



PENGARUH ATRIBUT HOTEL SYARIAH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL

Yohan Eko Prasetyo

Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze: The effect of Islamic hotel attributes on the level of hotel customer satisfaction. The research method of this research is a quantitative approach, using an explanatory survey method. This study involved 140 respondents as a sample using the Accidental Sampling (Convenience Sampling) technique. Sampling was carried out during the research period from 5-30 June 2021 which was carried out at the Sofyan Menteng Hotel, Central Jakarta. Primary data collection techniques using a questionnaire instrument and supported by secondary data from documentation. The test results of 5 Supporting Indicators of the Customer Satisfaction Variable show that those that have the highest validity values are Emotional Factors, Service Quality, Product Quality, and for supporting indicators that have the smallest validity values are Efficiency and Price. The results showed that the Syariah Hotel Attributes had a significant effect on hotel customer satisfaction.

Keywords: Hotel Attributes, Customer Satisfaction, Measurement Model Test, Structural Model Test

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan dan menganalisis: efek atribut hotel Islam pada tingkat kepuasan pelanggan hotel. Metode penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, menggunakan metode survei penjelasan. Studi ini melibatkan 140 responden sebagai sampel yang menggunakan teknik pengambilan sampel yang tidak disengaja (Convenience Sampling). Pengambilan sampel dilakukan selama periode penelitian dari 5-30 Juni 2021 yang dilakukan di Sofyan Menteng Hotel, Central Jakarta. Teknik pengumpulan data primer menggunakan instrumen kuesioner dan didukung oleh data sekunder dari dokumentasi. Hasil tes dari 5 indikator pendukung variabel kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa mereka yang memiliki nilai validitas tertinggi adalah faktor emosional, kualitas layanan, kualitas produk, dan untuk indikator pendukung yang memiliki nilai validitas terkecil adalah efisiensi dan harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut hotel Syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut hotel Syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel.

Kata Kunci: Atribut Hotel, Kepuasan Pelanggan, Uji Model Pengukuran, Uji Model Struktural.

Copyright (c) 2025 Yohan Eko Prasetyo.

✉ Corresponding author : Yohan Eko Prasetyo
Email Address : yohanekoprasetyo18.yep@gmail.com

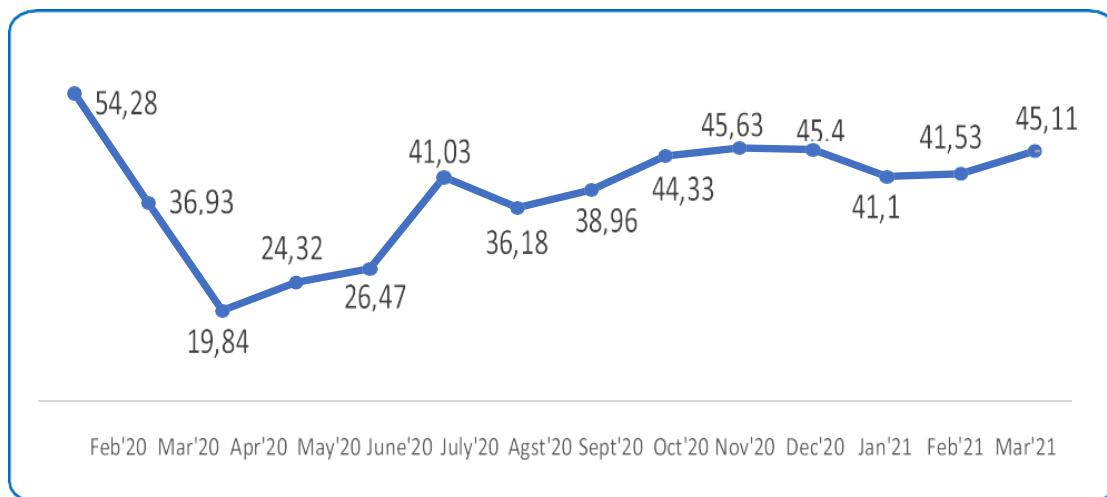
PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan potensi pariwisata, tak hanya kebudayaan-kebudayaannya yang sangat beragam, kekayaan alam nya pun sangat berlimpah. Dari Sabang sampai Merauke, Indonesia bagai hamparan permadani dengan keindahan alam yang luar biasa. Mulai dari kekayaan alam bawah laut, bentangan pantai hingga gugusan pegunungan, maka tak heran bila Indonesia memiliki banyak daerah yang mempunyai potensi yang sangat besar dalam bidang kepariwisataannya. Kemenarikan destinasi wisata, pembangunan infrastruktur yang membaik, serta inovasi-inovasi atraksi wisata di sebuah destinasi wisata menjadi faktor yang memicu semakin bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung. Dapat dikatakan bahwa perkembangan industri pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan, hal ini dapat dilihat berdasarkan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia yang juga memicu pertumbuhan industri perhotelan semakin melejit. Semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung maka semakin mempengaruhi kebutuhan di bidang akomodasi yang berpengaruh terhadap pertumbuhan hotel berbintang. Industri Perhotelan saat ini telah diketahui sebagai industri global, dengan penyedia dan konsumennya yang tersebar di seluruh bagian dunia.

