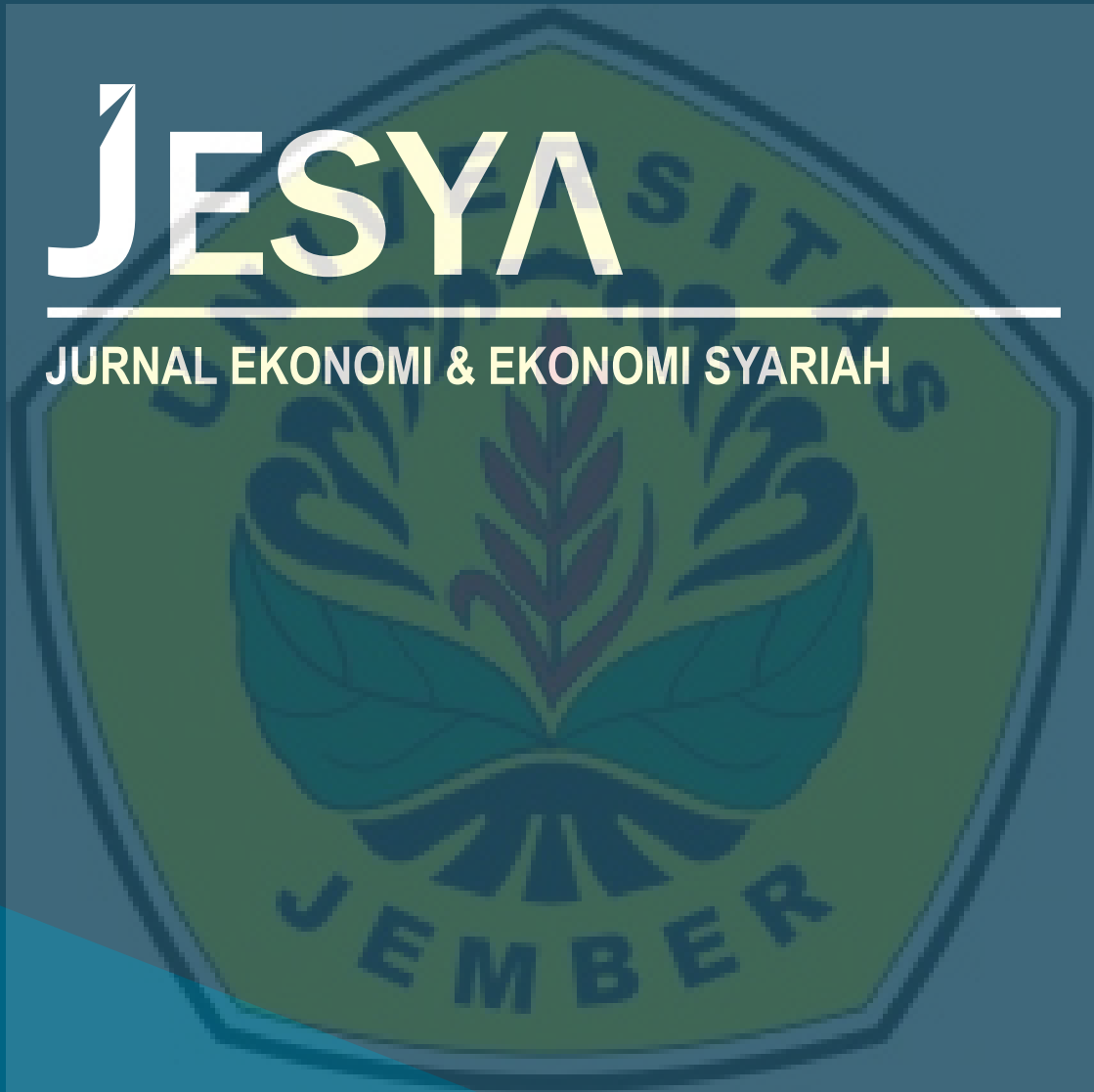


JESYA

JURNAL EKONOMI & EKONOMI SYARIAH



Dipublikasi Oleh :

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Washliyah Sibolga

CURRENT ISSUE

Vol 4 No 1 (2021): Article Research : Periode Januari 2021

DOI: <https://doi.org/10.30778/jeyw.v4i1>

PUBLISHED: 2020-12-30

ARTICLES

Analisa Dampak Kualitas Produk Informasi Terhadap Kipuasan Kerja Pengguna Sistem Informasi Manajemen Pada Universitas Ponorogo Utama
Azzah, Alexander Pethrop, Nissa Saeha, Alifya

[PDF](#)

DOI : [10.30778/jeyw.v4i1.273](https://doi.org/10.30778/jeyw.v4i1.273)

ETIKA PUBLIKASI

KERJAKAN OPEN ACCESS

KEMBARAN PENJUALAN

PETUNJUK PENULISAN

GOOGLE SCHOLAR

[CROSS REF](#)

TEMPLATE

Visitors



Visitor Counter

Analisa Anggaran Belanja Untuk Membayar Kinerja Dinas Energi dan Sumber Daya Mineral Provinsi Jawa Tengah
Nisa Purwaningsih, Nissa Anay Kholidah

[PDF](#)

DOI : [10.30778/jeyw.v4i1.281](https://doi.org/10.30778/jeyw.v4i1.281)

Analisa Sistem Scorecard Sebagai Pendekatan Perilaku Kinerja Pada Ropansi Karika Sultan Agung Tirtayasa Serang
Dewi Satrio Laksana

[PDF](#)

DOI : [10.30778/jeyw.v4i1.282](https://doi.org/10.30778/jeyw.v4i1.282)

Penerapan Sistem Perencanaan Pembangunan Daerah (SPPD) terhadap Efektivitas dan Efisiensi Kinerja di Diskominfo Kabupaten Semarang
Azzah Majika, Siti Alifanul Khoriqah

[PDF](#)

DOI : [10.30778/jeyw.v4i1.283](https://doi.org/10.30778/jeyw.v4i1.283)

Pengaruh Sosial Ekonomi Masyarakat terhadap Minat Belajar Anak di Masyarakat Rendah Kelas
Rahmatulloh Fatah

[PDF](#)

DOI : [10.30778/jeyw.v4i1.284](https://doi.org/10.30778/jeyw.v4i1.284)

Spirit Filantropi Islam dalam Tindakan Sosial Rasionalitas Nilai Max Weber
Muhammad Erlan

[PDF](#)

DOI : [10.30778/jeyw.v4i1.285](https://doi.org/10.30778/jeyw.v4i1.285)

Analisa Pengelolaan Dana Kas Kecil pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCU Magelang
Nurhanik Rizki Triandari, Nissa Anay Kholidah

[PDF](#)

DOI : [10.30778/jeyw.v4i1.286](https://doi.org/10.30778/jeyw.v4i1.286)

CITATION ANALYTICS

Dimensions

Google Scholar

INFORMATION

[For Authors](#)
[For Authors](#)
[For Librarians](#)

CURRENT ISSUE

[CURRENT ISSUE](#)
[CURRENT ISSUE](#)
[CURRENT ISSUE](#)

Open Journal System

Analisis Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Layanan dan Reliabilitas terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat dengan Minat sebagai Variabel Moderating

Iin Sohyati, Ayu Kristyoso

14-01

[PDF](#)

DOI : [10.30773/jepp.v4i1.284](https://doi.org/10.30773/jepp.v4i1.284)

