

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan masyarakat mukmin paling banyak kedua di bumi tahun 2018, ialah berjumlah 87,2% ataupun dekat 258,7 juta mukmin dari keseluruhan populasi. *Islamic Finance Development Indicators* (IFDI) memberi tahu jika Indonesia berhasil menaiki posisi ke-4 di pandangan pengembangan ekonomi dan keuangan syariah di tahun 2019. Kemajuan ekonomi syariah meyakinkan perkembangan akseleratif yang ditopang oleh pabrik halal dan keuangan syariah. Suasana ini mensupport ekskalasi ekonomi syariah dalam perekonomian nasional.¹

Indonesia ialah negeri dengan masyarakat kebanyakan mukmin terbanyak di bumi, dengan jumlah masyarakat berkeyakinan Islam sebesar 209 juta jiwa. Selaku negeri dengan kebanyakan masyarakat berkeyakinan Islam, sarana, serta infrastruktur pariwisata yang terdapat Indonesia sudah dikira lumayan ramah pada para turis mukmin. Penginapan syariah jadi suatu opsi kediaman yang bertabiat sedangkan untuk warga mukmin Indonesia serta mancanegara. Penginapan syariah di Indonesia diharapkan dapat mengambil pangsa pasar pariwisata dari Timur Tengah. Pembelanjaan dari alam pariwisata Uni Emirate Arab yang mencapai US\$ 1.700 per orang bisa tingkatan perkembangan penginapan syariah di Indonesia.²

Sikap ekonomi syariah tercantum dalam usaha kenaikan perekonomian Indonesia, perihal ini bisa dicoba lewat pabrik mengkonsumsi, penciptaan, perbankan syariah serta halal tourism. Pabrik yang diartikan merupakan produk halal, santapan halal, mode mukmin, dan pariwisata halal ataupun ramah mukmin. Perihal ini membuktikan kemampuan halal *lifestyle* di Indonesia sanggup dibesarkan berbarengan dengan ekonomi serta finansial syariah, salah satunya merupakan zona pariwisata. Kemajuan pariwisata dikala ini, mendesak usaha Indonesia dalam memposisikan diri selaku pusat pariwisata halal bumi serta pelopor kesejagatan sertifikasi halal,

¹ Maisa Maulidina, “Analisis Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Memilih Hotel Syariah di Kota Malang”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, (2021):1.

² N. Rahardi dan R. Wiliasih, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Hotel Syariah”, *Jurnal Syarikah 2*, No.1, (Juni 2016): 181.

spesialnya di aspek pabrik penginapan syariah serta santapan halal.³ Perihal ini teruji pada kesuksesan hasil Indonesia dalam mencapai tingkatan awal selaku destinasi darmawisata halal bumi tipe GMTI (*Global Muslim Travel Index*). Data peringkat Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) 2019 dapat peneliti tunjukkan sebagai berikut:⁴

Tabel 1.1

Peringkat Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) 2019

No.	Top 5 Destinasi Pariwisata Halal Terbaik IMTI	Destinasi Pariwisata Halal Unggulan
1.	Lombok, NTB	Jawa Barat
2.	Aceh	DIY
3.	Riau dan Kepulauan Riau	Jawa Tengah
4.	DKI Jakarta	Malang Raya
5.	Sumatera Barat	Sulawesi Selatan

Sumber: Crescent Rating-Mastercard, (2022)

Peneliti dapat nyatakan berdasarkan tabel 1.1 di atas, Indonesia telah meraih prestasi dilevel global dengan diraihnya tingkatan awal selaku destinasi darmawisata halal bumi tipe GMTI 2019, yang diumumkan oleh Crescent Rating-Mastercard, dimana kalau 5 maksimum destinasi darmawisata halal prioritas Indonesia 2019 dengan cara beruntun dicapai oleh Lombok dengan angka 70, Aceh dengan angka 66, Riau serta Kepulauan Riau dengan angka 63, DKI Jakarta dengan angka 59, dan Sumatera Barat dengan angka 59.⁵

Pengembangan pariwisata halal Indonesia yakni salah satu program prioritas Departemen Pariwisata yang telah digarap semenjak 5 tahun yang kemudian. Informasi GMTI 2019 membuktikan kalau sampai tahun 2030, jumlah turis mukmin diproyeksikan hendak mendobrak nilai 230 juta di semua bumi. Kesempatan inilah yang dibekuk oleh Departemen Pariwisata serta ditindaklanjuti dengan pengembangan 10 Destinasi Halal Prioritas Nasional di tahun 2018 yang merujuk pada standar GMTI, antara lain ialah Aceh, Riau, serta Kepulauan Riau, Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Lombok, serta Sulawesi Selatan.