Menurut Data Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO) bahwa 940 juta kedatangan turis internasional di seluruh dunia pada tahun 2010, sesuai dengan meningkat 6,6% dari tahun sebelumnya, internasional pariwisata telah pulih dengan kuat dari kemerosotan ekonomi baru-baru ini. Sudah diprediksi bahwa pada tahun 2020, kedatangan internasional adalah diperkirakan akan mencapai hampir 1,6 miliar. Industri pariwisata memberikan dampak ekonomi yang besar bagi pertumbuhan ekonomi dunia. Dengan total kontribusi GDP sebesar 10,4%, kontribusi terhadap ketenagakerjaan yang menyerap 313 juta jiwa, dan pengeluaran wisatawan yang mencapai US\$ 1,5 triliun untuk wisatawan mancanegara serta US\$ 3,9 triliun untuk wisatawan domestik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin pesat arus pariwisata, maka akan semakin memberikan berbagai manfaat ekonomi bagi negara tujuan wisata terutama bagi pendapatan negara, penyerapan tenaga kerja, dan perdagangan luar negeri.

Jakarta sebagai ibukota negara, pusat bisnis sekaligus salah satu kota wisata menjadi daya tarik masuknya wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Para wisatawan yang berkunjung ke Jakarta tersebut tentunya membutuhkan akomodasi untuk menginap. Peningkatan jumlah wisatawan perlu diimbangi dengan peningkatan jumlah akomodasi. Optimisme industri perhotelan membaik sejak diberlakukannya era *new normal* dan diadakannya program vaksinasi. Meskipun pandemi COVID- 19 belum berakhir, industri perhotelan Jakarta menunjukkan tren positif seiring dengan meningkatnya Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang. Pada Bulan Maret 2021, TPK hotel berbintang naik 3,58 persen jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Sedangkan rata-rata lama menginap tamu hotel berbintang pada Bulan Maret 2021 mencapai 2,13 hari. Angka tersebut lebih rendah jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya maupun dengan bulan Maret tahun 2020.

Jumlah tamu yang menginap pada hotel berbintang masih didominasi oleh tamu domestik. Tamu domestik yang menginap sebesar 96,02 persen dari total tamu yang menginap dan sisanya adalah tamu asing. Setelah mencapai titik terendahnya pada Bulan April 2020 karena pandemi COVID-19, TPK hotel berbintang Jakarta mulai menunjukkan tren positif sejak Bulan Mei 2020. Meskipun sempat mengalami penurunan pada awal tahun 2021, pada bulan Maret 2021 TPK kembali mengalami peningkatan yang signifikan. Perkembangan TPK selama satu tahun terakhir.



Peningkatan TPK hotel berbintang menunjukkan bahwa industri perhotelan di Jakarta mulai membaik. TPK pada Maret 2021 mencapai 45,11 persen atau mengalami kenaikan sebesar 3,58 persen dibandingkan dengan bulan sebelumnya yang sebesar 41,53 persen. Selain itu, TPK Maret 2021 juga lebih tinggi 8,18 persen jika dibandingkan dengan Bulan Maret tahun 2020. Berbeda dengan bulan sebelumnya, kenaikan TPK bulan ini terjadi pada seluruh kelas hotel. Kenaikan tertinggi dialami oleh kelas hotel bintang lima sebesar 6,35 persen. Kemudian diikuti oleh hotel bintang satu yang mengalami kenaikan sebesar 5,25 persen. Hotel bintang dua juga mengalami kenaikan sebesar 4,70 persen. Sedangkan kenaikan yang dialami oleh hotel bintang tiga dan empat masing-masing sebesar 4,53 dan 4,18.

