

BAB I

PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

Wisata syariah kini menjadi topik yang banyak dibahas, terlihat dari semakin banyaknya destinasi wisata di Indonesia yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Hal ini mencakup berbagai aspek, mulai dari wisatawan, agen perjalanan, pelaku usaha pariwisata, pemandu wisata, terapi, hingga hotel (*Traveloka - Discounts up to 50% Flights, Hotel & Activities*, n.d.)(A. E. Pratiwi, 2016). Hal ini didasari oleh meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia, yang mayoritas beragama Islam, terhadap pentingnya penerapan prinsip syariah Islam dalam aktivitas muamalah. Potensi industri berbasis syariah sebenarnya dapat menjadi pasar yang menjanjikan bagi pelaku usaha di berbagai sektor, seperti makanan halal, investasi syariah, perjalanan wisata religi, hingga gaya hidup Islami (Fitriani, 2018). Pertumbuhan ini mendorong para pelaku ekonomi untuk bersaing dalam mengembangkan industri halal, termasuk industri penyedia layanan makanan, jasa keuangan, serta industri gaya hidup yang saat ini tengah diperluas. Hal ini mencakup sektor perjalanan (*travel*), perhotelan dan restoran (*hospitality*), destinasi wisata (*recreation*), hingga layanan kesehatan (*medical care*) yang berbasis konsep syariah (Vijayanti, 2015).

Ketertarikan pelaku usaha dalam mengembangkan industri halal di sektor pariwisata didorong oleh tingginya jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Salah satu kota dengan tingkat kunjungan wisatawan yang tinggi adalah Kota Bandung. Secara geografis, Kota Bandung terletak di Jawa Barat, Indonesia, dan dikelilingi oleh wilayah-wilayah dengan daya tarik wisata menarik, seperti Lembang, Ciwidey, dan Subang. Dari sisi geo-

ekonomi, potensi ini menjadikan Bandung sebagai destinasi wisata yang menarik (Fathoni & Yusup, 2020). Kota Bandung dan sekitarnya menawarkan beragam destinasi wisata, mulai dari wisata alam, belanja, hingga kuliner. Keindahan alam Bandung menjadi salah satu daya tarik utama yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, Bandung juga terkenal dengan beragam tempat kuliner yang menyajikan aneka hidangan yang dapat dinikmati oleh para wisatawan (Fathoni & Yusup, 2020).

Tabel dibawah ini menyebutkan jumlah wisatawan kota bandung dari tahun 2020 hingga 2023.

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Kota Bandung Dari Tahun 2020-2023

Jenis Wisatawan	Jumlah Wisatawan Menurut Jenis (Jiwa)			
	2020	2021	2022	2023
Wisatawan Mancanegara	3.021	33.961	37.285	38.57
Wisatawan Domestik	3.229.090	4.973.649	6.546.960	7.713.937
Jumlah	3.232.111	5.007.610	6.584.245	7.752.507

2Sumber: (*Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2020-2023*)

Kota Bandung merupakan salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia, dengan jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat setiap tahunnya. Peningkatan ini menciptakan peluang besar bagi sektor perhotelan, termasuk hotel syariah, yang berpotensi menjadi pilihan utama bagi wisatawan Muslim. Data kunjungan ini menunjukkan potensi kebutuhan akan akomodasi yang sesuai dengan prinsip prinsip syariah untuk wisatawan yang membutuhkan jenis akomodasi ini.

Karena yang perlu diketahui hotel syariah bukan hanya menyediakan akomodasi untuk tempat menginap saja, menurut (Fadhli, 2018) Hotel syariah yaitu jenis akomodasi yang dioperasikan secara komersial untuk melayani individu atau

kelompok. Hotel ini menyediakan layanan penginapan, makanan, minuman, dan ruang *meeting*, tempat *gym*, dan fasilitas lainnya yang disesuaikan dengan perkembangan kebutuhan dan teknologi, serta dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Seperti yang penelitian yang dilakukan oleh (Hyrul et al., 2017) mengenai perbedaan hotel konvensional dan hotel syariah judul penelitiannya adalah *DIFFERENCES IN HOTEL ATTRIBUTES: ISLAMIC HOTEL AND SHARIA COMPLIANT HOTEL IN MALAYSIA* *Islamic Hotels* menjelaskan mengenai perbedaan konsep hotel syariah dengan hotel konvensional adalah hotel syariah menyediakan fasilitas sholat untuk tamu muslim, restoran yang tidak menyediakan menu daging babi, lounge yang tidak menyediakan hiburan yang dilarang agama Islam, tidak menyediakan minuman beralkohol, spa, gym, dan sauna terpisah untuk tamu pria dan wanita, mushola untuk umum, serta aturan berpakaian staff harus mencangkup menutupi aurat dan sopan.

