

No. Daftar FPEB: 314/UN40.A7.D1/PI/2020

**ANALISIS *CUSTOMER VALUE INDEX* DALAM MEMILIH
HOTEL SYARIAH DI KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Islam



Disusun oleh:

Rangga Adithya Nugraha 1605186

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2020**

ANALISIS *CUSTOMER VALUE INDEX* DALAM MEMILIH HOTEL SYARIAH DI KOTA BANDUNG

Oleh:

Rangga Adithya Nugraha

Sebuah Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi dan Keuangan Islam

© Rangga Adithya Nugraha 2020

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2020

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Analisis Customer Value Index dalam Memilih Hotel Syariah di Kota Bandung**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan

Rangga Adithya Nugraha
NIM. 1605186

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Analisis *Customer Value Index* dalam Memilih Hotel Syariah di Kota Bandung**
Penyusun : **Rangga Adithya Nugraha**
NIM : 1605186
Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

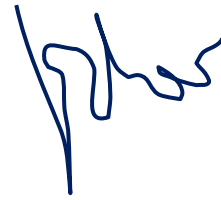
Bandung, Juli 2020

Dosen Pembimbing I,



Dr. Hilda Monoarfa, M.Si
NIP. 197110261997022001

Dosen Pembimbing II,



Fitranty Adirestuty, S.Pd., M.Si
NIP. 199003032018032001

Mengetahui:

Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam,




Dr. A. Jajang W. Mahri, M. Si

NIP. 196412031993021001

**LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN (REVISI)
UJIAN SKRIPSI**

Tanggal Ujian Skripsi : 18 Agustus 2020
Penyusun : Rangga Adithya Nugraha
NIM : 1605186
Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam
Judul Skripsi : **Analisis *Customer Value Index* dalam Memilih
Hotel Syariah di Kota Bandung**

Telah direvisi, disetujui oleh para penguji skripsi

No.	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1	Dr. Juliana, M.E.Sy.	
2	Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.	
3	Rida Rosida, B.Sc., M.Sc.	

Bandung, Agustus 2020

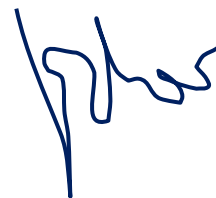
Dosen Pembimbing I,



Dr. Hilda Monoarfa, M.Si

NIP. 197110261997022001

Dosen Pembimbing II,



Fitranty Adirestuty, S.Pd., M.Si

NIP. 199003032018032001

Mengetahui:

Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam,

Dr. A. Jajang W. Mahri, M. Si

NIP. 196412031993021001

Rangga Adithya Nugraha (1605186). “ANALISIS *CUSTOMER VALUE INDEX* DALAM MEMILIH HOTEL SYARIAH DI KOTA BANDUNG”, di bawah bimbingan Dr. Hilda Monoarfa, M.Si, dan Fitrianty Adirestuty, S.Pd.,M.Si.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih hotel syariah yang berada di Kota Bandung dalam bentuk kombinasi atribut hotel syariah dan untuk mengetahui *value driver*, yaitu atribut yang paling diperhatikan konsumen dengan penghitungan *customer value index*. Adapun data penelitian ini diperoleh dari responden konsumen hotel yang berjumlah 204 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan analisis konjoin. Karakteristik dari konsumen hotel sebagian besar ada pada usia produktif. Hasil penelitian ini memperlihatkan tingkat preferensi konsumen dalam memilih hotel syariah pada proses pemilihan alternatif sebelum melakukan keputusan. Hasil *customer value index* memperlihatkan bahwa kartu profil tujuh menjadi kartu dengan kombinasi paling disukai oleh konsumen, yaitu hotel dengan operasional tidak menyediakan minuman beralkohol, pelayanan seluruh karyawan mengenakan pakaian yang menutup aurat, tidak ada fasilitas hiburan malam. Sementara kartu profil dua dengan kombinasi operasional memisahkan staf dan tamu sesuai jenis kelamin, pelayanan pengaturan waktu untuk penggunaan sarana kebugaran sesuai jenis kelamin, fasilitas yang terpisah antara tamu pria dan wanita, menjadi kartu yang paling tidak disukai. Sementara atribut desain dan interior dan finansial pada kedua kartu tersebut memiliki level yang sama, sehingga atribut tersebut diabaikan. *Value driver* pada penelitian ini adalah hotel yang tidak menyediakan minuman beralkohol dan hanya menyediakan makanan halal dari atribut operasional. Oleh karena itu, akan lebih baik bila para pelaku bisnis hotel syariah fokus kepada operasional hotel syariah yang lebih diperhatikan oleh konsumen yaitu menghadirkan hotel yang tidak menyediakan minuman beralkohol dan hanya menyediakan makanan halal.