Tamu yang menginap di hotel berbintang Jakarta terdiri dari tamu domestik dan tamu asing. Hingga saat ini tamu domestik masih terus mendominasi sebesar 96,02 persen dari total tamu menginap. Berdasarkan klasifikasi hotel, tamu domestik banyak menginap di hotel bintang tiga yaitu sebanyak 41,73 persen. Sedangkan tamu domestik yang menginap di hotel bintang satu hanya 3 persen. Sebagian besar tamu asing menginap di hotel bintang lima hingga mencapai 44,99 persen. Kualitas pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan menjadi salah satu penyebab tamu asing memilih untuk menginap di hotel bintang lima.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif berkaitan dengan metode pengumpulan data, desain sampel, dan konstruksi alat pengumpulan data. (Schiffman dan Kanuk, 2000) Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan

penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme. Metode ini digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, untuk mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, untuk menganalisis data kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis.

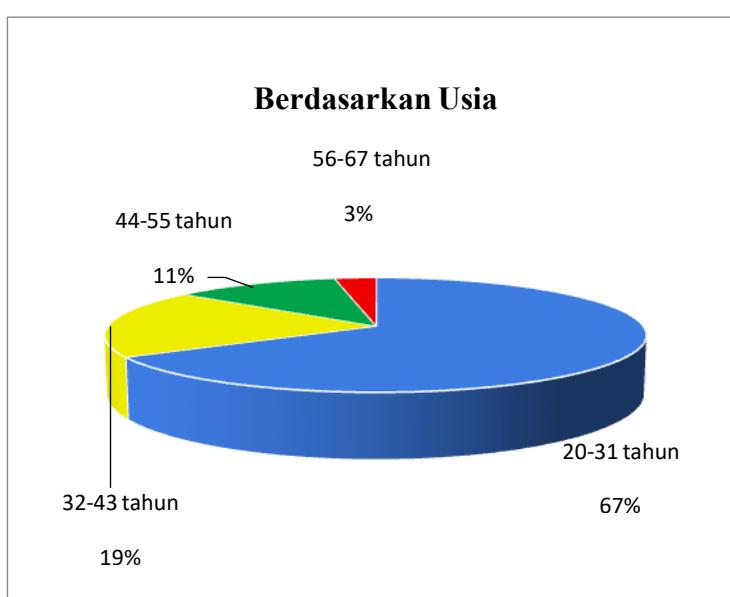
Penelitian ini menggunakan data primer, data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara nyata oleh peneliti atau yang terlibat langsung dengan objek penelitian, data tersebut kemudian dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti. Untuk sumber data primer dalam penelitian ini adalah pelanggan Hotel yang menginap di HOTEL SOFYAN MENTENG JAKARTA PUSAT.

Sedangkan untuk teknik pengumpulan data dalam paper ini menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner berisi pertanyaan yang menyangkut tentang Bagaimana Atribut Hotel Syariah mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan hotel Sofyan Menteng Jakarta. Pertanyaan Kuesioner disusun dengan memperhatikan prinsip-prinsip penulisan kuesioner, seperti isi dan tujuan pertanyaan, bahasa yang digunakan, jenis dan bentuk pertanyaan, panjang pertanyaan, urutan pertanyaan dan membentuk dari kuesioner.. Peneliti harus menjalin interaksi yang baik dengan responden, agar responden dengan sukarela akan memberikan data obyektif dan cepat. Dikarenakan penelitian dalam kondisi Pandemi Covid-19 maka kuesioner menggunakan *Google Form* dalam mengumpulkan data dari responden dan juga peneliti datang langsung ke lokasi hotel tetapi dengan mematahui Protokol Kesehatan yang ketat yang dilakukan oleh Pihak Hotel Sofyan Menteng.

HASIL DAN PEMBAHASAN

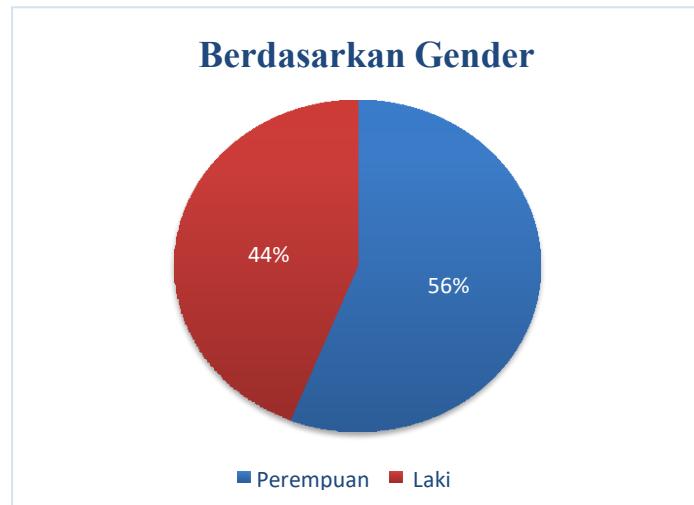
Karakteristik Profil Responden pengunjung Hotel Sofyan Menteng:

