

FPIPS: 1879/UN40.A2.6/PP/2020

**PENGARUH PRODUK HOTEL SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN
MENGINAP DI NOOR MUSLIM BOUTIQUE HOTEL BANDUNG**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari
Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure*



Oleh:

Panji Budiharto

NIM. 1301908

**PROGAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2020

Panji Budiharto, 2020

**PENGARUH PRODUK HOTEL SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI NOOR MUSLIM
BOUTIQUE HOTEL BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**PENGARUH PRODUK HOTEL SYARIAH
TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP
DI NOOR MUSLIM BOUTIQUE HOTEL BANDUNG**

Oleh
Panji Budiharto

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Panji Budiharto 2020
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 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.

LEMBAR PENGESAHAN

Panji Budiharto
1301908

**PENGARUH PRODUK HOTEL SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN
MENGINAP DI NOOR MUSLIM BOUTIQUE HOTEL BANDUNG**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I



Dr. A. H. Galihkusumah, M.M.
NIP. 19810522 201012 1 006

Pembimbing II



Sri Marhanah, S.S., M.M.
NIP. 19811014 200601 2 001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Dr. A. H. Galihkusumah, M.M.
NIP. 19810522 201012 1 006

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "*Pengaruh Produk Hotel Syariah terhadap Keputusan Menginap di Noor Muslim Boutique Hotel 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 tersebut, 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, Agustus 2020
Yang Membuat Pernyataan

Panji Budiharto
NIM. 1301908

ABSTRAK

PENGARUH PRODUK HOTEL SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI NOOR MUSLIM BOUTIQUE HOTEL BANDUNG

Oleh:
Panji Budiharto
NIM. 1301908

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh produk hotel syariah terhadap keputusan menginap di Noor Muslim Boutique Hotel Bandung. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui: (1) Mengidentifikasi persepsi tamu mengenai produk hotel syariah di Noor Muslim Boutique Hotel. (2) Menganalisis keputusan tamu menginap di Noor Muslim Boutique Hotel. (3) Menganalisis pengaruh produk hotel syariah terhadap keputusan tamu menginap di Noor Muslim Boutique Hotel. Variabel bebas (*independen*) dalam penelitian ini produk hotel syariah (X) sedangkan variabel terikat (*dependen*) pada penelitian ini adalah keputusan menginap (Y). Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik sampel *random sampling*. Analisis data yang digunakan penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk hotel syariah yang terdapat di Noor Muslim Boutique Hotel Bandung berada pada kategori “baik” dan Keputusan tamu menginap di Noor Muslim Boutique Hotel Bandung berada pada kategori “tinggi”. Produk hotel syariah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menginap. Sehingga dapat diketahui bahwa semakin baiknya produk hotel syariah, semakin besar pula keputusan tamu untuk menginap di hotel Noor Muslim Boutique.

Kata kunci: Produk Hotel Syariah, Keputusan Menginap

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SHARIA HOTEL PRODUCTS ON DECISION TO STAY AT NOOR MUSLIM BOUTIQUE HOTEL BANDUNG

By:
Panji Budiharto
NIM. 1301908

This study analyzes the effect of Islamic hotel products on the decision to stay at Noor Muslim Boutique Hotel Bandung. The purpose of this study is to determine: (1) To identify guest perceptions about the sharia hotel products at Noor Muslim Boutique Hotel. (2) Analyze guest decisions to stay at Noor Muslim Boutique Hotel. (3) Analyzing the effect of Islamic hotel products on guest decisions to stay at Noor Muslim Boutique Hotel. The independent variable (independent) in this study is the product of Islamic hotels (X) while the dependent variable (dependent) in this study is the decision to stay (Y) . The research method used is descriptive analysis and verificative using a quantitative approach, with a random sampling technique. The data analysis used in this research is simple linear regression analysis. The results showed that the sharia hotel products found in Noor Muslim Boutique Hotel Bandung are in the "good" category and the decision of guests to stay at Noor Muslim Boutique Hotel Bandung is in the "high" category. Islamic hotel products have a significant influence on the decision to stay. So that it can be seen that the better the product of a sharia hotel, the greater the decision for guests to stay at the Noor Muslim Boutique hotel.