Image negatif atas hotel konvensional yang diidentikkan dengan tempat gemerlap dengan segala berita-berita asumsi bahwa hotel hanya sarana yang banyak unsur minuman beralkohol, sex bebas, narkoba, dan prostitusi. Kondisi ini akan berdampak pada tingkat kehati-hatian dari konsumen dalam memilih hotel kata widyarani dalam (Mirasari, 2022). Al-Qur'an telah mengatur mengenai larangan berzina pada QS. Al-Isra ayat 32 (*Quran NU Online.*), hal ini menjadi landasan hadirnya hotel syariah yang berbunyi:

وَلَا تَقْرَبُوا الزَّيْنَىٰ إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا ﴿٣٢﴾

Artinya: *Janganlah kamu mendekati zina. Sesungguhnya (zina) itu adalah perbuatan keji dan jalan terburuk.*

Ibnu Abud Dunia mengatakan, telah menceritakan kepada kami Ammar ibnu Nasr, telah menceritakan kepada kami Baqiyyah, dari Abu Bakar ibnu Abu Maryam dari Al-Haisam ibnu Malik At-Ta-i, dari Nabi Saw. yang telah bersabda: *Tiada suatu dosa pun sesudah mempersekutukan Allah yang lebih besar di sisi Allah daripada nutfah (air mani) seorang lelaki yang diletakkannya di dalam rahim yang tidak halal baginya (Tafsir Surat Al-Isra, ayat 32,).*

Seperti beberapa hotel konvensional ada yang tidak melarang tamu berpasangan yang belum menikah untuk bermalam di satu kamar yang sama, hal tersebut merupakan penyimpangan dari aturan yang ditetapkan Al-Qur'an berupa perzinaan yang hukumnya haram jika dilakukan. Berbeda halnya dengan hotel syariah yang menerapkan aturan hanya menerima tamu berpasangan yang sudah menikah, untuk memverifikasinya pihak hotel meminta tamu menunjukkan kartu identitas berupa KTP atau surat nikah jika alamat pasangan tersebut sama maka pihak hotel memperbolehkan menginap di satu kamar yang sama.



Tabel 1. 2 Hotel Syariah di Kota Bandung dan Klasifikasinya

No	Nama Hotel
A	Bintang 4
1	Noor Hotel
B	Bintang 3
1	Lingga Hotel
2	Narapati Indah Syariah Boutique Hotel & Convention
3	Ruby Hotel Syariah
4	Hotel Cigadung Syariah
5	Cinnamon Boutique Hotel Syariah
C	Bintang 2
1	Hotel Residence 5 Syariah

Sumber: Agoda dan (Smaradhana & Setyorini, 2019)

Relevan untuk dieksplorasi lebih lanjut mengingat pertumbuhan pariwisata di Kota Bandung yang semakin pesat. Berdasarkan Tabel 1.3, terdapat 7 hotel yang terdaftar di platform pemesanan online Agoda serta hasil penelitian sebelumnya (Smaradhana & Setyorini, 2019).

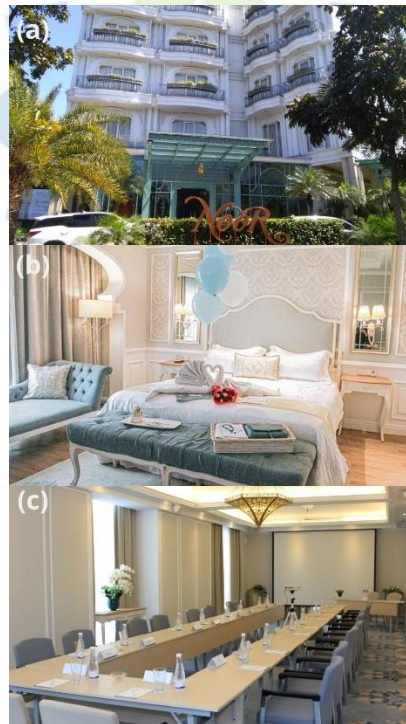
Meskipun jumlah ini menunjukkan adanya upaya untuk menyediakan akomodasi berbasis prinsip syariah, angka tersebut masih sangat terbatas jika dibandingkan dengan hotel konvensional di Kota Bandung. Hal ini mengindikasikan adanya peluang besar untuk meningkatkan penetrasi hotel syariah di pasar pariwisata kota tersebut. Selain itu, hotel-hotel syariah ini berupaya untuk memastikan segala aktivitas di dalamnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti menyediakan makanan halal, fasilitas ibadah, dan menjaga aturan-aturan lainnya yang sesuai dengan nilai-nilai agama Islam.