Pengaruh Periklanan, Celebrity Endorser dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shampoo Sunsik Hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo

Rima Rina, Rahmat Hiding Hamid, Saifu Saifu

10-02

[PDF](#)

DOI : [10.30773/jepp.v4i1.238](https://doi.org/10.30773/jepp.v4i1.238)

The Examination Impact of Speculation and Profit Sharing to the Mudaraba Deposits in Indonesia Islamic Banks

Bahari Bahari, Setyan Setyan

10-03

[PDF](#)

DOI : [10.30773/jepp.v4i1.233](https://doi.org/10.30773/jepp.v4i1.233)

Analisis Kinerja Ekspor Karet Indonesia 2009-2019 Menggunakan Pendekatan Analisis Shift-Share

Wahyuni Wahyuni

10-04

[PDF](#)

DOI : [10.30773/jepp.v4i1.237](https://doi.org/10.30773/jepp.v4i1.237)

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra

Muhammad Syarif Asim, Dian Lubella Salsis, Deka Ayu Astidya, Rina Rina

10-05

[PDF](#)

DOI : [10.30773/jepp.v4i1.227](https://doi.org/10.30773/jepp.v4i1.227)

Analisis Dampak Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Perspektif Marketing Mix

Muhammad, Rahmat Hiding Hamid, Muhammad Agus

10-06

[PDF](#)

DOI : [10.30773/jepp.v4i1.205](https://doi.org/10.30773/jepp.v4i1.205)

Evaluasi Sistem Pengendalian Internal Terhadap Prosedur Pemberian Kredit pada PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang KCU Kalimantan

Khairia Farha, Wita Wita

10-07

[PDF](#)

DOI : [10.30773/jepp.v4i1.222](https://doi.org/10.30773/jepp.v4i1.222)

Pengaruh Internet Banking, Risiko Kredit dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 - 2019

Nisa Nuraini, Nurul Nuraini

10-08

[PDF](#)

DOI : [10.30773/jepp.v4i1.202](https://doi.org/10.30773/jepp.v4i1.202)

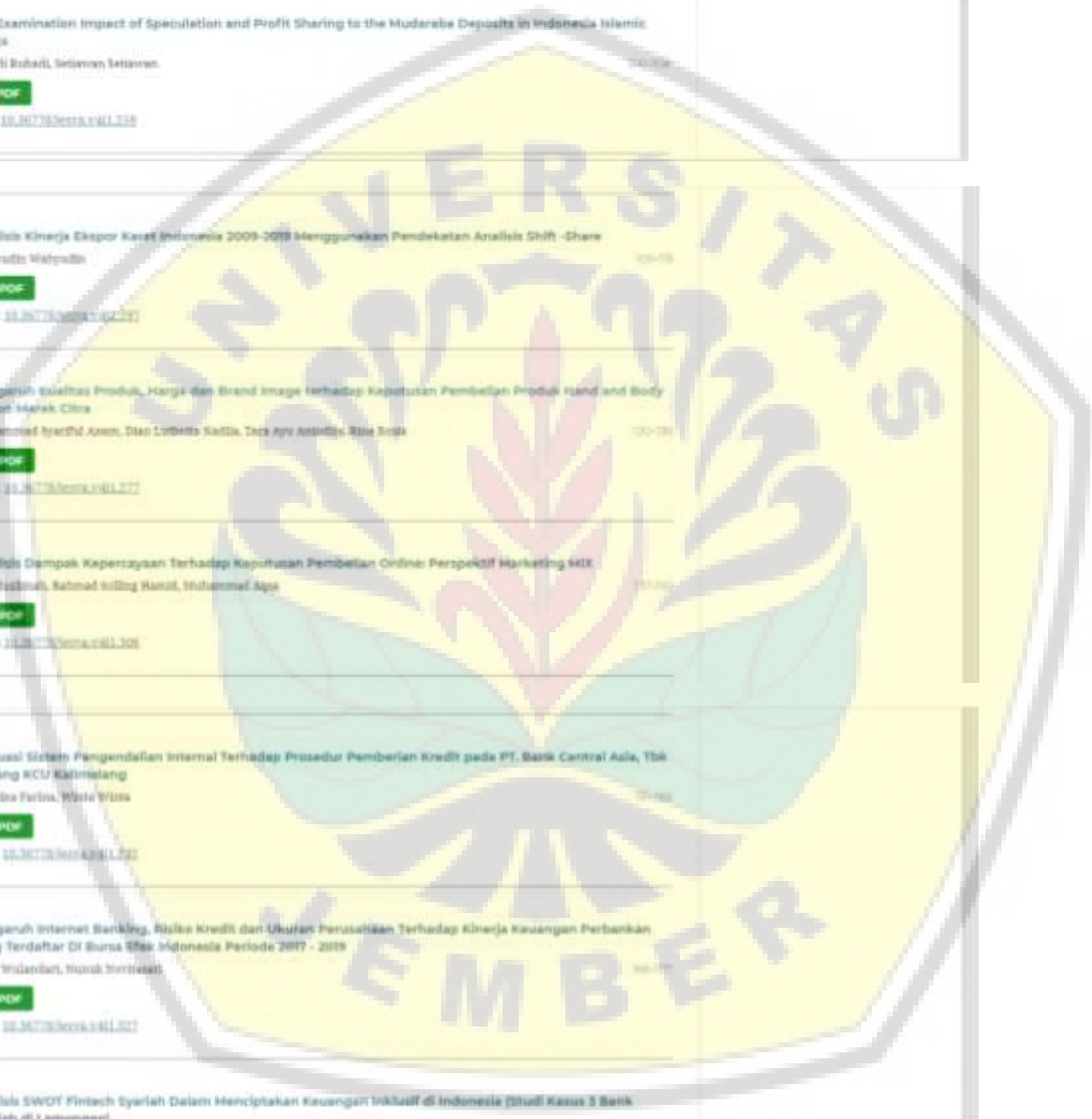
Analisis SWOT Fintech Syariah Dalam Menciptakan Keuangan Inklusif di Indonesia (Studi Kasus 3 Bank Syariah di Lamongan)

Muhammad Izzati Abadi, Eddy Widayanti Lailiyah, Evi Devi Kartikasari

10-09

[PDF](#)

DOI : [10.30773/jepp.v4i1.230](https://doi.org/10.30773/jepp.v4i1.230)



Pengembangan Model Peningkatan Daya Saling UMKM Berbasis E-Commerce (Studi Pada UMKM Kabupaten Lamongan)

Umar Thal Koyoto, Da Farwadi

199-198



DOI : 10.30773/jeppa.v4i1.228

Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Berbasis SWOT Pada Online Store Shopee

Mildan Luluka Anolla

199-210



DOI : 10.30773/jeppa.v4i1.202

Pengaruh Pengembangan Karir terhadap Kapuasan Kerja yang di Mediasi oleh Motivasi Kerja

Zina Kullent, Naja NurSah

211-220



DOI : 10.30773/jeppa.v4i1.217

Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institutional, Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Dewi Rizyanti Lengih, Cynthia Ester Hanuring, Rosmeganti Komeganti, Nita Saktiarna

221-237



DOI : 10.30773/jeppa.v4i1.214

Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan yang di Mediasi Kapuasan Kerja pada PT GSC Cikarang