Kata kunci: hotel syariah, *customer value index*, *value driver*

Rangga Adithya Nugraha (1605186). **“CUSTOMER VALUE INDEX ANALYSIS IN CHOOSING SHARIA HOTELS IN BANDUNG”**, under guidance of Dr. Hilda Monoarfa, M.Si, and Fitrianty Adirestuty, S.Pd.,M.Si.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine consumer preferences in choosing sharia hotels in the city of Bandung in the form of a combination of sharia hotel attributes. Also to find out the value driver, which is the attribute that most consumers pay attention to by calculating the customer value index. The research data were obtained from hotel consumer respondents, amounting to 204 people. The research method used is quantitative descriptive data analysis techniques using conjoint analysis. The characteristics of hotel consumers are mostly in the productive age. The results of this study show the level of consumer preferences in choosing Islamic hotels in the alternative selection process before making a decision. The customer value index results show that the seven profile cards are the cards with the most preferred combination by consumers, namely hotels with no alcoholic drinks operations, services for all employees wearing clothes that cover genitals, and no night entertainment facilities. While the two profile cards with an operational combination separate staff and guests according to sex, time management services for the use of fitness facilities according to sex, separate facilities between male and female guests, become the least preferred card. While the design and interior and financial attributes on both cards have the same level, so these attributes are ignored. Value drivers in this study are hotels that do not provide alcoholic drinks and only provide halal food from operational attributes.

Keywords: *customer value index, sharia hotel, value driver*

KATA PENGANTAR



Dengan mengucapkan puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT. Karena atas ridho dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan lancar. Skripsi ini disusun dengan judul “**Analisis *Customer value index* dalam Memilih Hotel Syariah di Kota Bandung**”.

Penyusunan ini tersaji dengan disertai bantuan dari berbagai pihak baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung dan tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu menyelesaikan pembuatan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan dapat dijadikan bahan koreksi untuk memperbaiki penyusunan skripsi berikut.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi kami dan umumnya bagi para pembaca.

Bandung, Juli 2020

Penulis

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah penulis memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan salah satu kewajiban sebagai mahasiswa adalah melaksanakan penulisan penelitian skripsi dengan baik dan tepat pada waktunya. Shalawat serta salam semoga terlimpah curahkan kepada baginda Nabi Muhammad ﷺ kepada keluarganya, sahabat - sahabatnya serta seluruh umat yang setia mengikutinya hingga akhir zaman.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah berkenan memberikan pengarahan, bantuan dan dukungan baik dukungan moril maupun materil. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu tercinta Yeni Rahmayani yang telah senan tiasa mendoakan, mendukung, memberikan motivasi, kasih sayang yang tiada habisnya, dukungan materil maupun non materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sarjana pada program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Ibu Dr. Hilda Monoarfa, M.Si. Dosen pembimbing I dalam menyusun skripsi yang telah menginspirasi penulis, serta mengarahkan, memfasilitasi kelancaran studi, membimbing dalam proses pembuatan skripsi juga memberikan semangat serta doa kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan dengan baik. Terima kasih pula atas kesediaan ibu karena selalu ada dan terbuka untuk bimbingan dengan jam yang tidak tentu di masa pandemi ini.
3. Ibu Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si. Dosen pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta arahan terbaiknya dalam kelancaran skripsi ini.
4. Bapak Dr. A. Jajang W. Mahri, M. Si. Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang mana telah memfasilitasi kelancaran studi, membina prodi dan memberikan pengalaman-pengalaman inspiratif yang bermanfaat bagi kehidupan penulis di masa yang akan datang.
5. Ibu Aneu Cakhyaneu, S.Pd., M.E.Sy selaku dosen pembimbing akademik yang dari awal perkuliahan telah sangat perhatian membimbing serta memberikan

arahan, dukungan, motivasi, dan semangat kepada penulis dalam menjalani perkuliahan di Prodi IEKI.