Keywords: *Sharia Hotel Products, Decision to Stay*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga Allah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Produk Hotel Syariah terhadap Keputusan Menginap di Noor Muslim Boutique Hotel Bandung*" tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu mendapatkan gelar sarjana pariwisata.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat positif dan membangun sehingga dapat dijadikan bahan koreksi untuk memperbaiki. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat diterima dengan baik oleh para pembacanya.

Akhir kata, penulis sampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Bandung, Agustus 2020

Penulis,

Panji Budiharto

NIM. 1301908

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberi rahmat serta karunia-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulis skripsi ini. Shalawat serta salam semoga terlimpah curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, sahabat-sahabatnya serta seluruh umat yang setia mengikutinya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Kedua orang tua Alm. Bapak H. Yunus dan Alm. Ibu HJ. Ratmini yang senantiasa menjadi motivasi dan menguatkan penulis dalam mencapai segala impian.
2. Bapak Dr. A. H. Galihkusumah, M.M. selaku ketua prodi Manajemen Resort dan Leisure sekaligus dosen pembimbing 1 yang telah begitu sabar dan senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan pendidikan, pengarahan dan bimbingan terbaiknya untuk penulis dari awal sampai akhir penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Sri Marhanah, S.S., M.M. selaku dosen pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta arahan terbaiknya dalam kelancaran skripsi ini. Terimakasih pula atas kesediaan waktu serta kebaikan Ibu yang sangat berarti bagi penulis.
4. Staff Noor Muslim Boutique Hotel Bandung yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
5. Seluruh Dosen Pengajar dan *Staff* Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan dan bimbingannya selama ini.
6. Giri Dwi H. selaku pembimbing III yang telah rela meluangkan waktu untuk peneliti serta memberikan arahan, masukan, bantuan, dan bimbingannya dalam penelitian skripsi ini.
7. Teman-Teman MRL angkatan 2013 yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-

satu. Terimakasih sudah menjadi teman dan menjadi keluarga yang kesekian bagi peneliti.

8. Semua pihak yang telah memberikan semangat, doa, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis ucapkan terimakasih kepada pihak pihak yang telah membantu. Semoga kita selalu dalam lindungan Allah SWT dan selalu diberikan keberkahan serta kebahagiaan hidup dunia dan akhirat. *Aamiin ya Rabbal 'Alamiin.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Konsep Produk Hotel Syariah.....	12
B. Keputusan Pembelian.....	18
C. Penelitian Terdahulu	24
D. Kerangka Pemikiran.....	27
E. Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Objek Penelitian	31
B. Metode Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel Penelitian	31
1. Populasi	31
2. Sampel.....	32
D. Variabel Penelitian	33
E. Operasional Variabel.....	34