Yuwadi Hwanid, Nuzulul Mubandari

238-247



DOI : 10.30773/jeppa.v4i1.212

Peran Pengendalian Internal Terhadap Perediaan Barang Pada UMKM Tirta Dharma Galatiga

Filur Yuliani, Siti Ahdand Dhorah

248-255



Peran Mediasi Kepercayaan pada Pengaruh Kepemimpinan Maleyeni Terhadap Kinerja Karyawan PT Nesinak

Diana Setiawan, Muhammad Erlan

256-265



DOI : 10.30773/jeppa.v4i1.211

Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi yang di Mediasi Kapuasan Kerja

Nita Nurani Berdyanti, Rizka NurZayanti

266-274



DOI : 10.30773/jeppa.v4i1.210

Pengaruh Akuisisi dan Right Issue terhadap Abnormal Return Saham

Ellye Fitriani, Laila Nur Astiah

275-286



DOI : 10.30773/jeppa.v4i1.209



Determinan Preferensi Konsumen Memilih Hotel Syariah di Kabupaten Jember

Doni Yudianto, Ima Cynthia Theresia Kurnanda, Nisih Jetyani

200-202

 PDF

DOI : 10.30605/serba.v4i1.222

Determinan Ketergantungan Pedagang Muslim Pasar Tradisional terhadap Kredit Benteng

Ayif Feburrahman, Anisah Anisah

303-307

 PDF

DOI : 10.30605/serba.v4i1.242

the Pengaruh IPM dan PORB terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Sumatera Utara Tahun 2002-2017

Rufi Sari M J Sibani, Pelema Sari Br Sembiring, Vivi Alhuda Br Sibero, Jevita Furi Br Sembiring

371-377

 PDF

DOI : 10.30605/serba.v4i1.238

Analisa Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sukarela pada Perusahaan Keluarga

Jesse Ivana, Budi Chandra

380-384

 PDF

DOI : 10.30605/serba.v4i1.231

STRATEGI PERBANKAN SYARIAH DALAM MENANGGULANGI POTENSI KERUGIAN PADA AKAD MUDHARABAH

Nisih Jetyani, Iqbal, Iqbal Nur Hafidha Ledy

385-391

 PDF

DOI : 10.30605/serba.v4i1.225

analysis of the Law on incompatibility of Mudharabah Contracts in the Distribution of Financing in Sharia Banks

Nisih Jetyani, Iqbal, Shofa Diana Agustia

392-398

 PDF

DOI : 10.30605/serba.v4i1.232

Pengaruh Return on Equity, Return on Asset, dan Firm Size Terhadap Tingkat Underpricing Saham Perusahaan yang Melakukan Co-Public di Bursa Efek Indonesia Periode 2006 - 2009

Muhamad Hafid Sibero, Muhamad Amrulloh

399-407

 PDF

DOI : 10.30605/serba.v4i1.225

Analisis Penerapan Pembiayaan Al-Qurtul Hasan di Di BMT NU Sungahan Situbondo

Nisih Jetyani, Iqbal, Mela Adia Madana

408-416

 PDF

DOI : 10.30605/serba.v4i1.224

Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust

Shir Anis, Muhamad Fathun

417-424

 PDF

DOI : 10.30605/serba.v4i1.221



Pengaruh Customer Satisfaction dan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi Atas Penggunaan Islamic Branding terhadap Purchase Intention

Teufiq Rizki, Hani'ah Murniasari, Reza Pratomo

2021-2022

 PDF

DOI : [10.30605/teknika.v8i1.237](https://doi.org/10.30605/teknika.v8i1.237)

Pengaruh Pendidikan dan Motivasi terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Dinas Pendidikan dan Pemuda Olahraga Kabupaten Majene

K Ramli Sekar, Aene Aene, Firmas Saleh

2021-2022

 PDF

Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen

Tri Mutiara, Ekmal Kholiq Hamid, Ahmad Saiful

2021-2022

 PDF

DOI : [10.30605/teknika.v8i1.238](https://doi.org/10.30605/teknika.v8i1.238)

Faktor - faktor yang Mempengaruhi Persepsi Tawar-menawar di Kabupaten Aceh Utara

Nurfa Nurfa, Nurjaya Nurjaya, Jelastina Jelastina

2021-2022

 PDF

DOI : [10.30605/teknika.v8i1.239](https://doi.org/10.30605/teknika.v8i1.239)

Pengaruh Prinsip Shiddiq dan Amanah pada Usaha Layanan Internet di Kota Kendari

Sepreni Agni Wendi, Erwan Pranas

2021-2022

 PDF

DOI : [10.30605/teknika.v8i1.240](https://doi.org/10.30605/teknika.v8i1.240)

Analisis Sistem Pengendalian Intern Pengajuan Kredit Usaha Rakyat Pada Bank Cabang Koordinator Magelang

Anis Rizwanul Cahaya, Chaidi Semadi

2021-2022

 PDF

DOI : [10.30605/teknika.v8i1.241](https://doi.org/10.30605/teknika.v8i1.241)

Application of Risk Management to the Level of Financial Efficiency in BPO JAWA TENGAH

Zilvi Cahya Lubis, Gusenda Nur Mulya, Suryanto Suryantidjo

2021-2022

 PDF

DOI : [10.30605/teknika.v8i1.242](https://doi.org/10.30605/teknika.v8i1.242)

Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Suzuki Satria F100 (Survei pada Komunitas Suzuki Satria F100 Indonesia)

Zedra Jajang Soeyama, Tri Tri Andriani, Ingihra Alifabta, Devi Isman, Fatmah Azahra

2021-2022

 PDF

DOI : [10.30605/teknika.v8i1.243](https://doi.org/10.30605/teknika.v8i1.243)