Jawa Tengah masuk ke dalam kategori Destinasi Pariwisata Halal Unggulan, tetapi ternyata masih banyak warga Jawa Tengah

³Maisa Maulidina, “Analisis Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Memilih Hotel Syariah di Kota Malang”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, (2021):1.

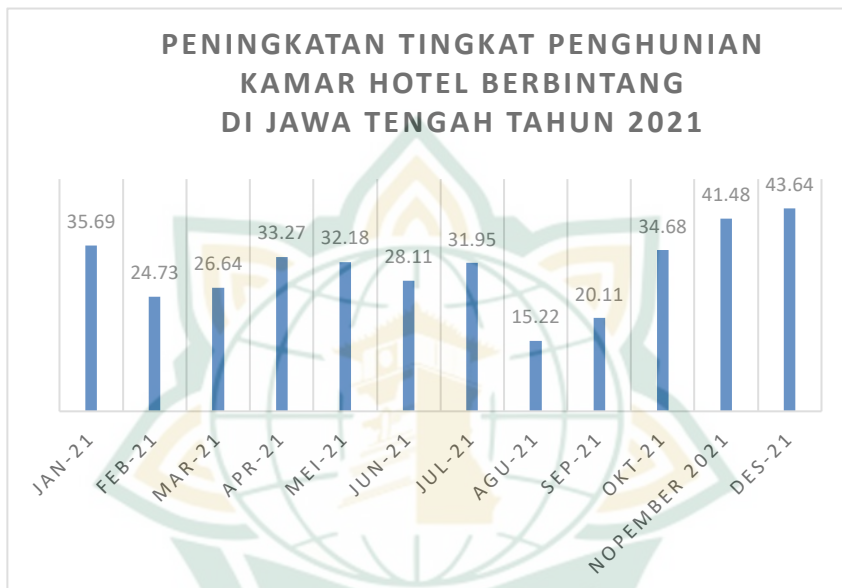
⁴*Crescent Rating-Mastercard*, 2022.

⁵*Crescent Rating-Mastercard*, 2022.

yang masih sering menggunakan hotel berbintang daripada hotel Syariah. Hal ini dapat peneliti buktikan pada sajian grafik berikut ini:

Gambar 1.1

Peningkatan Hunian Hotel Berbintang Jawa Tengah Tahun 2021



Sumber: Statistika, databoks.co.id, (2022)

Peneliti dapat simpulkan bahwa pada grafik 1.1 di atas, masih banyak masyarakat Jawa Tengah yang menggunakan Hotel Konvensional bahkan di tahun 2021 telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan tepatnya di bulan Oktober 2021 sebanyak 34,68%, bulan Nopember 2021 mengalami peningkatan menjadi 41,48%, dan terakhir di bulan Desember 2021 naik menjadi 43,64%.⁶ Hal ini disebabkan masyarakat pada umumnya masih condong dan sudah terbiasa menggunakan hotel konvensional dibandingkan dengan hotel Syariah. Menganalisis dari permasalahan ini, tentunya ada sebagian aspek yang bisa pengaruhi seseorang pelanggan ketika mengambil keputusan untuk memilih fasilitas hotel yang digunakan.

Salah satu aspek yang bisa pengaruhi pelanggan merupakan style hidup yang terus menjadi modern, keinginan pelanggan era dulu dengan era saat ini jelaslah berlainan cocok dengan style hidup yang diaplikasikan pelanggan. Pelanggan pada dikala ini mengarah

⁶Databoks, 2022.

menjajaki kemajuan tren buat seluruh pandangan keinginan mulai dari keinginan pokok sampai keinginan inferior cocok dengan style hidup yang diaplikasikan ialah style hidup halal. Style hidup halal (halal lifestyle) dibutuhkan oleh seluruh pemeluk orang tidak cuma buat pemeluk Islam, sebab rancangan halal legal umum serta dengan cara filosofis serta efisien merupakan inovasi dari standar operasional prosedur (SOP) semenjak 4 simpati era yang kemudian terdapat dalam syariah Islam. Halal lifestyle ialah salah satu bagian pasar yang lumayan bagus buat tingkatkan ekonomi.⁷

