2020 Desember 6]. Tersedia pada : [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)
- [BPS] Badan Pusat Statistik.2019. Jumlah Devisa Sektor. [Internet ]. [diunduh 2020 Desember 6]. Tersedia pada : [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)
- [BPS] Badan Pusat Statistik. (2019). Tingkat Penghunian Kamar pada Hotel Bintang Menurut Provinsi. [Internet ]. [di unduh 2020 Desember 14 ]. Tersedia pada : [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)
- [BPS] Badan Pusat Statistik. (2019). Jumlah Akomodasi, Kamar, dan Tempat Tidur yang Tersedia pada Hotel Nonbintang. [Internet ]. [di unduh 2020 Desember 6]. Tersedia pada : [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)
- [BPS] Badan Pusat Statistik.2019.Statistik Wisatawan Mancanegara. [Internet ]. [di unduh 2020 November 22]. Tersedia pada : [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)
- [BPS]. Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. (2019).Tingkat Penghunian Kamar Hotel Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 2019.Pangkalpinang : BPS Provinsi KepulauanBangka Belitung.
- [BPS]. Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. (2018).Tingkat Penghunian Kamar Hotel Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 2018.Pangkalpinang : BPS Provinsi KepulauanBangka Belitung.
- [BPS] Badan Pusat Statistik Kabupaten Belitung. (2020). Jumlah Kunjungan Tamu Asing dan Domestik 2019. [Internet ]. [di unduh 2021 Februari 11]. Tersedia pada : [www.belitungkab.bps.go.id](http://www.belitungkab.bps.go.id)
- [BPS] Badan Pusat Statistik Kabupaten Belitung. (2019). Jumlah Kunjungan Tamu Asing dan Domestik 2018. [Internet ]. [di unduh 2021 Februari 11]. Tersedia pada : [www.belitungkab.bps.go.id](http://www.belitungkab.bps.go.id)
- Browning, E. K., & Zupan, M. A. (2020). *Microeconomics: Theory and applications*. John Wiley & Sons.
- CrescentRating. 2019. *Global Muslim Travel Index*. (2019). [Internet]. [Diunduh pada 2020 Desember 23 ]. Tersedia pada : <https://www.crescentrating.com/> CrescentRating. 2018. *Global Muslim Travel Index* 2018. [Internet]. [Diunduh pada 2020 Desember 23 ]. Tersedia pada : <https://www.crescentrating.com/> CrescentRating. 2019. *Indonesia Muslim Travel Index* 2019.

- [Internet]. [Diunduh pada 2021 Februari 8 ]. Tersedia pada : <https://www.crescentrating.com/COMCEC.2016.MuslimFriendlyTourism:DevelopingandMarketingProductSandServiceintheOICMemberCountries.Turkey.DinasPariwisataKabupatenBelitung.10NegaraTertinggiKunjunganWisatawanBelitungpadaTahun2019.> [Internet ]. [ Diunduh 2021 Januari 15 ].Tersedia pada:<https://dispar.belitung.go.id/read/765/10-negara-tertinggi-kunjungan-wisatawan-belitung-pada-tahun-2019>
- Erdiana W. (2008). Sarana akomodasi sebagai penunjang kepariwisataan di Jawa Barat. Jurnal Geografi Gea 8.1 : 75-81.
- Fatihudin D. Firmansyah A. (2019). Pemasaran Jasa. Yogyakarta : Deepublish Fatwa DSN MUI Nomor 108 Tahun 2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.
- Frank, R. H. (2008). Microeconomics and behavior. Boston: McGraw-Hill Irwin Gay LR, Diehl PL. 1992. *Research methods for business and management*. New York (USA): MacMillan Publishing Company.
- Ghazali I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Gujarati D. (2002). Dasar-dasar Ekonometrika. Jakarta: Penerbit Erlangga Henderson, J. C. 2010. Sharia-compliant Hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 10(3): 246–254.
- Huda N, Zulihar, Rini N. (2018). Faktor yang memengaruhi preferensi masyarakat muslim memilih hotel syariah. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 2(4): 490-511
- Idris dan Razali. 2016. *A study of consumer behavior toward islamic hotel – assesing on knowledge and religiosity*. Putrajaya:Conference: 2nd International Conference on Economics dan Banking 2016
- Ilham M, Firdaus. (2019). Islamic Branding dan Religiusitas serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen pada Swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang. Saepuddin , Septian d, editor. Bintang : Stain Sar Press.
- Indrasari M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya : Unitomo Press.