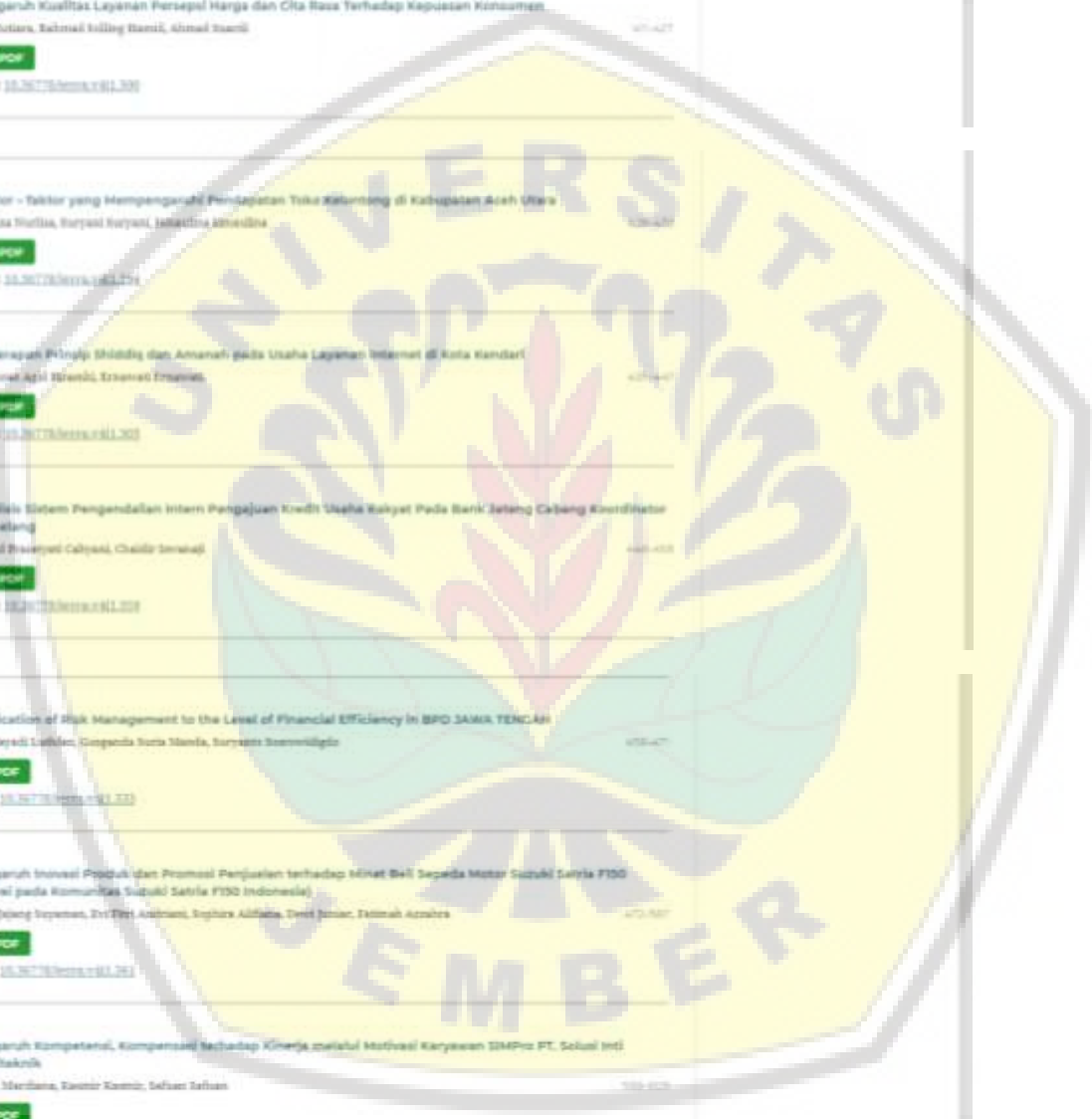
Pengaruh Kompetensi, Kompetensi terhadap Kinerja melalui Motivasi Karyawan SIMPro PT. Solusi Inti Multiteknik

Indah Mardiana, Damar Kusin, Sefar Sefar

2021-2022

 PDF

DOI : [10.30605/teknika.v8i1.244](https://doi.org/10.30605/teknika.v8i1.244)



Return Saham, Faktor Fundamental, Dan Risiko Sistematis Pada Perusahaan Konstruksi Dan Infrastruktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019

Muhammad Ahsan AZALI, Samet Karyono

415-419



DOI : [10.30605/jurnal.v4i1.242](https://doi.org/10.30605/jurnal.v4i1.242)

Analisis Pengaruh Perilaku Disiplin, Perilaku Preventif terhadap Kinerja Pegawai

Yuhan Arsyandani, Zulfeidi Lathif A. Lopa

420-428



DOI : [10.30605/jurnal.v4i1.243](https://doi.org/10.30605/jurnal.v4i1.243)

Caya Kepemimpinan Demokratis dan Pemberian Insentif untuk Meningkatkan Motivasi Pegawai pada Kantor Setda Kabupaten Jember

Rogeng Sunisono, Suparno Suparno, Sukardi Sukardi

429-440



DOI : [10.30605/jurnal.v4i1.244](https://doi.org/10.30605/jurnal.v4i1.244)

Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kedaluwarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul

Ahmad Ulil Abshar Al Umam, Mubandari Dauliy, Lutfi Mustofa, Dany Fitriani, Alha Mubakhol Jannah, Yumta Yenna Antara

441-447



DOI : [10.30605/jurnal.v4i1.245](https://doi.org/10.30605/jurnal.v4i1.245)

The Label Ber Saham, Basis Nilaiyang, Pengembalian Aset dan Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan Wholesale

Dina Elva, Manda Sinta, Tina Yenni L, Cherris Helmi

448-455



DOI : [10.30605/jurnal.v4i1.246](https://doi.org/10.30605/jurnal.v4i1.246)

Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Rizki Nur Laila Khalid

456-463



DOI : [10.30605/jurnal.v4i1.247](https://doi.org/10.30605/jurnal.v4i1.247)

[VIEW ALL ISSUES >](#)

Platform &
workflow by
OJS / PKP

DEWAN REDAKSI
JESYA (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)

DEWAN REDAKSI

PENANGGUNG JAWAB

Drs. H. Zuberuddin Siregar, MM
STIE Al Washliyah Sibolga
[Google Scholar](#)

PEMERIKSA REDAKSI


Drs. H. Kaharuddin, SE, MA, MM
Kema LPPM STIE Al Washliyah Sibolga

REDAKSI AJILI

Safriadi Pohan, SE, MM
STIE Al Washliyah Sibolga

Muhammad Khoiruddin Darshap, ST, M, Kom
Politeknik Ganesha Medan
[Google Scholar](#)

Scopus ID : 22021527022



- E SERTIFIKAT AKREDITASI
- KONTAK
- DEWAN EDITOR
- MITRA KERJASAMA
- RUANG LINGKUP
- PROSES PEER REVIEW
- ETIKA PUBLIKASI
- KERJASAMA OPEN ACCESS
- KERJASAMA PLAGIARISIM
- PETUNJUK PENULISAN
- GOOGLE SCHOLAR

EDITOR

Nuzri Khairina, S. Kom, M, Kom
Universitas Medan Arah

Ir. Fuhrini, MM
Institut Teknologi Medan



TEMPLATE

Visitors

17,401	45
1,476	43
104	32
77	31
46	30

177 FLAG Comment

Visitor Counter

CITATION ANALYTICS

 Dimensions

 Google Scholar

Determinan Preferensi Konsumen Memilih Hotel Syariah di Kabupaten Jember

Duwi Yunitasari

Universitas Jember

duwiyunita.feb@unej.ac.id

Ines Cynthia Thresia Riswanda

Universitas Jember

ines2301@gmail.com

Nanik Istiyani

Universitas Jember

istiyanife@gmail.com

Abstrak

Hotel syariah merupakan hotel yang memperhatikan nilai moralitas, adat, dan nilai agama. Hotel syariah memiliki prospek besar untuk dikembangkan karena adanya revolusi halal yang menciptakan kesadaran tinggi bagi konsumen agar lebih memperhatikan tuntutan Agama Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui determinan preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember dan pengaruh variabel pengetahuan tentang hotel syariah, produk, tarif, lokasi, serta aksesibilitas terhadap preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember. Data penelitian ini menggunakan data persepsi responden dan jumlah tamu menginap di hotel syariah maupun konvensional Kabupaten Jember tahun 2019. Penelitian ini dianalisis menggunakan regresi logistik yang diolah dengan SPSS 25. Sebelum melakukan analisis regresi logistik, data ordinal yang diperoleh dari responden akan diubah menjadi data interval menggunakan *Method of Successive Interval*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel yang merupakan determinan preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember yaitu variabel produk, lokasi, dan aksesibilitas. Variabel produk memiliki pengaruh secara positif terhadap preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember sebesar 51,7%. Variabel lokasi memiliki pengaruh secara positif terhadap preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember sebesar 22,4%. Variabel aksesibilitas memiliki pengaruh secara positif terhadap preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember sebesar 35,8%. Sedangkan variabel pengetahuan tentang hotel syariah dan tarif tidak memengaruhi preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember.

