

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN (REVISI) UJIAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Konsep Bauran Pemasaran.....	8
2.1.2 Definisi Preferensi	9
2.1.3 Definisi Hotel Konvensional dan Syariah	11
2.1.4 Teori konsumsi dalam islam.....	17
2.1.5 Dasar Hukum	18
2.1.6 Penelitian Terdahulu	20
2.2 Kerangka Pemikiran	25
2.3 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Objek penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.3 Desain Penelitian.....	29

3.3.1	Operasionalisasi variabel	29
3.3.2	Populasi dan Sampel	30
3.3.3	Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.4	Analisi Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Gambaran umum responden	39
4.1.1	Analisis Deskriptif	39
4.2	Tanggapan Responden mengenai Faktor-faktor yang mempengaruhi	42
4.2.1	Tanggapan Responden mengenai Pengetahuan Pelanggan	42
4.2.2	Tanggapan Responden mengenai Citra Hotel.....	44
4.2.3	Tanggapan Responden mengenai Layanan pelanggan	45
4.2.4	Tanggapan Responden mengenai Lokasi.....	46
4.2.5	Tanggapan Responden mengenai Promosi	48
4.2.6	Tanggapan Responden mengenai Proses	49
4.2.7	Tanggapan Responden mengenai Harga	50
4.2.8	Tanggapan Responden mengenai Produk	52
4.2.9	Tanggapan Responden mengenai Fasilitas	53
4.2.10	Tanggapan Responden mengenai Religiusitas	54
4.3	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen muslim dalam memilih hotel syariah	56
4.3.1	Hasil analisis model CFA	56
4.3.2	<i>Goodness of Fit Statistics</i>	60
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		61
5.1	Simpulan	61
5.2	Implikasi dan Rekomendasi	62
DAFTAR PUSTAKA.....		63
LAMPIRAN.....		66