1. Berdasarkan Usia



Berdasarkan pada diagram data responde di atas, mayoritas pelanggan di Hotel Sofyan Menteng biasanya didominasi oleh usia 20- 31 tahun yang sebanyak 93 orang (67%), usia 32-43 tahun sebanyak 27 orang (19%), usia 44-55 tahun sebanyak 16 orang (11%) dan usia 56-67 tahun sebanyak 4 orang (3%).

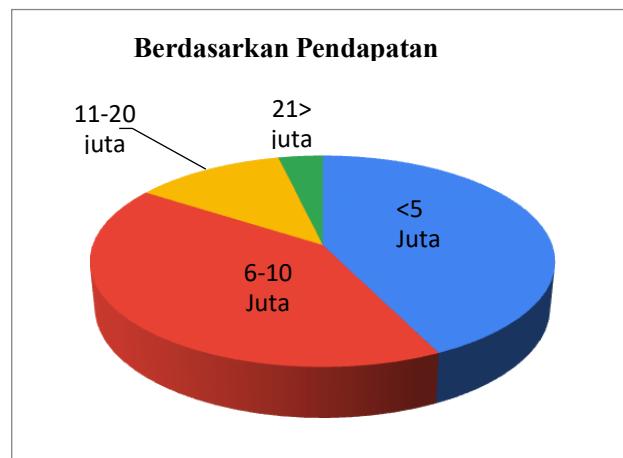
2. Berdasarkan Jenis Kelamin (*Gender*)



Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas pengunjung Hotel Sofyan Menteng yang terdapat dalam penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah sebanyak 78 orang (56%). Sedangkan, untuk responden perempuan sebanyak 62 orang (44%).

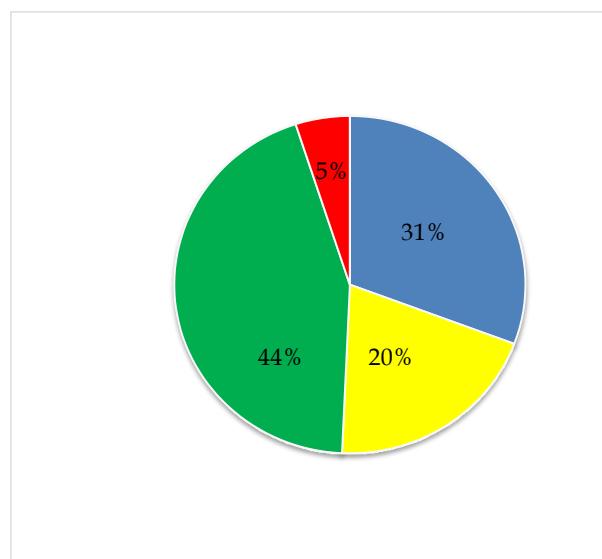
3. Berdasarkan Pendapatan

Mengenai kriteria responden berikutnya adalah berdasarkan dari jenis pendapatan responden yang berkunjung ke HOTEL SOFYAN MENTENG JAKARTA. Berdasarkan pendapatan responden yang mendominasinya adalah yang memiliki pendapatan <5 Juta sebanyak 60 orang (43%), pendapatan 6-10 Juta sebanyak 58 orang (41%), pendapatan dengan 11-20 Juta sebanyak 17 orang (12%) dan pendapatan dengan 21> Juta sebanyak 5 orang (4%). Selengkapnya dapat dilihat pada diagram di bawah berikut:



4. Berdasarkan tujuan menginap

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, peneliti telah menyebar angket yang dilakukan untuk menghimpun data responden yang terdiri dari 140 orang, data ini untuk dimintai keterangan melalui *g-form* agar dapat diisi sebagai bahan dalam penelitian yang dilakukan. Selanjutnya, data responden yang disebutkan adalah berdasarkan dari tujuan menginap di HOTEL SOFYAN MENTENG, JAKARTA. Dominan responden adalah mereka yang memilih penginapan di hotel berdasarkan dengan tujuan suatu acara-acara tertentu dan bersifat khusus, seperti konferensi/workshop/seminar dengan jumlah sebanyak 62 orang (44%). Selanjutnya, untuk yang liburan sebanyak 43 orang (31%), dan untuk yang bisnis sebanyak 28 orang (20%), dan untuk yang lainnya, atau tidak ada alasan untuk menginap adalah sebanyak 7 orang (5%).