Kata Kunci

Hotel Syariah, Preferensi Konsumen, Pariwisata

I. PENDAHULUAN

Jember memiliki 65 objek wisata yang seringkali dilirik para wisatawan domestik maupun mancanegara. Kabupaten Jember semakin dikenal masyarakat dunia sejak

didirikannya JFC atau Jember Fashion Carnaval oleh Dynand Fariz. JFC adalah agenda tahunan Kota Jember yang menempati posisi ketiga karnaval level dunia. JFC juga ditetapkan sebagai sepuluh acara unggulan pariwisata dalam Calendar of Events Wonderful Indonesia 2019 oleh Kementerian Pariwisata. Adanya objek wisata dan pagelaran budaya ini mampu meningkatkan jumlah wisatawan di Kabupaten Jember setiap tahunnya yang ditunjukkan pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Jember 2014-2018

No	Jenis Wisatawan	Jumlah Kunjungan (Jiwa)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Wisatawan Mancanegara	2.672	3.017	3.136	3.178	3.058
2	Wisatawan Nusantara	917.528	1.052.777	1.439.339	1.456.229	1.460.019
	Total	920.200	1.055.794	1.442.475	1.459.407	1.463.077

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember, 2019

Peningkatan jumlah wisatawan di Kabupaten Jember ini menunjukkan adanya peningkatan permintaan pariwisata. Peningkatan permintaan pariwisata di Kabupaten Jember, menarik para pengusaha untuk berlomba-lomba meningkatkan penawaran produk industri pariwisata, salah satunya yaitu industri perhotelan. Pada umumnya, tujuan utama bisnis perhotelan adalah untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Cukup banyak hotel yang seringkali mengabaikan moralitas, adat, dan nilai agama. Hotel syariah menjadi salah satu pilihan untuk menghindari hal tersebut.

Hotel syariah dianggap memiliki prospek besar untuk dikembangkan. Menurut Saleh et al. (Janitra, 2017), terdapat beberapa faktor yang mendukung perkembangan hotel syariah yaitu 1) daya tarik berbelanja yang tinggi oleh wisatawan Timur Tengah; 2) peraturan keamanan yang ketat dan sulitnya persetujuan visa di negara-negara barat yang menggeser para wisatawan Timur Tengah untuk melakukan wisata ke Timur; 3) revolusi halal yang menciptakan kesadaran tinggi di kalangan para wisatawan muslim karena berkaitan dengan tuntutan agama Islam; 4) pertumbuhan perbankan Islam dan *multifinance* mendorong minat investor untuk melakukan investasi di bidang produk dan jasa halal yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti hotel syariah.

Saat ini, pengembangan pariwisata di Jember mulai difokuskan pada wisata edukasi dan religi. Pengembangan pariwisata religi dan banyaknya wisatawan muslim tentunya menjadi potensi yang besar bagi para pengusaha hotel syariah. Hotel syariah juga dianggap cocok dikembangkan di Kabupaten Jember karena mayoritas penduduk Jember menganut agama Islam. Namun potensi yang besar ini rupanya masih belum dikembangkan secara optimal. Hal ini terlihat dari jumlah hotel atau akomodasi syariah di Kabupaten Jember yang jauh lebih sedikit dibanding hotel konvensional. Untuk mendorong peningkatan populasi hotel syariah di Kabupaten Jember, sangat diperlukan perhatian terhadap preferensi konsumen. Dengan memperhatikan preferensi konsumen terhadap hotel syariah, pengusaha dapat menyesuaikan sarana dan prasarana yang diinginkan konsumen sehingga hotel syariah mampu berkembang dan bersaing dengan hotel konvensional.

Terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai variabel pengaruh preferensi konsumen memilih hotel syariah seperti penelitian (Widyarini & Kartini, 2014). Dari hasil penelitian tersebut dinyatakan bahwa variabel produk, tarif, dan proses tidak

berpengaruh terhadap keputusan tamu untuk menginap di hotel syariah. Sedangkan iklan, lokasi, pelayanan, dan sarana fisik berpengaruh terhadap keputusan tamu menginap di hotel syariah.

Menurut penelitian (Rahardi & Wiliasih, 2016), terdapat tujuh variabel signifikan yang mempengaruhi preferensi konsumen yaitu pengetahuan, citra hotel, layanan pelanggan, lokasi, proses, fasilitas, dan religiusitas. Variabel pengetahuan, citra hotel, lokasi, proses, dan fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap preferensi konsumen memilih hotel syariah. Variabel layanan pelanggan dan religiusitas berpengaruh negatif terhadap preferensi konsumen dalam memilih hotel syariah. Variabel dengan peluang terbesar adalah variabel lokasi.

Penelitian yang dilakukan (Saleh, 2017) pada skripsinya yang berjudul “*Willingness to Pay* (WTP) dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Konsumen dalam Memilih Hotel Syariah di Kota Bandung”, menyatakan bahwa variabel citra hotel, fasilitas, religiusitas, dummy jenis kelamin, dummy persepsi, dan *Willingness to Pay* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan konsumen memilih hotel syariah.

Menurut (Huda, Zulihar, & Rini, 2019) faktor yang memengaruhi persepsi responden dalam memilih hotel syariah berdasarkan hasil analisis regresi logistik adalah citra hotel. Semakin tinggi dan baik citra hotel syariah, maka akan semakin banyak orang memilih untuk menginap di hotel syariah.

Penelitian (Kara, Parmitasari, Alwi, & Risna, 2019) menyatakan bahwa produk, tarif, proses, dan sarana fisik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap di hotel syariah, sedangkan variabel promosi, lokasi, dan orang/karyawan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan tamu menginap di hotel syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Essa, Rahmi, & Riani, 2019) menyatakan bahwa terdapat empat faktor yang memengaruhi preferensi wisatawan memilih hotel syariah yaitu religiusitas, lokasi, harga, dan produk.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengetahui (1) determinan preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember dan (2) pengaruh pengetahuan tentang hotel syariah, produk, tarif, lokasi, dan aksesibilitas terhadap preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember.

II. LANDASAN TEORI

1. Teori Permintaan

Permintaan atas barang dan jasa didasarkan pada kebutuhan seorang konsumen. Permintaan merupakan keinginan akan produk yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan konsumen untuk memperoleh suatu barang atau jasa (Sangadji & Sopiah, 2013). Teori permintaan menjelaskan permintaan para pembeli terhadap suatu barang, yang mana berkaitan erat dengan harga dan barang yang diminta masyarakat. Hukum permintaan menyatakan bahwa jika harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta konsumen akan menurun, *ceteris paribus*. Menurut (Sukirno, 2001), terdapat beberapa faktor penting yang memengaruhi permintaan seseorang yaitu:

- a. Harga barang itu sendiri;
- b. Harga barang lain yang sejenis atau berkaitan erat dengan barang tersebut;
- c. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat;
- d. Corak distribusi pendapatan masyarakat;
- e. Selera masyarakat;
- f. Jumlah penduduk;

g. Ramalan di masa mendatang.