Meskipun jumlah hotel syariah masih terbatas, peneliti tertarik untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih hotel syariah sebagai pilihan mereka. Oleh karena itu, peneliti mendalami tiga

variabel utama, yaitu brand image, religiuisitas, dan harga, untuk menggali bagaimana ketiga faktor ini berperan dalam mempengaruhi minat dan preferensi wisatawan Muslim dalam memilih akomodasi berbasis syariah.

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa masing-masing hotel syariah di Kota Bandung memiliki citra merek (*brand image*), penerapan nilai religiusitas, dan penetapan harga yang berbeda sehingga dapat memengaruhi minat wisatawan Muslim.

Sumber: (WEBSITE *Noor Hotel – Muslim Boutique Hotel*, 2025)



Gambar 1. 1 Noor Hotel (a) Tampak Depan (b) Kamar Hotel (c) Ruang Rapat

Hotel Noor yang beralamat di Jalan Madura, misalnya, menonjolkan citra mewah dan modern dengan sentuhan Islami. Akun Instagramnya memiliki lebih dari 25,4 ribu pengikut yang aktif berinteraksi terlihat dari berbagai postingan dan *story* nya, menampilkan penghargaan Traveloka, sertifikat CHSE (*Cleanless*,

Health, Safety, and Environment) dan promosi acara seperti *engagement* atau *wedding*, sehingga memperkuat kesan eksklusif dan terpercaya. Fasilitasnya sangat lengkap, mulai dari restoran ber-AC, layanan kamar 24 jam, hingga proyektor untuk pertemuan bisnis, dan di setiap kamar tersedia jubah mandi, pemutar DVD, serta tayangan langsung dari Makkah yang memperkuat identitas syariah. Harga menginap berkisar Rp869 ribu–Rp1,34 juta per malam, mencerminkan segmen premium.

Sumber: (WEBSITE *RUBY HOTEL SYARIAH Bandung* | *Indonesia*, 2025)



Gambar 1. 2 Ruby Hotel Syariah (a) Tampak Depan (b) Lobby Hotel (c) Kamar Hotel

Ruby Hotel Syariah di Jl. Dr. Rubini No. 4 Pasirkaliki menawarkan tarif Rp319.738–Rp1.180.037 per malam dengan konsep ramah keluarga. Akun Instagramnya memiliki sekitar 1.532 pengikut, menampilkan informasi penting meskipun aktivitas unggahannya tidak terlalu rutin. Fasilitas meliputi kafe, restoran tiga waktu makan, layanan tur, dan perlengkapan salat di setiap kamar. Tamu

menilai lokasi strategis dekat pusat kota dan stasiun, namun beberapa ulasan mencatat perawatan kamar dan sarapan yang perlu ditingkatkan. Brand image hotel ini lebih menonjolkan kenyamanan harga menengah dengan nuansa syariah sederhana.

Sumber: (WEBSITE *LINGGA HOTEL Bandung* / Indonesia, 2025)



Gambar 1. 3 Lingga Hotel (a) Lobby Hotel (b) Kamar Hotel (c) Mushola

Lingga Hotel terletak di Jl. Soekarno Hatta 464 Bandung, Lingga Hotel menawarkan harga Rp283.930–Rp627.273 per malam. Akun Instagramnya memiliki sekitar 2.512 pengikut dengan informasi lengkap meski interaktivitasnya terbatas. Fasilitas mencakup pusat kebugaran, restoran ber-AC, layanan kamar 24 jam, dan fasilitas nikah, mendukung citra hotel keluarga yang praktis. Ulasan menyoroti kamar yang luas dan bersih serta staf yang ramah, meskipun menu sarapan dinilai sederhana. Lingga memadukan harga menengah dengan fasilitas bisnis dan rekreasi yang cukup lengkap.