6. Dosen prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam, Bapak Firmansyah, S.Pd., Ibu Rida Rosida, B.Sc., M.Sc., Ibu Suci Apriliani Utami, S.Pd., M.E.Sy., Bapak Dr. Juliana, M.E.Sy, yang telah sabar mendidik serta memberikan ilmu dan nilai-nilai kehidupan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Ibu Dr. Aas Nurasyiah, M.Si dan Bapak Cecep yang sudah banyak mengorbankan tenaga, waktu, pikiran untuk membantu penulis tidak hanya ketika proses pembuatan skripsi namun juga selama masa perkuliahan.
8. Ibu Lela selaku Staff Administrasi Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah banyak membantu dalam hal membuat surat-surat izin penelitian dan mengurus keperluan sidang.
9. Ayah tercinta Yayan Supriana yang selalu mendoakan penulis walaupun jarang bertemu.
10. Kakak Tiara Priani Dewi dan Adik Najwa Mutiara Syihab yang selalu menemani dan menjadi teman berkelahi di rumah. Menjadi penyemangat yang juga mendoakan dan mendukung penulis.
11. Sahabat SMP Aldie Adrian yang sudah memberikan ide penelitian, saran, dan juga segala fasilitas dalam membuat skripsi ini. Juga Sahabat SMP lainnya Raka Gusnanda, Nadila Faradysa, Rachel Nurannisa, dan Agung Ariyanto yang selalu menemani dan menghibur penulis selama ini.
12. Teman seperjuangan semasa kuliah Angga Fauzan Nugraha, Yurdik Gema, Wafa Rizaldi, Fajar Setiawan, M Bugar, Dwi Zain, Rifqi Abdul Rofiq, Fariz Fayyadillah, dan Biagi yang telah menemani dan berjuang bersama, saling menghibur dari awal perkuliahan hingga akhir.
13. Teman-teman Bunderan Cibiru, Bayu Agung, Adi Arkiang, Habibi Burhanudin, Wisnu Mahardika, Giawan Anggi, Guzman Sige, Bintang Emon, dan Anyun Cadel yang selalu dapat diandalkan menjadi tempat untuk bercerita, menghibur dan juga membuka wawasan penulis dalam menghadapi kehidupan.
14. Komunitas tercinta Standup Indo Bandung yang sudah banyak memberikan bekal dan membentuk penulis menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari dan dari hampir segala aspek dalam kehidupan penulis.

15. Dinda Khoirunnisa Fitri, yang selalu sabar dan menemani penulis.
16. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan semangat, dukungan serta doanya untuk penyelesaian skripsi ini. Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan balasan dunia dan akhirat yang berlipat ganda atas amalan dan bantuan yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.3 Pertanyaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
2.1 Tinjauan Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Preferensi	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Nilai Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 <i>Customer Value Index</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Hotel Syariah	Error! Bookmark not defined.
2.1.6 Atribut Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.

2.3	Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
2.4	Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.4	Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
4.1	Gambaran Umum	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Gambaran Umum Hotel Syariah	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Gambaran Umum Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2	Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Hasil Nilai Kepentingan	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Hasil Nilai Kegunaan	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Uji Signifikansi dan <i>Predictive Accuracy</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3	<i>Customer Value Index</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	<i>Value Driver</i>	Error! Bookmark not defined.
4.4	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		Error! Bookmark not defined.