F. Instrumen Penelitian.....	37
G. Jenis dan Sumber Data	38
H. Pengembangan Instrumen Penelitian	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Realibilitas	42
3. Metode Method Success Interval (MSI).....	44
I. Metode Analisi Data.....	45
1. Garis Kontinum	45
2. Uji Asumsi Klasik	46
3. Uji Regresi Linier Sederhana	48
4. Uji Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Profile Noor Muslim Boutique Hotel.....	51
B. Profile Responden Penelitian	55
C. Produk Hotel Syariah di Noor Muslim Boutique Hotel (X)	59
D. Keputusan Tamu Menginap (Y).....	73
E. Pengaruh Produk Hotel Syariah Terhadap Keputusan Menginap di Noor Muslim Boutiqe Hotel.....	87
BAB V	93
SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	93
A. Simpulan.....	93
B. Rekomendasi	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung.....	20
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3. 1 Garis Kontinum	46
Gambar 4. 1 Kamar Tipe <i>Executive</i>	52
Gambar 4. 2 Kamar Tipe <i>Deluxe</i>	53
Gambar 4. 3 Toilet Umum	53
Gambar 4. 4 Ruang Ibadah.....	54
Gambar 4. 5 <i>Restaurant</i>	54
Gambar 4. 6 <i>Meeting Room</i>	55
Gambar 4. 7 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Gambar 4. 8 Persentase Responden Berdasarkan Domisili	56
Gambar 4. 9 Persentase Responden Berdasarkan Usia	57
Gambar 4. 10 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Gambar 4. 11 Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan	58
Gambar 4. 12 Persentase Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	59
Gambar 4. 13 Garis Kontinum Produk Hotel Syariah	73
Gambar 4. 14 Garis Kontinum Keputusan Tamu Menginap	86
Gambar 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Populasi Muslim di Dunia Tahun 2017	2
Tabel 1. 2 Peningkatan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2015-2019	3
Tabel 1. 3 Sepuluh Besar Negara Tujuan <i>Organisation of Islamic Cooperation</i> (OIC) Dalam <i>Global Muslim Travel Index</i> (GMTI) 2019	4
Tabel 1. 4 Hotel Syariah di Kota Bandung	7
Tabel 1. 5 Tingkat Occupancy Noor Hotel Bandung Periode Januari 2019 - Desember 2019	8
Tabel 2. 1 Kriteria Produk Hotel Syariah Hilal.....	15
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Data Kunjungan Wisatawan ke Noor Hotel Kota Bandung Tahun 2019	32
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. 3 Pengukuran Skala Likert.....	37
Tabel 3. 4 Jenis dan Sumber Data	39
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel X	40
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y	41
Tabel 3. 7 Hasil Uji Realibilitas	43
Tabel 3. 8 Pengambilan Keputusan Autokorelasi	47
Tabel 3. 9 Kategori Korelasi	50
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Penyekat antara Urinior Satu dengan Urinior yang Lain untuk Menjaga pandangan di Toilet.....	60
Tabel 4. 2 Tanggapan Reponden Mengenai Ketersediaan Peralatan yang Praktis untuk Bersuci dengan Air Di Urinior dan Kloset	61
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Membaca Al-Quran dengan Ketersediaan Al-Quran dan Sajadah di Setiap Kamar	61
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Jadwal Waktu Shalat Secara Tertulis	62
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Keterbatasan Akses Pornografi dan Tindakan Asusila di Kamar Hotel	63

Tabel 4. 6 Ketersediaan Peralatan yang Praktis di Kamar Mandi untuk Mandi dan Bersuci dengan Air di Urinior dan Kloset	64
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Kamar Mandi yang Tertutup.....	64
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Dapur dan Restoran yang Menyediakan Makanan dan Minuman Halal	65
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Ruang Ibadah dalam Kondisi Bersih dan Terawat	66
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Area Shalat Laki-Laki dan Perempuan ada Pembatas/Pemisah.....	66
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Pelengkapan Shalat yang Baik dan Terawat.....	67
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Sirkulasi Udara yang Baik di Ruang Ibadah.....	68
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Pencahayaan yang Cukup Terang di Ruang Ibadah	68
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Ketersediaan Tempat Wudhu Laki-Laki dan Perempuan Terpisah	69
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Ketersediaan Instalasi Air di Tempat Wudhu dengan Kondisi Bersih dan Terawat	70
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Produk Hotel Syariah (Variabel X).....	70
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Mengenai Keunggulan Produk Hotel Syariah di Noor Muslim Boutique Hotel.....	74
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Mengenai Keunikan Produk di Noor Muslim Boutique Hotel	75
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Mengenai Manfaat Produk Hotel yang dirasakan oleh Tamu di Noor Muslim Boutiqe Hotel	75
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat kepopuleran Noor Muslim Boutiqe Hotel	76
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kunjungan Tamu secara Langsung	77

Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kunjungan Tamu menggunakan Jasa Tour & Travel	77
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kunjungan pada Saat <i>Peak Season</i>	78
Tabel 4. 24 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kunjungan pada Saat <i>Low Season</i>	79
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kunjungan pada Saat adanya Promosi	79
Tabel 4. 26 Tanggapan Responden Mengenai Waktu Kunjungan Sebelumnya ...	80
Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Rekomendasi Berkunjung Kepada Orang Lain	81
Tabel 4. 28 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Rencana Berkunjung Kembali	81
Tabel 4. 29 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pembayaran Hotel secara Debit	82
Tabel 4. 30 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pembayaran Hotel secara Tunai.....	83
Tabel 4. 31 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Tamu Menginap	83
Tabel 4. 32 Hasil Uji Normalitas	87
Tabel 4. 33 Hasil Uji Autokorelasi.....	89
Tabel 4. 34 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	89
Tabel 4. 35 Hasil Uji-t Variabel Produk Hotel Syariah (X).....	90
Tabel 4. 36 Uji Koefisien Determinasi.....	92