2. Permintaan Jasa Pariwisata

Matheieson dan Wall (Payangan, 2013) menjelaskan bahwa permintaan pariwisata merupakan sejumlah orang yang menginginkan suatu perjalanan dengan menggunakan fasilitas dan pelayanan pada tempat-tempat di daerah tujuan pariwisata. Seseorang memiliki keinginan untuk melakukan wisata karena adanya pengaruh dari faktor-faktor yang menjadi daya tarik yang membuat seseorang rela menghabiskan dana yang cukup besar (Puspitasari, Saleh, & Yunitasari, 2018). Menurut Yoeti (Payangan, 2013), faktor penentu permintaan jasa pariwisata adalah sebagai berikut:

- a) *General Demand Factors*, yang meliputi daya beli, struktur demografi dan *trend*, sosial dan budaya, sikap dan motivasi perjalanan, serta peluang dan intensitas pemasaran pariwisata;
- b) *Determining specific demand factors*, yang meliputi harga, daya tarik wisata, aksesibilitas, informasi, dan citra daerah.

3. Teori Lokasi (August Losch)

Teori lokasi August Losch (Sjafrizal, 2018) mendasarkan analisisnya pada pemilihan lokasi kegiatan ekonomi pada luas pasar terbesar yang dapat dikuasai. Luas pasar ini dimulai dari lokasi perusahaan hingga menuju lokasi konsumen. Semakin besar pasar yang dikuasai maka akan semakin besar pula keuntungan yang didapatkan. Begitu pula sebaliknya, semakin kecil pasar yang dikuasai maka akan semakin kecil pula keuntungan yang didapatkan.

4. Teori Perilaku Konsumen

(Khusaini, 2013) menyatakan bahwa terdapat beberapa asumsi mengenai teori perilaku konsumsi yaitu:

- a. Barang yang digunakan dalam teori perilaku konsumsi hanyalah barang yang memiliki manfaat semakin besar.
- b. Utilitas atau manfaat yang diperoleh ketika mengonsumsi suatu barang.
- c. Hukum pertambahan manfaat yang semakin menurun (*the law of diminishing marginal utility*) yang menyatakan bahwa suatu barang akan memiliki nilai kepuasan yang semakin kecil jika jumlah konsumsinya semakin banyak.
- d. Kemampuan konsumen untuk menentukan prioritas suatu barang yang diinginkan.
- e. Konsumen memiliki pengetahuan untuk menentukan keputusan konsumsinya.

Pada kenyataannya, manusia akan dihadapkan pada beberapa pilihan untuk memenuhi kebutuhannya. Pilihan-pilihan ini terpaksa dilakukan karena kebutuhan manusia tidak terbatas, sedangkan alat untuk memenuhi kebutuhan tersebut sangat terbatas (Sangadji & Sopiah, 2013). Terdapat empat macam perspektif dari model manusia dalam mengambil keputusan menurut (Dwiastuti, Shinta, & Isaskar, 2012), yaitu:

- a. Manusia ekonomi yang melakukan keputusan secara rasional dengan cara mengambil keputusan berdasarkan harga, jumlah barang, utilitas marginal, dan kepuasan.
- b. Manusia pasif yang mementingkan diri sendiri dan menerima segala promosi yang ditawarkan di pasar.
- c. Manusia kognitif yang mencari dan mengevaluasi terlebih dahulu mengenai merk produk atau jasa.

- d. Manusia emosional yang menggunakan emosinya untuk memilih suatu produk atau jasa.

5. Hotel Syariah

Menurut (Janitra, 2017), hotel syariah merupakan hotel atau akomodasi penyedia jasa pelayanan, penginapan, makanan dan minuman, serta jasa lain bagi umum yang dikelola secara komersial dan memenuhi ketentuan pemerintah, industri, dan syariah. Hotel syariah harus sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional. Rezeki (Fadhli, 2018) menyimpulkan bahwa standar atau kriteria hotel syariah sebagai berikut:

- Segala fasilitas yang dimiliki hotel syariah harus memiliki manfaat bagi tamu dan tidak mengakibatkan kerusakan, kemungkar, maupun eksploitasi wanita;
- Dilakukan seleksi pada tamu yang akan *check-in*;
- Terbuka bagi siapa saja yang tidak merupakan penganjur kerusakan, kemungkar, permusuhan, dan sejenisnya;
- Makanan dan minuman yang disediakan harus terjamin kehalalannya;
- Dekorasi yang digunakan harus sesuai dengan keindahan dalam Islam dan tidak bertentangan dengan syariah;
- Operasional yang mencakup kebijakan, pengelola SDM, dan keuangan harus sesuai dengan syariat Islam;
- Jalannya operasional hotel diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah;
- Pelayanan hotel syariah harus sesuai dengan kaidah dan batasan Islam.

III. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanatori yang bertujuan untuk mengetahui determinan preferensi konsumen memilih hotel syariah dan pengaruh masing-masing variabel terhadap preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember.

2. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di hotel syariah maupun konvensional di Kabupaten Jember pada tahun 2019 yaitu sebesar 513.571 orang yang terdiri dari 506.016 pengunjung hotel konvensional dan 7.555 pengunjung hotel syariah. Sampel diperoleh menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+d^2} \quad (1)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal yang diperlukan

N = Jumlah populasi

d = alpha 0,1

Berdasarkan rumus tersebut, $n = \frac{513571}{1+0,1^2} = 98,826$. Sehingga sampel minimum dalam penelitian ini adalah sebesar 99 responden.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui hasil wawancara dan pengisian kuesioner yang dibagikan secara langsung maupun tidak langsung (online) kepada responden. Data sekunder

diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember, buku, jurnal, skripsi, website, dan referensi lain yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

4. Metode Analisis Data

Penelitian ini dianalisis menggunakan analisis regresi logistik (LOGIT). Data diolah menggunakan Microsoft Excel 2013 dan SPSS 25. Sebelum melakukan analisis regresi logistik, data akan diubah menjadi data interval menggunakan *Method of Successive Interval* dan dilakukan beberapa uji yang meliputi uji validitas dan uji realibilitas. Menurut (Ghozali, 2016), model regresi logistik variabel k menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$\ln [\text{odds} (S|X_1, X_2, \dots, X_k)] = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k \quad (2)$$

Dimana β_0 = koefisien konstanta,

β_1 = koefien variabel X1

β_k = koefisien variabel Xk

IV. HASIL PENELITIAN

1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, diketahui jumlah N sebesar 110 responden dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% ($\alpha = 5\%$) sehingga diperoleh jumlah $r_{\text{tabel}} = 0,1874$. Uji validitas setiap variabel akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengetahuan Tentang Hotel Syariah (X1)

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel X1

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,747	0.1874	Valid
X1.2	0,769	0.1874	Valid
X1.3	0,675	0.1874	Valid
X1.4	0,714	0.1874	Valid
X1.5	0,692	0.1874	Valid

Pertanyaan yang berkaitan dengan variabel pengetahuan tentang hotel syariah (X1) terdiri dari 5 butir pertanyaan. Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan pada tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa 5 butir pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid karena $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.

b. Produk (X2)

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel X2

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,581	0.1874	Valid
X2.2	0,770	0.1874	Valid
X2.3	0,785	0.1874	Valid
X2.4	0,666	0.1874	Valid
X2.5	0,694	0.1874	Valid

Pertanyaan yang berkaitan dengan variabel produk (X2) terdiri dari 5 butir soal. Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan pada tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa 5 butir pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid karena $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.