5.1	Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Implikasi.....	Error! Bookmark not defined.
5.2.1	Implikasi Teoretis.....	Error! Bookmark not defined.
5.2.2	Implikasi Empiris.....	Error! Bookmark not defined.
5.3	Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
	DAFTAR PUSTAKA	12
	LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Urutan Negara Anggota OKI Sebagai Negara Ramah Muslim **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1.2 Jumlah Wisatawan Mancanegara Kota Bandung Tahun 2017 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1.3 Penginapan Syariah di Kota Bandung ...**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1.4 Rasio Occupancy Narapati Indah.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1.5 Tingkat Hunian Kamar Daarul Jannah Cottage Syariah Tahun 2016**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2.1 Persyaratan Hotel Syariah**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2.2 Kriteria Hotel Syariah Hilal 1**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2.3 Kriteria Hotel Syariah Hilal 2**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.2 Atribut dan Level Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.3 Profil Kombinasi Atribut dan Taraf Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kota Domisili**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.3 Nilai Kegunaan Setiap Atribut.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.4 Hasil Uji Signifikansi.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.5 Kartu Profil dengan Nilai Customer Value Index Tertinggi..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.6 Kartu Profil dengan Nilai Customer Value Index Terendah **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persepsi Ketersediaan Hotel Syariah di Bandung **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.3 Proses Pengambilan Keputusan **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.4 Penentu-penentu Customer Value **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.5 Means and Chain **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.6 Kriteria Atribut Sharia Compliant Hotel **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3.1 Tahapan Analisis Conjoint **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F. Z., Ishak, N. K. & Bustamam, F. L., 2012. A Case Study of Small Budget Chalets at East Coast of Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, Issue 3, pp. 275-282.
- Abu Karim, M. . H., Ahmad, R. & Noor, A. Z., 2016. Islamic Hotel Cocept Attributes of Adya Hotel Langkawi: A Case Study. *Universiti Utara Malaysia*.
- Adirestuty, F., 2014. Customer Perceived Value in Creating Customer Satisfaction and Revisit Intention in Sharia Hotel. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*.
- Ahmad, S., 2014. Analisis Perbandingan Hotel dan Pariwisata Syariah dan Konvensional.
- Ahmat, N. H., Ridzuan, A. H. & Zahari, M. S., 2012. Dry Hotel and Syariah Compliant Practices: Concepts, Challenges and Reality in Malaysia. *International Conference on Innovation, Management and Technology Reaserch*.
- Ahmed, M. J., 2018. The Potential of Halal Tourism in Ethiopia: Opportunities, Challenges and Prospects.
- Arby, I., 2017. *Apa itu Wisata Syariah atau Halal Tourism?*. [Online] Available at: [http://muhammadzul.lecture.ub.ac.id/files/2017/02/10.Wisata Syariah Halal Tourism.pdf](http://muhammadzul.lecture.ub.ac.id/files/2017/02/10.Wisata%20Syariah%20Halal%20Tourism.pdf). [Accessed 2018].
- Arifah, I. N., 2016. *Bisnis Hotel Syariah Perlu Standarisasi*.
- Arikunto, 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asih, S. M., 2015. Marketing Strategy Implementation in Developing Sharia Tourism in Indonesia. p. 133.
- Badan Pusat Statistik, 2017. *Jumlah Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung Berdasarkan Asal Negara*. [Online] Available at:

<https://jabar.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3>

[Accessed 2018].

- Barnawi & Arifin, M., 2013. *Mengelola Sekolah Berbasis Entrepreneurship*. Yogyakarta: Ar Ruz Media.
- Battour, M., 2015. Halal Tourism: Concepts, Practices, Challenges and Future.
- Battour, M., Ismail, M. N. & Battor, M., 2011. The impact of destination attributes on Muslim tourist's choice. *International Journal of tourism research*.
- Besson, A., 2017. Everyday aesthetics on staycation as a pathway to restoration. *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 4(2), pp. 34-52.
- Best, R. J., 2012. *Market-based management : strategies for growing customer value and profitability*. New York: Pearson.
- Bon, M. & Hussain, M., 2010. Halal Food and Tourism: Prospects and Challenges. *Tourism in The Muslim World*.
- Caesari, S., Nugraha, H. S. & Prabawani, B., 2015. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen untuk Menginap di Hotel Puri Saron. *Diponegoro Journal of Social and Political Science*.
- Crescentrating, M., 2018. Global Muslim Travel Index 2017. *Mastercard & Crescentrating*.
- Dauda, S. Y. & Lee, J., 2016. Quality of service and customer satisfaction: a conjoint analysis for the Nigerian bank customers. *International Journal of Bank Marketing Vol. 34, Issue 6*, pp. 841-867.
- DetikFinance, 2014. *Ada 2 Jenis Hotel Syariah, Ini Bedanya*. [Online] Available at: <https://finance.detik.com/properti/d-2534624/ada-2-jenis-hotel-syariah-ini-dia-bedanya> [Accessed 2018].
- Duman, T., 2011. *Value of Islamic Tourism Offering: Perspectives from The Turkish Experience*. Kuala Lumpur: World Islamic Tourism Forum.
- El-Gohary, H., 2016. Halal tourism, is it really Halal?. Volume I, p. 125.
- Engel, J., Blackwell, R. & Miniard, P., 2006. *Consumer Behavior*. 10th ed. Orlando: The Dryden Press.