Fasilitas hotel juga telah menjadi salah satu faktor utama seseorang dalam memilih hotel. Menyadari pentingnya faktor fasilitas sebagai dasar bagi konsumen untuk memutuskan menginap, pihak hotel memperluas jangkauan pemasaran dengan mengembangkan fasilitas ramah Muslim. Fasilitas ramah Muslim merupakan suatu fasilitas yang hanya menyediakan tempat beribadah, makanan dan minuman halal, musholla hotel, Al-Qur'an, dan perlengkapan sholat lengkap di masing-masing ruang hotel. Pengertian lain bahwa fasilitas ramah Muslim merupakan segala jenis pelayanan serta sarana yang ditawarkan buat penuhi keinginan turis Mukmin serta wajib halal serta menjajaki peraturan Syariah.⁸

Kepercayaan konsumen juga aspek lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Keyakinan pelanggan ialah anggapan dari ujung pemikiran pelanggan hendak hambatan pedagang dalam pengalaman serta terpenuhinya impian serta kebahagiaan pelanggan. Keyakinan pula ialah daya kalau sesuatu produk mempunyai ciri khusus, keyakinan kerap diucap ketergantungan subjek ciri, ialah keyakinan pelanggan mengenai mungkin terdapatnya ikatan antara suatu subjek dengan ciri yang relevan.⁹

Menganalisa dari kerangka balik sesuatu permasalahan di atas, ada sesuatu kesenjangan ataupun gap research ialah perbandingan hasil dari penelitian-penelitian lebih dahulu yang sudah dicoba. Hasil

⁷Yuliana Ulfidatul Hoiriyah dan Yustina Chrismardani, "Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura)", *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen* 1, No.2, (Juni 2021): 115.

⁸Ali Akbar Hidayat, dkk, "Influence of Muslim-Friendly Facilities, Prices, and Locations on Decisions to Stay at Three and Four-Star Hotels in Mataram City", *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)* 5, Issue-1, (2021): 416.

⁹Anjeli Oktavia dan Delila Firi Harahab, "Life Style dan Kepercayaan Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Wardah", *Jurnal Manajemen Sains* 1, No. 2, (Juli 2021): 138.

riset yang berbeda-beda pula membuktikan terdapatnya *research gap* hal *halal life style*, *muslim friendly facilities*, dan *knowledge* terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian yang telah dilakukan Lisa Andriani dan Ma'ruf dengan judul penelitian tentang “Akibat *Islamic Religiosity* serta Halal *Knowledge* kepada *Purchase Intention* Kosmetik Halal Dimediasi oleh *Attitude* kepada Produk Halal di Indonesia”, melaporkan kalau *halal life gaya* ataupun wawasan halal mempengaruhi positif serta penting kepada ketetapan pembelian pelanggan.¹⁰ Berlainan perihalnya dengan riset yang dicoba oleh Dewi Nabila Achmad dan Khusnul Fikriyah dengan judul penelitian tentang “Pengaruh *Halal Knowledge*, *Islamic Religiosity* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Surabaya”, menyatakan bahwa pengetahuan halal atau gaya hidup halal tidak berpengaruh positif dan signifikan.¹¹

Penelitian yang dilakukan oleh Rafika Isya Rasyid dan Citra Kusuma Dewi dengan judul penelitian tentang “*Factors Of Muslim-Friendly Amenities & Lifestyle and Service Quality Affecting Halal Travel Intention to Indonesia*”, menyatakan bahwa *Muslim-Friendly Amenities* mempengaruhi positif serta penting kepada ketetapan pembelian seseorang pelanggan.¹² Berlainan perihalnya dengan riset yang dicoba oleh Khoirunnisak dengan kepala karangan riset mengenai “Faktor- faktor yang Pengaruhi Pelanggan Mukmin dalam Membeli Produk lewat Digital Marketplace”, menyatakan bahwa fasilitas ramah muslim tidak berpengaruh terhadap keputusan muslim.¹³

Penelitian Novita Kusuma Maharani dan Ani Silvia dengan judul penelitian tentang “Analisa Akibat Wawasan serta Religiusitas kepada Hasrat Pembelian Produk Kosmetik Halal”, menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif serta penting kepada hasrat

¹⁰ Lisa Andriani dan Ma'ruf, “Pengaruh *Islamic Religiosity* dan *Halal Knowledge* terhadap *Purchase Intention* Kosmetik Halal Dimediasi oleh *Attitude* terhadap Produk Halal di Indonesia”, *Al-Muzara'ah* 8, No. 1, (2020): 62.