c. Tarif (X3)

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas X3

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,765	0.1874	Valid
X3.2	0,698	0.1874	Valid
X3.3	0,826	0.1874	Valid
X3.4	0,767	0.1874	Valid
X3.5	0,756	0.1874	Valid

Pertanyaan yang berkaitan dengan variabel tarif (X4) terdiri dari 5 butir pertanyaan. Berdasarkan hasil uji validitas variabel tarif yang disajikan pada tabel 4.3, 5 butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

d. Lokasi (X4)

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel X4

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X4.1	0,774	0.1874	Valid
X4.2	0,694	0.1874	Valid
X4.3	0,730	0.1874	Valid
X4.4	0,736	0.1874	Valid
X4.5	0,828	0.1874	Valid

Pertanyaan yang berkaitan dengan variabel lokasi (X4) terdiri dari 5 butir pertanyaan. Berdasarkan hasil uji validitas variabel lokasi yang disajikan pada tabel 4.4, 5 butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

e. Aksesibilitas (X5)

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel X5

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X5.1	0,768	0.1874	Valid
X5.2	0,687	0.1874	Valid
X5.3	0,708	0.1874	Valid
X5.4	0,775	0.1874	Valid
X5.5	0,699	0.1874	Valid

Pada kuesioner yang diberikan kepada responden, terdapat 5 butir pertanyaan yang berkaitan dengan variabel aksesibilitas. Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan pada tabel 4.5, 5 butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Realibilitas

4.6 Hasil Uji Realibilitas Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Cronbach Alpha	Cut of Value	Keterangan
Pengetahuan tentang hotel syariah	0,767	0,70	Realibel
Produk	0,737	0,70	Realibel
Tarif	0,821	0,70	Reliabel
Lokasi	0,807	0,70	Realibel
Aksesibilitas	0,777	0,70	Realibel

Berdasarkan tabel 4.6, ditunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian ini memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,70. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 5 variabel yang digunakan dalam penelitian ini bersifat reliabel.

3. Analisis Regresi Logistik

Analisis logistik dilakukan untuk mengetahui beberapa variabel yang diduga merupakan preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi pengetahuan tentang hotel syariah, produk, tarif, lokasi, dan aksesibilitas. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini akan dilihat dari dua kemungkinan yaitu responden yang lebih memilih untuk menginap di hotel syariah ($Y=1$) dan responden yang tidak memilih untuk menginap di hotel syariah atau lebih memilih hotel konvensional ($Y=0$). Pengujian ini menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% ($\alpha = 5\%$). Tahap pertama yang dilakukan dalam analisis logistik adalah menilai *Overall Model Fit*. *Overall Model Fit* dapat dilihat dari nilai -2LogL yang disajikan pada tabel 4.7

Tabel 4.7 Hasil Uji Keseluruhan Model

No	-2LogL	Nilai
1	Awal	152,456
2	Akhir	100,866

Sumber : Hasil olahan SPSS 25, 2020

Berdasarkan tabel 4.7, nilai -2LogL tanpa variabel atau hanya konstanta saja sebesar 152,456. Sedangkan setelah dimasukkan lima variabel baru, terjadi penurunan nilai -2LogL menjadi 100,866. Selisih nilai kedua -2LogL sebesar 51,59 dengan df 5 (109-104) dan angka ini signifikan secara statistik karena nilainya lebih besar dari tabel (51,59 > 11,0705) sehingga variabel independen dalam penelitian ini memperbaiki model fit.

Tabel 4.8 Hasil Uji Pengaruh Simultan (*Omnibus Test*)

		Chi-square	Df	Sig.
Step 1	Step	51,590	5	,000
	Block	51,590	5	,000
	Model	51,590	5	,000

Sumber : Hasil olahan SPSS 25, 2020

Berdasarkan tabel 4.8, ditunjukkan bahwa penelitian ini memiliki signifikansi nilai omnibus sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari taraf nyata yang digunakan yaitu 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa setidaknya terdapat 1 variabel independen yang berpengaruh nyata terhadap variabel dependen.

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	100,866 ^a	,374	,499

Sumber : Hasil olahan SPSS 25, 2020

Pada tabel 4.9, ditunjukkan bahwa Cox & Snell R Square memiliki nilai sebesar 0,374 dan Nagelkerke R Square memiliki nilai sebesar 0,499 yang berarti bahwa variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 49,9%, sedangkan 50,1% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Tabel 4.10 Hasil Uji Kecocokan Model (*Hosmer Lemeshow Test*)

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	4,987	8	,759

Sumber : Hasil olahan SPSS 25, 2020

Berdasarkan tabel 4.10, dapat dilihat bahwa hosmer lemeshow test memiliki nilai sebesar 4,987 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,759 yang nilainya jauh di atas taraf nyata 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini sesuai dan layak untuk dianalisis.

Tabel 4.11 Hasil Uji Tabel Klasifikasi

	Observed	Predicted		Percentage Correct	
		Y			
		tidak memilih hotel syariah	memilih hotel syariah		
Step 1	Y	tidak memilih hotel syariah	40	14	74,1
		memilih hotel syariah	9	47	83,9
Overall Percentage					79,1

Sumber : Hasil olahan SPSS 25, 2020

Berdasarkan tabel 4.11, ditunjukkan bahwa pada kolom prediksi konsumen yang tidak memilih hotel syariah sebesar 54 responden, namun pada hasil observasi hanya sebesar 40 responden sehingga dapat disimpulkan bahwa ketepatan klasifikasinya sebesar 74,1% (40/54). Sedangkan pada kolom prediksi konsumen yang memilih hotel syariah jumlahnya sebesar 56 responden, namun pada hasil observasinya hanya sebesar 47 responden sehingga dapat disimpulkan bahwa ketepatan klasifikasinya sebesar 83,6% (47/56). Dengan demikian, ketepatan klasifikasi secara keseluruhan model sebesar 79,1%.

Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Regresi

		B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	X1_pengetahuan	-,023	,082	,079	1	,779	,977
	X2_produk	,517	,121	18,187	1	,000	1,676
	X3_tarif	,031	,081	,148	1	,700	1,032
	X4_lokasi	,224	,091	6,083	1	,014	1,251
	X5_aksesibilitas	,358	,104	11,941	1	,001	1,430
	Constant	-18,351	4,190	19,183	1	,000	,000

Sumber : Hasil olahan SPSS 25, 2020

Berdasarkan tabel 4.12, dapat dilihat bahwa terdapat beberapa variabel independen yang menjadi preferensi konsumen memilih hotel syariah yaitu produk, lokasi, dan aksesibilitas. Taraf nyata dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05. Variabel produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Variabel lokasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,009 < 0,05. Variabel aksesibilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Dengan hasil tersebut, persamaan regresi yang dibentuk adalah sebagai berikut:

$$\ln \frac{p}{1-p} = -18,351 + (-0,023X_1) + 0,517X_2 + 0,031X_3 + 0,224X_4 + 0,358X_5$$

Atau jika dijabarkan menjadi:

$$\ln \frac{p}{1-p} = -18,351 + (-0,023 \text{ Pengetahuan}) + 0,517 \text{ Produk} + 0,031 \text{ Tarif} + 0,224 \text{ Lokasi} + 0,358 \text{ Aksesibilitas}$$