- Ferdinand, A., 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. 5th ed. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Francis, D. K. C., 2012. *Arsitektur, Bentuk, Ruang, dan Susunannya*. Jakarta: Erlangga.
- Gaffar, V., Setiyorini, H. & Othman, N. B., 2013. Tourism Stakeholders Analisis in the Implementation of Islamic Quality Standards (IQS) for Hotel in Indonesia and Malaysia. *UPI: Bandung*.
- Gena, D., 2019. Analisis Customer Value Index dalam Memilih Atribut Hotel di Kota Bandung. *Telkom University*.
- Ghazali, I., 2014. *Struktural Equation Modeling: Metode dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Globalreligiousfutures, 2019. s.l.: s.n.
- Gupta, P., 2016. Attribute Preferences of The Smartphones Amongst The Smartphone Consumers of Andhra Pradesh and Karnataka Using Choice Based Conjoint Analysis. *International Journal of Management dan Ilmu Sosial Penelitian*, 1(26).
- Gustiadik, A. M., 2019. Analisis Customer Value Index dalam Memilih Restoran di Indonesia. *Telkom University*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E., 2018. *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. 8th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc..
- Hawkins, D. I. & Mothersbaugh, D. L., 2016. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Irwin: McGraw-Hill.
- Henderson, J., 2010. Sharia-Compliant Hotel. *Tourism and Hospitality Research*.
- Huda, N., 2017. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Muslim Memilih Hotel Syariah. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*.
- Huwaida, H., Imelda, S. & Rofi'i, 2016. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Telepon Genggam. *Jurnal INTEKNA*, XVI(1), pp. 1-100 .
- Ibrahim, A. & Jamal, S. A., 2016. A Case Study of Local non-Muslim Guest Awareness Towards Syariah-compliance in Grand Blue Wave Hotel Shah Alam. *TEAM Journal of Hospitality and Tourism*, pp. 55-64.

- Indonesia, K. B. B., 2019. *KBBI Daring*. [Online] Available at: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/preferensi>
- Indrawati, 2015. *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*. Bandung: Refika Aditama.
- Islamic Tourism Centre-Malaysia, 2015.
- Juliana, 2017. *Syariahpreneur Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat*. Bandung: Corleone Books.
- Juliana, 2019. Customer Preferences in Selecting the Pawn Transaction in Pegadaian Syariah Padasuka. *KnE Social Sciences*, 3(13), pp. 231-241.
- Juliana, 2020. Muslimpreneur Intentions: Analysis of Family Background. *Jurnal Kajian Peradaban Islam*, 3(1), pp. 10-15.
- Kemenpar, 2014.). Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No 2 Tahun 2014. *Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah*, pp. 2-4.
- Khan, F. & Callanan, M., 2017. The “Halalification” of Tourism. *Journal of Islamic Marketing*, pp. 558-577.
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2018. *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*. [Online] Available at: https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-Masterplan%20Eksyar_Preview.pdf [Accessed 19 8 2020].
- Kotler, P. & Armstrong, G., 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2015. *Manajemen Pemasaran*. 13 ed. Jakarta: Erlangga.
- Kucukusta, D., 2017. Chinese Travelers' Preferences for Hotel Amenities. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(7).
- Logiawan, Y., 2014. Analisa Customer Value Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Volume 2.
- Maidi, 2016. Pengaruh Penerapan Etika-Etika Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen di Hotel Daarul Jannah Bandung. *Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati*.

- Martono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori & Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muhammad, 2017. Lembaga Perekonomian Islam Perspektif Hukum, Teori dan Aplikasi. p. 414.
- Mujib, A., 2016. Analisis terhadap Konsep Syariah pada Industri Perhotelan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, p. 432.
- Murphy, H. C. & Chen, M.-M., 2014. The Multiple Effects of Review Attributes on hotel choice decisions: a conjoint analysis study. *Presented ENTER 2014 Conference on Information and Communication Technologies in Tourism*.
- Nadhifa, B., 2019. Analisis Customer Value Index dalam Memilih Atribut Hotel di Kota Jakarta. *Telkom University*.
- Nawawi, 2015. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. 14th ed. Yogyakarta: UGM.
- Novarinda, W., 2017. Analisis Pelatihan dalam Upaya Mengoptimalkan Kinerja Karyawan pada Daarul Jannah Cottage Syariah. *Universitas Pasundan Bandung*.
- Pawlowska, A. & Matoga, L., 2016. Staycation as a way of spending free time by city dwellers: examples of tourism products created by Local Action Groups in Lesser Poland Voivodeship in response to a new trend in tourism. *Jagiellonian Univeristy Repository*, pp. 4-12.
- Peter, J. P. & Olson, J. C., 2008. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Singapore: McGraw-Hill.
- Purbohastuti , A. W., 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Handphone Samsung pada Mahasiswa D3 Marketing. *Tirtayasa EKONOMIKA*, 12(1).
- Putri, A. C., 2019. Analisis Faktor Penarik dan Faktor Pendorong Wisatawan untuk Menginap di Hotel Syariah (Studi Kasus Sofyan Hotel Betawi Jakarta). *Universitas Gajah Mada*.
- Rahardi, N., 2016. Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah.
- Ramadhany, F., 2017. IMPLIKASI PARIWISATA SYARIAH.