Sumber: (WEBSITE *Home - Narapati Hotel*, 2025)



Gambar 1. 4 Narapati Indah Syariah Boutique Hotel (a) Tampak Depan (b) Lobby Hotel (c) Kamar Hotel

Berlokasi di Jl. Pelajar Pejuang 45 No. 31–35 Bandung, hotel ini menawarkan tarif Rp149.793–Rp882.697 per malam. Dengan 2.015 pengikut Instagram, Narapati menonjolkan lokasi strategis di pusat kota dan layanan hangat yang konsisten. Fasilitas meliputi ruang rapat, restoran sarapan, dan layanan staf multibahasa. Tamu memuji kebersihan kamar, keramahan staf, serta penerapan prinsip syariah yang ketat seperti hanya menerima tamu pasangan halal. Citra mereknya adalah hotel butik yang nyaman, bersih, dan bernuansa Islami.

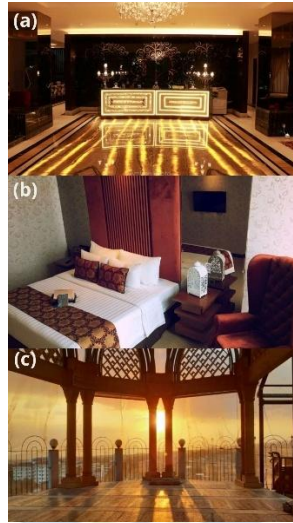
Sumber: (WEBSITE *HOTEL CIGADUNG HOLIDAY SYARIAH Bandung* | Indonesia, 2025)



Gambar 1. 5 Hotel Cigadung Syariah (a) Tampak Depan (b) Lobby Hotel (c) Kamar Hotel

Hotel ini beralamat di Jl. Cigadung Selatan X No. 1, Dago Bandung, dengan tarif Rp141.322–Rp290.083 per malam. Tidak memiliki akun Instagram resmi, sehingga promosi mengandalkan platform pemesanan daring. Fasilitas sederhana meliputi area parkir, taman, dan layanan resepsionis 24 jam. Walau minim ulasan, keberadaan taman dan suasana tenang menjadi daya tarik bagi tamu yang menginginkan penginapan ekonomis dengan prinsip syariah.

Sumber: (Cinnamon Hotel - Syariah Boutique Hotel in Bandung, 2025)



Gambar 1. 6 Cinnamon Boutique Hotel (a) Lobby Hotel (b) Kamar Hotel (c) Mushola

Cinnamon Boutique Hotel di Jl. Setiabudi No. 300 Bandung menampilkan citra mewah bernuansa heritage dengan tarif Rp469.285–Rp1.572.704 per malam. Instagramnya sangat aktif dengan 54,9 ribu pengikut, menonjolkan pemandangan 360 derajat kota Bandung dan berbagai event. Fasilitas meliputi mushola rooftop, restoran, dan ruang rapat. Ulasan tamu menyebut interior megah, keramahan staf, serta nuansa Islami kuat seperti adzan yang terdengar lima kali sehari dan perlengkapan salat di kamar. Hotel ini menonjol sebagai destinasi premium bagi wisatawan Muslim yang menginginkan pengalaman syariah eksklusif.

Perbandingan ketujuh hotel syariah di Bandung memperlihatkan variasi yang jelas pada tiga aspek utama penelitian. Brand image berbeda dari citra premium yang aktif di media sosial (misalnya Hotel Noor dan Cinnamon) hingga citra sederhana tanpa kehadiran digital (seperti Cigadung dan Residence 5). Religiusitas tampak melalui penerapan prinsip syariah—mulai dari perlengkapan ibadah di

kamar, mushola khusus, hingga aturan ketat hanya untuk pasangan halal—dengan tingkat kelengkapan yang bervariasi. Harga pun sangat beragam, dari kelas ekonomi sekitar seratus ribu rupiah per malam hingga kelas premium di atas satu juta rupiah. Fenomena inilah yang menjadi dasar penting penelitian tentang pengaruh brand image, religiusitas, dan harga terhadap minat wisatawan Muslim dalam memilih hotel syariah di Kota Bandung.