5. Berdasarkan sering menginap

Selanjutnya adalah data responden berdasarkan berapa kali sering menginap di HOTEL SOFYAN MENTENG, JAKARTA. Peneliti mendapatkan bahwa responden yang sering menginap di hotel secara dominan adalah mereka yang datang untuk menginap di hotel sebanyak 2 kali dalam setahun, jumlah mereka sebanyak 48 orang (34%). Dan untuk yang selanjutnya adalah mereka yang sering menginap 2-5 kali selama satu tahun sebanyak 43 orang (31%), dan untuk yang kurang dari satu tahun sekali menginap di hotel sebanyak 39 orang (28%). Dan mereka yang menginap di hotel sebanyak 6-10 kali dalam setahun sebanyak 6 orang (4%), dan yang terakhir adalah mereka yang sering menginap di hotel sebanyak lebih dari 10 kali dalam setahun, jumlah mereka terbilang sedikit, yakni sebanyak 4 orang (3%).

Hasil Uji Inner Model

1. Koefisiensi Determinasi

Hasil R-Square	
KONSTRUK	R-Square
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,673

Dari hasil analisis R-Square menunjukkan bahwa nilai yang didapat sebesar 0,673. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebesar 67% Variabel Atribut Hotel Syariah berpengaruh terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan dan sisanya sebesar 33% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel pada penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa Atribut Hotel Syariah dengan faktor-faktor penentunya secara bersama memiliki pengaruh sebesar 67% terhadap Kepuasan Pelanggan berdasarkan faktor-faktor penentunya.

2. Pengukuran Path Coefficients

Path Coefficients	
Path Coefficients	Kepuasan Pelanggan (Y)
Atribut Hotel Syariah (X)	0.820

Berdasarkan hasil *path coefficient* yang terdapat pada table menunjukkan bahwa seluruh item signifikan terhadap konstruknya dengan nilai t-statistik $> 1,96$ dan p-values $<0,05$. Hubungan Positif sebesar 82% signifikan sebesar 0.000 $<0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Variabel Atribut Hotel Syariah adalah konstruk pembentuk variabel Kepuasan Pelanggan.

3. Uji Signifikansi (Bootstraping)

Hasil Uji T-Statistik

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Kesimpulan
X - X1.1	0.783	0.783	0.054	14.540	0.000	P Value $< 0,05$ maka terima H1 atau Signifikan
X - X1.2	0.864	0.860	0.032	26.616	0.000	P Value $< 0,05$ maka terima H1 atau Signifikan
X - X1.3	0.862	0.863	0.020	42.377	0.000	P Value $< 0,05$ maka terima H1 atau Signifikan

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Kesimpulan
X - X1.4	0.934	0.934	0.014	66.085	0.000	P Value < 0,05 maka terima H1 atau Signifikan
X - X1.5	0.729	0.729	0.050	14.533	0.000	P Value < 0,05 maka terima H1 atau Signifikan
X - X1.6	0.775	0.770	0.053	14.660	0.000	P Value < 0,05 maka terima H1 atau Signifikan
X - X1.7	0.868	0.867	0.034	25.232	0.000	P Value < 0,05 maka terima H1 atau Signifikan
X - Y	0.820	0.813	0.050	16.296	0.000	P Value < 0,05 maka terima H1 atau Signifikan
Y - Y1.1	0.811	0.809	0.034	23.977	0.000	P Value < 0,05 maka terima H1 atau Signifikan
Y - Y1.2	0.767	0.768	0.043	17.929	0.000	P Value < 0,05 maka terima H1 atau Signifikan
Y - Y1.3	0.805	0.805	0.030	26.765	0.000	P Value < 0,05 maka terima H1 atau Signifikan
Y - Y1.4	0.858	0.853	0.039	22.096	0.000	P Value < 0,05 maka terima H1 atau Signifikan
Y - Y1.5	0.901	0.897	0.027	32.913	0.000	P Value < 0,05 maka terima H1 atau Signifikan

Besarnya koefisien parameter untuk variabel X terhadap Y sebesar 0,820 yang berarti terdapat pengaruh positif Atribut Hotel Syariah terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel.