4. Pembahasan

Model $Ln \frac{p}{1-p} = -18,351 + (-0,023X_1) + 0,517X_2 + 0,031X_3 + 0,224X_4 + 0,358X_5$ dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan tentang hotel syariah (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,779. Variabel ini tidak memengaruhi preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember pada taraf nyata 0,05. Terdapat dua hal yang menyebabkan pengetahuan tidak memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih hotel syariah di Kabupaten Jember yaitu responden didominasi oleh pelajar/mahasiswa yang rata-rata menginap seorang diri sehingga kurang memedulikan peraturan yang diterapkan di hotel syariah dan adanya rasionalitas terbatas yang dimiliki responden. Penelitian ini sesuai dengan penelitian (Huda, Zulihar, & Rini, 2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen memilih hotel syariah.
2. Variabel produk (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Variabel ini secara signifikan memengaruhi preferensi konsumen untuk memilih hotel syariah di Kabupaten Jember pada taraf nyata 0,05. Nilai koefisien regresi variabel produk sebesar 0,517 dan bernilai positif. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel produk berpengaruh secara positif terhadap preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember sebesar 51,7%. Variabel produk memiliki nilai persentase tertinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel produk merupakan faktor utama yang memengaruhi preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember. Menurut Kotler dan Armstrong (Oktavenia & Ardani, 2019), kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Pernyataan tersebut didukung oleh (Essa, Rahmi, & Riani, 2019) yang menyatakan bahwa variabel produk menentukan preferensi konsumen memilih hotel syariah, penelitian (Kara, Parmitasari, Alwi, & Risna, 2019) yang menyatakan bahwa produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap pada Hotel Al Badar Syariah Makassar, serta penelitian (Pratiwi & Latif, 2020) yang berpendapat bahwa produk hotel syariah memengaruhi minat menginap kembali di hotel syariah.
3. Variabel tarif (X_3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,700. Variabel ini tidak memengaruhi preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember pada taraf nyata 0,05. Hal ini disebabkan oleh dua hal yaitu: (1) Seluruh hotel syariah di Kabupaten Jember merupakan hotel non bintang yang mana memiliki tarif atau harga yang relatif sama; (2) responden lebih melihat pada lokasi yang lebih dekat dengan tempat tujuan; dan (3) responden tidak mempermasalahkan tarif yang ditawarkan oleh hotel syariah karena merasa lebih aman jika menginap di hotel syariah. Penelitian ini sesuai dengan (Widyarini & Kartini, 2014) yang menjelaskan bahwa tamu hotel dalam menggunakan layanan Namira Hotel Syariah tidak dipengaruhi oleh tarif. (Huda, Zulihar, & Rini, 2019) yang menyatakan bahwa tarif atau harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen memilih hotel syariah.
4. Variabel lokasi (X_4) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,014. Variabel ini secara signifikan memengaruhi preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember pada taraf nyata 0,05. Koefisien pada variabel lokasi sebesar 0,224 dan bernilai positif sehingga dapat diartikan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara positif terhadap preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember sebesar 22,4%. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Essa, Rahmi, & Riani, 2019) yang menyatakan bahwa lokasi menjadi salah satu faktor penentu preferensi konsumen

memilih hotel syariah. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Pratiwi & Latif, 2020), serta (Widyarini & Kartini, 2014) juga menyatakan bahwa variabel lokasi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih hotel syariah.

5. Variabel aksesibilitas (X5) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001. Variabel ini secara signifikan memengaruhi preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember pada taraf nyata sebesar 0,05. Koefisien variabel aksesibilitas sebesar 0,358 dan bernilai positif sehingga dapat diartikan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh secara positif terhadap preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember sebesar 35,8%. Penelitian ini sesuai dengan (Payangan, 2013), yang menyatakan bahwa aksesibilitas sangat memengaruhi permintaan jasa pariwisata.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan lima variabel yang dianalisis, terdapat tiga variabel yang merupakan determinan preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember yaitu produk, lokasi, dan aksesibilitas. Variabel produk, lokasi, dan aksesibilitas berpengaruh secara positif terhadap preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember. Sedangkan variabel pengetahuan tentang hotel syariah dan tarif tidak memengaruhi preferensi konsumen memilih hotel syariah di Kabupaten Jember.

2. Saran

Berdasarkan penelitian di atas, saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Perlunya promosi dan peningkatan kualitas hotel syariah agar mampu bersaing dengan hotel konvensional.
2. Mengingat adanya keterbatasan pada penelitian ini karena sulitnya menjangkau responden, diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menjangkau responden lebih luas dan menambah variabel lain untuk memperkuat penelitiannya sehingga dapat memberikan hasil yang lebih maksimal.
3. Diharapkan pemerintah dapat memberikan dorongan terhadap perkembangan bisnis hotel syariah di Indonesia, khususnya di Kabupaten Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press. Retrieved from <http://shinta.lecture.ub.ac.id/files/2012/10/PERILAKU-KONSUMEN.pdf>
- Essa, S. P., Rahmi, D., & Riani, W. (2019). Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Wisatawan dalam Memilih Hotel Syariah di Bandung. *Prosiding Ilmu Ekonomi*, 5(1), 24-30. doi:<http://dx.doi.org/10.29313/v0i0.15032>
- Fadhli, A. (2018). *Manajemen Hotel Syariah*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huda, N., Zulihar, & Rini, N. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Memilih Hotel Syariah. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 2(4), 490-511. doi:10.24034/j25485024.y2018.v2.i4.4033
- Janitra, M. R. (2017). *Hotel Syariah Konsep dan Penerapan*. Depok: PT. RajaGrafindo.

- Kara, M., Parmitasari, R. D., Alwi, Z., & Risna. (2019). Bauran Pemasaran Jasa dan Tingkat Hunian Pada Hotel Al-Badar Syariah. *Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 53-72. doi:<https://doi.org/10.24252/lamaisyir.v6i1.9412>
- Khusaini, M. (2013). *Ekonomi Mikro Dasar-Dasar Teori*. Malang: UB Press.
- Oktavenia, K. A., & Ardani, I. G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediiasi. *E-Jurnal Manajemen*, 8(3), 1374-1400. doi:<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i3.p8>
- Payangan, O. R. (2013). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bogor: IPB Press.
- Pratiwi, R., & Latif, M. I. (2020). Sharia Marketing Mix Terhadap Minat Menginap Kembali di Hotel Grasia Semarang. *Magisma*, VIII(1), 27-33. doi:<https://doi.org/10.35829/magisma.v1i1.66>
- Puspitasari, I., Saleh, M., & Yunitasari, D. (2018). Analisis Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Batu Periode Tahun 2011-2015. *E-Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, V(1), 11-15. doi:<https://doi.org/10.19184/ejeba.v5i1.7720>
- Rahardi, N., & Wiliasih, R. (2016). 2016. *Jurnal Syarikah*, 2(1), 180-192. doi:<http://dx.doi.org/10.30997/jsei.v2i1.293>
- Saleh, S. S. (2017). *Willingness To Pay (WTP) dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah di Kota Bandung*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Sangadji, E. M., & Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sjafrizal. (2018). *Analisis Ekonomi Regional dan Penerapannya di Indonesia*. Depok: P.T. RajaGrafindo.
- Sukirno, S. (2001). *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Widyarini, & Kartini, F. (2014). Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah. *EKBISI*, IX(1), 83-94.