- Rhee, H. T. & Yang, S.-B., 2015. How does hotel attribute importance vary among different travelers? An explanatory case study based on a conjoint analysis. *Journal Computer in Human Behavior*, 50(C), pp. 576-5887.
- Rosenberg, P. & Choufany, H. M., 2009. Spiritual Lodging the Sharia Compliant Hotel Concept. *HVS Global Hospitality Services*, pp. 1-7.
- Rosyada, E. I. B., 2019. Analisis Customer Value Index dalam Memilih Skin Care di Kota Bandung Tahun 2017. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 3.
- Saleh, A. R. & Wahab, M. A., 2008. *Psikologi dalam Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. Jakarta: Kencana.
- Salleh, N. Z., Hamid, A. B. & Hashim, N. H., 2019. *Positioning Islamic Hotel Tourism a New Perspective*. s.l.:Patridge.
- Samori & Rahman, 2013. Towards the Formation of Shariah Compliant Hotel in Malaysia: An Exploratory Study on its Opportunities and Challenges. *In The 2013 WEI International Academic Conference Istanbul*, pp. 108-124.
- Santoso, S., 2017. *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: Media Komputindo.
- Sekaran, U. & Roger, B., 2016. *Research methods for business : a skill-building approach*. 7th ed. Chichester, West Sussex, United Kingdom : John Wiley & Sons.
- Smaradhana, N. S., 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mendorong Keputusan Pembelian (Studi Kasus Narapati Indah Syariah Boutique Hotel & Convention, Bandung). *Telkom University*.
- Sobari, N., Zainul, M. & Wathani, M. Z., 2017. The influence of Sharia Compliance and Marketing Mix on Satisfaction and Intention of Muslim Tourist to Revisit Sharia Hotel. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia*.
- Sofyan, R., 2011. *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sofyan, R., 2012. *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Buku Republika.
- Sofyan, R., 2013. *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika.
- Stevenson, W. J. & Chuong, S. C., 2014. *Manajemen Operasi Perspektif Asia*. 9th ed. Jakarta: Salemba Empat and MC Graw Hill Education.
- Sundjaja, R. S., Barlian, I. & Sudjaja, D. P., 2010. *Manajemen Keuangan*. 7th ed. Bandung: Literata Lintas Media.

- Tehuayo , E., 2018. Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen pada Perilaku Pembelian Produk YAMAHA Mio di Kota Ambon. *Jurnal SOSOQ*, VI(2).
- Tjiptono, F., 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H., 2014. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. 3rd ed. Jakarta: Rajawali Press.
- Verma, V. K. & Chandra, B., 2017. Sustainability and customers' hotel choice behavior: a choice-based conjoint analysis approach. *Springer Science + Business Media Dordrecht*.
- Waever, D. & Lauton, L., 2006. *Tourism Management*. Australia: John Wiley & Son.
- Walker, J., 2016. *Introduction to Hospitality*. New York: Prentice Hall.
- Widyarini, 2013. Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Widyarini & Fitri Kartini, 2014. Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah. *Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suka Yogyakarta*.
- Wiwoho, A. S., 2018. Pengaruh Relationship Marketing, Customer Value dan Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Kota Malang. *Jurnal Eksekutif*, Volume 8.
- Yusof, M. F. M. & Muhammad, M. Z., 2013. Introducing Shariah Compliant Hotels as a New Tourism Product: The Case of Malaysia. *In The 20th International Business Information Management Conference (IBIMA)*, pp. 1142-1146.