KESIMPULAN

Berdasarkan permasalahan dan tujuan dari penelitian serta dihubungkan dengan hasil analisis dan pembahasannya, secara garis besar dibuat kesimpulan sebagai berikut. Dari hasil penelitian, jumlah 140 responden. Berdasarkan usia yang paling banyak menginap di hotel adalah usia 20-31 tahun, lalu yang berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki sebanyak 78 orang (56%), untuk responden yang menginap di hotel didominasi responden yang berpendapatan < 5 juta (60 orang), dan untuk tujuan menginap paling banyak karena kegiatan konferensi/workshop/seminar sebesar 44% (62 orang), dan untuk jumlah pelanggan hotel rata-rata menginap sebanyak 2 kali dalam setahun (34%).

Berdasarkan hasil analisa data dan olah data yang dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa atribut hotel syariah berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel.
2. Dari hasil analisis R-Square menunjukan bahwa nilai yang didapat sebesar 0,673. Nilai tersebut menunjukan bahwa sebesar 67% Variabel Atribut Hotel Syariah berpengaruh terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan dan sisanya sebesar 33% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel pada penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa Atribut Hotel Syariah dengan faktor-faktor penentunya secara bersama memiliki pengaruh sebesar 67% terhadap Kepuasan Pelanggan berdasarkan faktor-faktor penentunya.
3. Hasil pengujian *Outer Model* Indikator pendukung Variabel Atribut Hotel Syariah yang memiliki *outer loading* tertinggi yaitu *Halal Service Quality*, *Halal Food*, dan *Entertainment and Recreation*, sedangkan untuk Indikator pendukung yang memiliki *outer loading* terkecil adalah *Room Facilities* dan *Muslim Privacy Perceive*. Semua indikator pendukung variabel atribut hotel syariah mempunyai peranan penting dalam menentukan kepuasan pelanggan.
4. Hasil pengujian *Outer Model* Indikator pendukung Variabel Kepuasan Pelanggan yang memiliki *outer loading* tertinggi yaitu Faktor Emosional dan yang memiliki *outer loading* terkecil adalah Harga.
5. Hasil analisis *Loading Factor* untuk indikator pendukung variabel kepuasan pelanggan yang memiliki *loading factor* tertinggi adalah Faktor Emosional, sedangkan yang memiliki *loading factor* terkecil adalah Efisiensi.

DAFTAR PUSTAKA

- A.S. Jais, "Shariah Compliance Hotel: Concepts and Design", Melaka: Politeknik Merlimau Melaka, 2016
- Abdillah, W. dan Hartono, J, Partial Least Square (PLS) - Alternative Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015

- Abubakar & Siregar, A.N, "Kualitas Pelayanan Penyuluhan Pertanian dan Kepuasan Petani", Jurnal Penyuluhan Pertanian, Vol. 5(1), 2010
- Achyar, Mahfud, "Strategi Digital Marketing Communcation EIGER", Jakarta: Paramadina Graduate School, 2014
- Agustin, Hamdi, "Studi Kelayakan Bisnis Syariah", Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2017
- Amelia, Fitri, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok", Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, V. 1, no. 2, 2012
- Arief, Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan, Bayumedia Publishing, Malang, 2007
- Atik dan Ratminto, "Manajemen Pelayanan, disertai dengan pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal", Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013
- Augusty, Ferdinand, "Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen", Semarang: Universitas Diponegoro, 2006
- B, Pavlic, "The Art and Science of Pharmacy Compounding", 2013
- Badan Pusat Statistik, "Pariwisata Halal Indonesia Tahun 2015-2019", 2018
- Badan Pusat Statistik, "Perkembangan Pariwisata Provinsi DKI Jakarta", diakses pada tanggal 24 Januari 2021
- Badan Pusat Statistik, "Statistik Hotel dan Tingkat Hunian Kamar Hotel DKI Jakarta 2021", diakses pada tanggal 22 Januari 2021
- Basalamah, Anwar, "Hadirnya Kemasan Syariah dalam Bisnis Perhotelan di tanah air", Binus Business Review, V. 2, no. 2, 2011
- Cooper, Donal R. dan Emory, William, "Metode Penelitian Bisnis, alih bahasa Widjono Soecipto dan Uka Wikarya, Jilid 11", Jakarta: Erlangga, 1999
- Dahnia Fahrani, dkk, "Analisis Komitmen Organisasi dan Employee Engagement pada PT. SEMEN GRESIK (PERSEERO) TBK", ResearchGate
- Data Kementerian Pariwisata 2015
- Daryanto dan Setyobudi, "Konsumen dan Pelayanan Prima", Gava Media, Yogyakarta, 2014
- Departemen Agama RI, 2004
- Destiana, Riska dan Retno Sunu Astuti, "Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia", Copas, Volume 01, Nomor 01, Tahun 2019
- Djazuli, A, "Kaidah – Kaidah Fiqih", Ed-1, Cet. Ke-2, Jakarta: Kencana, 2007
- Fadhli, Aulia, "Manajemen Hotel Syariah", Yogyakarta: Gava Media, cet-1, 2018
- Farida, Jasfar, "Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu", Bogor: Penerbit Ghalia, 2005
- Fatwa DSN-MUI Nomor. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang "Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata berdasarkan Prinsip Syariah".
- Fornell, C., & Larcker, D. F., "Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics", Journal of Marketing Research, 1981
- Garson, G. David, "Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models", Statistical Associates Publishing, 2016
- Ghozali, Imam, Latan Hengky, "Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris", BP Undip, Semarang, 2015