- Kemenpar. 2012. Kemenparekraf Promosikan Indonesia sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia. [Internet]. [ Diunduh 2021 Januari 15 ]. Tersedia pada : <https://www.kemenpar.go.id>
- [ KNEKS] Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2020). Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah.[Internet] [Diunduh 2021 Januari 15]. Tersedia pada : <https://knks.go.id>
- Luthfiana A. (2020\_). Determinan Permintaan Hotel syariah di Kota Bogor [Skripsi]. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- [LPEM FEB UI] Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI. (2018\_). Kajian Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia. [Internet]. [Diunduh 2021 Januari 15]. Tersedia pada : <https://www.kemenpar.go.id>
- Mankiw, N. (2018). *Principles of microeconomy 8<sup>th</sup> ed*. New york : Worth Publisher. Moha S, Loindong S. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Yuta di Kota Manado.
- Nicholson, W. (1995). Teori mikroekonomi : prinsip dasar dan perluasan. Wirajaya D, penerjemah. Jakarta: Binapura Aksara. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*. 4: 575-584.
- Nizar, M.A. (2011). Tourism Effect on Economic Growth in Indonesia. MPRA Paper, (65628)
- Nugroho A. (2018). Faktor- faktor yang memengaruhi Penerimaan Devisa Indonesia dari Sektor Pariwisata [Skripsi]. Purwokerto : Universitas Jenderal Soedirman.
- Rahardja P, Manurung M. (2001). Teori Ekonomi Makro. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rahardi N, Wiliasih R. (2016). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap hotel syariah. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam* 2(1), 180–192.
- Rezeki S. Reza I. (2011). Strategi komunikasi “*change manajemen*” ( studi kasus : perubahan konsep bisnis dari hotel konvensional ke hotel syariah). *Jurnal Semai Komunikasi Vol.II No.1*.
- Sabri FA. (2010). Perkembangan Hotel syariah di Indonesia : Mengonsep pariwisata Islami. Karsa. 18(2)
- Saffinee SS, Hashim KS, Mahamod LH, Jamaludin MA, Muflih BK, Othman R. (2017). The standard elements for Muslim friendly accommodation premises. *JCIS*. 3 : 121-133.
- Saleh SA. (2017). *Willingness To Pay (WTP)* dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Konsumen dalam Memilih Hotel syariah di Kota Bandung [Skripsi]. Bogor : Institut Pertanian Bogor.

- Samori Z, Md Salleh NZ, Khalid MM. (2016). Current trends on halal tourism: cases on selected asian countries. *Tourism Management Perspectives* 19:p.131–136.
- Samuelson, Paul A dan Nordhaus, william D. (2001). *Ilmu Makro Ekonomi*. Jakarta PT. Media Edukasi
- Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi ke Tujuh*. Jakarta: PT. Indeks
- Schwab K. 2017. *The Travel and Tourism Competitiveness Reposrt 2017*. Geneva : the World Economic Forum
- Shaharuddin NA, Kassim S, Yusof AM, Bakar NA, Talib NAC. (2018). The customer's perception towards shariah-compliant hotel in malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 8(15), 109–130.
- Sitorus Of, Utami N. (2017). Strategi Promosi Pemasaran..Jakarta : FKIP UHAMKA.
- Sobari N, Usman H, Wathani MZ. (2017). The influence of sharia compliance and marketing mix on satisfaction and intention of muslim tourist to revisit sharia hotel. 36(Icbmr):p.645–656.
- Srijani N, Hidayat AS. (2017). Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di aston madiun hotel dan conference center. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*.7: 31-38.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suparmoko. (2004). *Pengantar Ekonomi Makro*. Unit Penerbit dan Percetakan AMP.YKPN, Yogyakarta.
- Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing* 49(4):p.41.
- Pujiyono A. (2006). Teori Konsumsi dalam Islam. *Jurnal Dinamika Pembangunan*.3 (2), 196-207
- Putri AMC. (2018). Faktor- Faktor yang Memengaruhi Frekuensi Permintaan Pembiayaan Murabahah UMKM di KBMT Khairu Ummah [Skripsi].Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Widarjono A. (2016). *Ekonometrika: Pengantar dan Aplikasinya*. Yogyakarta (ID) STIM YKPN
- Widyarin, Kartini F. (2014). Variabel yang memengaruhi keputusan pemilihan hotel syariah. *Ekbisi* IX(1):p.83–94.
- World Economic Forum. (2019). The Travel dan Tourism Competitiveness Report 2019. [Internet]. [Diunduh 2020 Desember 16]. Tersedia pada: <http://www.weforum.org>
- World Travel & Tourism Council. (2018).Travel &Tourism Economic Impact, London.
- Yunitasari D. Riswanda ICT. Istiyani N. (2021).determinan preferensi konsumen memilih hotel syariahdi Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. 4(1).