Saat ini, Dalam laporan (*Global Muslim Travel Index*, 2023) untuk periode 2023-2024, Indonesia berhasil menduduki peringkat pertama untuk dua tahun berturut-turut sebagai destinasi wisata halal terkemuka di dunia. Pasar halal global juga sangat besar dan diketahui pada *Global Islamic Economic Index* atau GIEI mengeluarkan laporan bahwa ada 7 sektor industri halal, salah satunya halal travel dengan potensi pada tahun 2017 USD 177 Billion setara dengan 2700 T dan di tahun 2023 USD 274 Billion atau setara 3800 T. Hal ini menjadikan Indonesia memiliki potensi yang sangat besar sebagai negara wisata halal yang mayoritas beragama islam .

Kota Bandung sendiri jika berbicara wisata halal banyak sekali tempat wisata halal yang bisa dijadikan referensi apabila akan pergi ke Bandung, Diantaranya ada Desa Indragiri yang terkenal dengan ecowisata halalnya. Selanjutnya, ada juga wisata halal Farm House yang terletak di Lembang, Kota Bandung. Pariwisata Halal menawarkan pelayanan sempurna terhadap muslim *traveler* dan para wisata lainnya. Sehingga hal yang menjadi kebutuhan dasar muslim *traveler* dapat terpenuhi dengan baik dan memuaskan (Qory et al., 2021).

Sekolah Tinggi Pariwisata Enhai Bandung melakukan seminar penelitian mengenai pariwisata halal. Ada tiga kota yang diteliti yaitu borobudur, Malang dan Bandung. Dari penelitian pariwisata halal di bandung menghasilkan bahwasannya terdapat 21 destinasi wisata halal di bandung. Pada penelitian tersebut kemudian setiap destinasi diberi skor dan diurutkan dari yang tertinggi. Destinasi wisata halal pertama adalah kawasan Bandung Timur yaitu kawasan darut tauhid, yang sangat cocok untuk edukasi halal. Kedua berada di daerah Buah-batu, di kawasan pendidikan Institut Seni dan Budaya Indonesia. Dan yang ketiga berada di Gatot Subroto yaitu area Trans Studio Mall, sebagai area rekreasi halal. Aspek suatu wisata dapat disebut hala atau tidak, minimal harus ada pasukan makanan halal, tempat beribadah yang layak, dan juga adanya ketersediaan air bersih (Qory et al., 2021).

Karakteristik wisatawan menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam penelitian ini karena dapat memengaruhi minat dan preferensi mereka dalam memilih akomodasi, termasuk hotel syariah. Wisatawan sendiri memiliki arti, menurut (Kustini, 2015) yaitu seseorang atau sekelompok orang yang mengunjungi suatu tempat dengan sifat sementara atau tidak permanen dan dengan tujuan tertentu.

Pada tahun 2023, jumlah wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung mencapai sekitar 7,5 juta jiwa, bahkan pada tahun 2024 dilansir dari (*Tribunjabar.id*, 2025) jumlah wisatawan sepanjang 2024 menyentuh kisaran 8,5 juta jiwa faktor yang mempengaruhi peningkatan kunjungan wisatawan tersebut karena banyak *long weekend* dan ditambah ada beberapa event menarik yang

digelar di Kota Bandung sepanjang tahun 2024 ujar Sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, Nuzrul Irwan Irawan.

Hal ini menjadikannya salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia. sehingga penelitian ini akan difokuskan pada wisatawan Muslim yang menjadi segmen potensial bagi hotel syariah di Kota Bandung. Penelitian ini akan mengerucutkan subjek hanya kepada wisatawan Muslim yang memenuhi persyaratan untuk menginap di hotel syariah, seperti pasangan suami-istri yang dapat menunjukkan bukti surat nikah dan siapapun yang memiliki kartu tanda penduduk (KTP). Selain itu penulis akan mengidentifikasi tujuan wisatawan Muslim ini dalam mengunjungi Kota Bandung, apakah untuk keperluan liburan/rekreasi, pelatihan/kegiatan profesional, kesehatan, perjalanan spiritual, atau tujuan lainnya. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan Muslim dalam memilih hotel syariah di Kota Bandung.