- Ghozali, Imam, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS", Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2011
- Ghozali, Imam, "Structurar Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square", Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006
- Ghozali dan Latan, "Partial Least Squares Structural: Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3", Semarang : Badan Universitas Diponegoro, 2012
- Ghufron, Moh. Idil, "Konsep Maslahah Maximizer Pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam", Jurnal Islam Nusantara, V. 01, no. 02, 2017
- Greenberg, Paul, "CRM at the speed of light : Social CRM Strategies, Tool, and Techniques for Engaging Your Customer", 4th edition, New York: McGraw-Hill, Inc, 2010
- Griffin, "Customer Loyalty", Jakarta : Penerbit Erlangga, 2005
- Hasil Fatwa DSN-MUI Nomor, 108 Tahun 2016 tentang "Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata berdasarkan Prinsip Syariah terkait ketentuan Hotel Syariah".
- Henseler, dkk, "A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling", Journal of the Academy of Marketing Science, 2015
- Huiying Li, dkk, "Determinants of Customer Satisfaction in the Hotel Industry", An Application of Online Review Analysis, Asia Pacific Journal of Tourism Research, 18:7, 2013
- Indonesia Travel, "Pariwisata Syariah Indonesia", 2013
- Irawan, "10 Prinsip Kepuasan Pelanggan", Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009
- Ismal, Taupik dan Ramayani Yusuf, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong di Kota Malang", Jurnal Ilmiah MEA, Vol. 5 No.3
- Ismanto, Kuat, "Manajemen Syari'ah: Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syari'ah", Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Jaelani, Aan, "Halal tourism industry in Indonesia: Potential and prospects", MPRA Paper No. 76237
- Jahanshahi, Asghar Afshar, "A Study on the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty", International Journal of Humanities and Social Science Vol. 1 No. 7, Special Issue -June 2011
- Jogiyanto, H.M, Metodologi Penelitian Bisnis Edisi Keempat, BPFE. Yogyakarta, 2011
- Juliyani, Erly, "Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam", Jurnal Ummul Qura, V. VII, no. 1, 2016
- Kandampully, Jay and Dwi Suhartanto, "The Role of Customer Satisfaction and Image in Gaining Customer Loyalty in the Hotel Industry", Journal of Hospitality & Leisure Marketing, 2008
- Kementrian Pariwisata Republik Indonesia, "Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia", Jakarta, 2018
- Kotler, Philip, "Marketing Management", Edisi Milenium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey, 2000
- Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller, "Marketing Management", 15th Edition New, Jersey: Pearson Prentice Hall, In, 2013
- Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah 2019-2020