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2009). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, K. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.
- Awinasi, N. W. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Inna Grand Bali Beach Sanur. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.7 No.8.
- CrescentRating&Mastercard. (2019). Global Muslim Travel Index 2019. CrescentRating.
- Enne, d. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Hotel terhadap Keputusan Menginap Business Traveler di Hotel Bisnis. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 44.
- Fadhli, A. (2018). *Manajemen Hotel Syariah*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fransiska, d. (2018). Pengaruh Promosi, Fasilitas, Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Menginap. Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 10.
- Galih, P. (2015, Juni 22). Wisatawan di Bandung Enggan Menginap di Hotel Syariah . Diambil kembali dari Travel Tempo.co: www.travel.tempo.co
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guilford, J. (1956). *Fundamental Statistic in Psychology and Education. 3rd Ed.* New York: McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Hasan, A. (2009). *Marketing, edisi kedua*. Yogyakarta: Media Persindo.
- Heryanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol. 9.
- Indonesia, R. (2014). Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Pelaksanaan Pelayanan Terpadusatu Pintu Bidang Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Di Badan Koordinasi Penanaman Modal. Jakarta: Menteri pariwisata republik Indonesia.

- Jannah. (t.thn.). *popstatistics/muslimpopworld*. Diambil kembali dari jannah:
www.jannah.org/popstatistics/muslimpopworld
- Kaplan, R. M., Saccuzzo, & Dennis. (1993). *Reliabilitas dan Validitas. Edisi 3. Terjemahan: Handoko*. London: Pustaka Pelaja.
- Karnelis. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Kosumen Menggunakan Jasa Hotel Kartika Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6, No.1.
- Kemenparekraf. (2015-2019). Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2015 s.d 2019. Kemenparekraf.
- Kessler, K. (2015). Conceptualizing Mosque Tourism: A central feature of Islamic and Religious Tourism. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, Vol. 3: Iss 2, Article 2.
- Kotler, & Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Laila, d. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Genio Manado. *Jurnal EMBA Vol 6*.
- Mabruroh. (2016). Analisis Keputusan Menginap Di Hotel Syariah Berdasarkan Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Pada Pelanggan Hotel Syariah Di Surakarta. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper*.
- Rangga, A. (2020, April 11). *Explore/Destination*. Diambil kembali dari Traveloka:
www.traveloka.com
- Rasyid, H. A. (1994). *Dasar-dasar Statistika Terapan*. Bandung: Program Pascasarjana Unpad.
- Riduwan&Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rohmana, Y. (2013). *Ekonometrika Teori dan Aplikasi dengan Eviews*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Ekonomi dan Koperasi Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rusda&Santri. (2016). Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Inovbiz: Jurnal Inovasi dan Bisnis*, Vol. 4.

- SAI, A. (2014, Juli 04). Beberapa Ciri yang Membedakan Hotel Syariah dan Hotel Konvensional. Diambil kembali dari Rifan Financindo: <http://rifan-financindo.com/>
- Sari, T. P. (2014). Pengaruh Produk Hotel Syariah Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Sofyan Hotel Betawi. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sarwono, J. (2006). Tersedia: www.jonathansarwono.info/korelasi/korelasi.htm. [6Oktober 2014].
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, W. (2004). Analisis-Analisis Regresi menggunakan SPSS. Yogyakarta: ANDI.
- Sulistiono, A. B. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap. Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Sunarto. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kerajinan Kulit Kartika Magetan. *Equilibrium*, Volume 3, Nomor 2.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. C. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Triton, P. (2005). *Riset Statistik Parametrik : SPSS13.00 for windows*. Yogyakarta: Andi.

- Umar, H. (2003). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Umar, H. (2010). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wardiyanta. (2006). *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Worldometers. (2017). *World Population*. Diambil kembali dari Worldometers info: www.worldometers.info/world-population
- Yunus, Y. (2015, Juni 22). Ekonomi Syariah. Dipetik Juni 20, 2020, dari Finansial: <https://finansial.bisnis.com/>