¹¹ Dewi Nabila Achmad dan Khusnul Fikriyah, “Pengaruh *Halal Knowledge*, *Islamic Religiosity* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Surabaya”, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4, No. 3, (2021):215.

¹² Rafika Isya Rasyid, “*Factors of Muslim-Friendly Amenities & Lifestyle and Service Quality Affecting Halal Travel Intention to Indonesia*”, (2019): 35.

¹³ Khoirunnisak, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Muslim dalam Membeli Produk melalui Digital Marketplace”, UIN Raniry, (2019): 1.

pembelian seseorang pelanggan.¹⁴ Berlainan perihalnya dengan riset yang dicoba oleh Anisa Pratami dengan kepala karangan riset “Akibat Wawasan serta Dorongan Mahasiswa kepada Atensi Beli Produk Madoe Honey IPB”, melaporkan kalau wawasan tidak mempengaruhi positif serta penting kepada hasrat pembelian seorang konsumen.¹⁵

Peneliti dapat simpulkan dari uraian *research gap* di atas, hingga dengan ini periset terpikat buat melaksanakan riset dengan kepala karangan “Keputusan Konsumen Memilih Hotel Syariah ditinjau dari *Halal Life Style, Muslim Friendly Facilities*, dan *Knowledge* (Studi pada *Customer* Hotel Abbas Syariah Kudus)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *halal life style* pada keputusan konsumen dalam memilih hotel Syariah?
2. Bagaimana pengaruh *muslim friendly facilities* pada keputusan konsumen dalam memilih hotel Syariah?
3. Bagaimana pengaruh *knowledge* pada keputusan konsumen dalam memilih hotel Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Menguji secara empiris pengaruh *halal life style* pada keputusan konsumen dalam memilih hotel Syariah.
2. Menguji secara empiris pengaruh *muslim friendly facilities* pada keputusan konsumen dalam memilih hotel Syariah.
3. Menguji secara empiris pengaruh *knowledge* pada keputusan konsumen dalam memilih hotel Syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

- a. Hasil catatan ini diharapkan bisa menerangkan mengenai alangkah berartinya buat senantiasa berdasar dalam prinsip

¹⁴ Novita Kusuma Maharani, “Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal”, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam* 3, No. 1, (Juni 2019): 86.

¹⁵ Anisa Pratami, “Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Mahasiswa terhadap Minat Beli Produk Madoe Honey IPB”, *Jurnal UIN Syarif Hidayatullah*: (1).

Syariah, tercantum pula dalam memakai ataupun konsumsi sesuatu produk benda ataupun pelayanan.

- b. Hasil catatan ini diharapkan bisa membagikan pengetahuan tentang ekonomi Islam khususnya pada aspek Manajemen Bidang usaha Syariah buat mencermati segi-segi saja yang dapat tingkatkan pengambilan keputusan konsumen.

2. Praktis

- a. Hasil catatan ini periset harapkan bisa jadi penilaian buat masyarakat Kabupaten Kudus ketika dalam menggunakan jasa agar tetap mengacu pada ketentuan syariat Islam.
- b. Hasil catatan ini diharapkan bisa dipakai selaku pangkal buat melangsungkan riset semacam ataupun meningkatkan lagi riset ini alhasil jadi artikel yang telah terdapat lebih dahulu.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Peneliti menyusun penulisan skripsi yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagian awal

Bagian awal ini, terdiri dari: lembar judul, lembar persetujuan pembimbing, lembar pengesahan, motto, lembar persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, dan daftar tabel.

2. Bagian isi

Bagian isi ini terdiri dari lima bab, antara bab 1 sampai dengan bab 5 yang saling berhubungan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang uraian *Halal Life Style, Muslim Friendly Facilities, Knowledge*, dan minat beli, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian jenis dan pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, identifikasi variabel, definisi operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang uraian obyek penelitian, uraian umum responden, analisis data serta pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi uraian tentang kesimpulan penelitian, saran dan penutup.

3. Bagian akhir

Bagian ini meliputi daftar pustaka, riwayat pendidikan peneliti, dan lampiran-lampiran.