- Lennora Putit, dkk, "Linking 'Halal' Friendly Hotel Attributes and Customer Satisfaction: The Islamic Tourism Sector", *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 2016, Vol. 4, Special Issue
- Lovelock, Christopher., et al, "Service Marketing in Asia", 2nd edition, Singapore: Pearson Prentice Hall, 2005
- Lupiyoadi, Rambat, "Pemasaran Jasa", Jakarta. Salemba Empat, 2001
- M. Battour, "Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future", 2015
- Mohammad Haghghi, dkk, "A Study on the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty", *African Journal of Business Management* Vol. 6
- Mohammad Rizal Razalli, dkk, "SIHAT: An Assessment tool for shariah-compliant hotel opeartions, *Int. J. Islamic Marketing and Branding*", V. 1, no. 1, 2015
- Mohammad Rizal Razalli, dkk, "Developing a Model for Islamic Hotels: Evaluating Opportunities and Challenges", Universiti Utara Malaysia
- Mudhafier, Fadhlal, "Makanan Halal", Jakarta: Zakia Press, 2004
- Muslich, "Etika Bisnis Islami; Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif", Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII, 2004
- Muslim Amin, dkk, "Service Quality Dimension and Customer Satisfaction: An Empirical Study in the Malaysian Hotel Industry", *Services Marketing Quarterly*, 34:2
- Nainggolan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Brastagi", Medan; Tesis Universitas Sumatra Utara, USU, 2011
- Nasution, M. N, *Manajemen Mutu Terpadu*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004
- Normasari, "Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan di Hotel Pelangi Malang", Tesis : 2013
- Nawar, Agus, "Psikologi Pelayanan", Bandung:Alfabeta, 2002
- Palupi Murniati, et al, *Alat-alat Pengujian Hipotesis*, Semarang. Penerbit Universitas Katolik Soegijapranata, 2013
- Parasuraman, dkk, "Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception And Expectation, The free Pers, A Division of Macmillan", Inc, New York, 2000
- Peter, J. Paul, James H. Donnelly, Jr, "Marketing Management Knowledge and Skills", Eighth Edition, New York: Mc Graw-Hill, 2007
- Pratiwi, Eko Kurniasih, *Jurnal Studi Islam*, Vol.XLL, No.1, 2017
- Priyono, "Metode Penelitian Kuantitatif", Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008
- Rafika Hayati, dkk, "Penerapan Total Quality Management Pada Room Attendant Housekeeping Departement Di Hotel Ibis Budget Makassar Airport", JBMI Vol. 14, No. 2, 2017
- Ramadhan, S.M, "Agar Bekerja Menuai Berkah, Bekerja di Bawah Naungan Sunnah Rasul", Insan Cendekia Media Utama, Jakarta, 2007
- Rangkuti, Freddy, "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis", Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Routers, T. abd D. S, "the Global Islamic Economy 2014 - 2015 Report", 2016
- Sambodo, Agus dan Bagyono, "Dasar-Dasar Kantor Depan Hotel", Yogyakarta: Andi Offset, 2006

- Samuel, Hatane, "Perilaku dan Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Melalui Stimulus 50% discount di Surabaya", Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra – Surabaya
- Santoso, Singgih, "Statistik Parametrik Edisi Revisi", Jakarta:Elex Media Komputindo, 2014
- Sarstedt dkk, "Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)", Handbook of Market Research, 2017
- Sofyan, Riyanto, "Bisnis Syariah Mengapa Tidak?", Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2011
- Sunyoto, Danang, "Dasar-dasar manajemen pemasaran", Cetakan Pertama, Yogyakarta : CAPS, 2012
- Sutanto, "Hotel Proprietors Act dalam Manajemen Penyelenggara Hotel", Jakarta: Salemba, 2005
- Sugianto, "Hotel Front Office Administration, Administrasi Depan Office", Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000
- Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", Bandung : Alfabeta, CV, 2017
- Sulastiyono, Agus, "Manajemen Penyelenggaraan Hotel", Bandung:Alfabeta, 1999
- Syahputra, Muhammad Halfi Indra, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Occupant Pada Hotel Lido Graha Di Lhokseumawe", Tesis Sekolah Pasca Sarjana USU: 2011
- Tamitha Intassar Husen Nabila Hilmy Zhafira, "Positioning Pariwisata Syariah Studi Kasus Pada Hotel Sofyan Syariah", Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen, Vol. 3 Nomor 1, 2019
- Tanjung, Hendri dan Abrista Devi, "Metode Penelitian Ekonomi Islam", Jakarta: Gramata, 2013
- Tjiptono, Fandy, "Strategi Pemasaran", ed. 3, Yogyakarta, Andi, 2012
- Tjiptono, Fandy, "Manajemen Jasa", Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset, 2004
- Travel and Tourism Competitiveness Index 2021 Mastercard & Crescentrating, "Global Muslim Travel Index 2019".
- V Sujarweni, Wiratna, "Sistem Akuntansi", Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015
- Widagdyo, Kurniawan Gilang, "Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia", The Journal of Tauhidinomics, Vol. 1 No. , 2015
- Widjaya, Marra, House Keeping Hotel dan Tata Graha Hotel, Bandung: Humaniora, 2005
- Wold, H, "Partial Least Square", Encyclopedia of Statistical Sciences, 1985, Vol 8
- Wong K.K., "Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using Smart PLS", Marketing Bulletin, 2013