Minat memilih ke hotel syariah di kota bandung dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti *brand image*, religiusitas dan harga. Kinnear dan Taylor dalam (Umar, 2005) mengatakan, minat membeli adalah salah satu aspek dari perilaku konsumen dalam sikap terhadap konsumsi, yang mencerminkan kecenderungan seseorang untuk bertindak sebelum keputusan pembelian benar-benar dilakukan. Citra Merek merupakan suatu gambaran yang melekat kepada para konsumennya terkait produk, entitas atau layanan tersebut. Menurut (Kotler & Keller, 2009) citra merek adalah Persepsi dan keyakinan yang dimiliki oleh konsumen, sebagaimana tercermin dalam asosiasi yang tertanam dalam ingatan mereka, yang secara otomatis muncul pertama kali saat mendengar slogan dan

melekat di benak mereka. Dalam penelitian ini citra merek nya adalah hotel berlabel syariah. Sehingga bagaimana persepsi dan keyakinannya ketika mendengar hotel dengan labelisasi syariah tersebut.

Menurut (Rakhmat, 2003) Religiusitas adalah keberagamaan, yaitu suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertindak laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada Agama. Oleh karena itu, individu dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memilih layanan atau produk yang sejalan dengan nilai-nilai keagamaan yang mereka anut.

Harga merupakan suatu nilai yang ditetapkan sebagai acuan untuk menentukan nilai suatu barang atau jasa. Menurut (Kotler & Armstrong, 2014) Harga adalah sejumlah uang yang dikenakan untuk suatu barang atau jasa, atau nilai uang yang dikeluarkan konsumen sebagai imbalan atas manfaat yang diperoleh dari kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa tersebut. Faktor harga akan dapat berpengaruh terhadap minat memilih hotel syariah karena mencerminkan nilai manfaat yang diperoleh konsumen. Penetapan harga yang kompetitif, sesuai dengan fasilitas dan layanan berbasis syariah yang dia dapatkan.

Urgensi dalam penelitian ini yaitu industri perhotelan syariah telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama di wilayah dengan jumlah wisatawan yang semakin hari semakin banyak. Namun, upaya untuk memaksimalkan potensi pasar ini masih menghadapi tantangan terkait kesadaran dan preferensi konsumen terhadap hotel syariah. Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi minat memilih hotel syariah. Dengan menganalisis pengaruh brand image, religiusitas,

dan harga, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan berharga bagi pelaku industri perhotelan syariah dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif.

Brand image yang kuat dan positif dapat meningkatkan kepercayaan serta minat konsumen terhadap hotel syariah (Rahardi & Wiliasih, 2016), terutama di Kota Bandung yang memiliki banyak wisatawan muslim. Religiusitas memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan konsumen Muslim, karena mereka cenderung memilih akomodasi yang sesuai dengan nilai-nilai keagamaan yang dianut (Isqumariah, 2021). Di sisi lain, harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas serta manfaat yang ditawarkan dapat menarik konsumen untuk memilih hotel syariah sebagai tempat menginap yang nyaman dan bernilai.

Berdasarkan uraian masalah di atas maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor *Brand Image*, Religiusitas, Dan Harga dalam Mempengaruhi Minat Konsumen Memilih Hotel Syariah Di Kota Bandung”

b. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap minat wisatawan memilih Hotel Syariah di Kota Bandung?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat wisatawan memilih Hotel Syariah di Kota Bandung?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat wisatawan memilih Hotel Syariah di Kota Bandung?

4. Apakah *brand image*, religiusitas, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat wisatawan memilih Hotel Syariah di Kota Bandung?

c. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap minat wisatawan memilih Hotel Syariah di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat wisatawan memilih Hotel Syariah di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat wisatawan memilih Hotel Syariah di Kota Bandung
4. Untuk mengetahui pengaruh *brand image*, religiusitas, dan harga secara simultan terhadap minat wisatawan memilih Hotel Syariah di Kota Bandung

d. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi penting dalam memperkaya wawasan ilmiah di bidang ekonomi, manajemen, dan pariwisata, khususnya mengenai faktor *brand image*, religiusitas dan harga yang memengaruhi minat wisatawan dalam memilih hotel syariah. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi referensi atau dasar bagi penelitian lanjutan yang ingin mengeksplorasi lebih dalam terkait industri hotel syariah.

2. Manfaat Praktis

Bagi hotel syariah, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan mengenai faktor utama yang memengaruhi minat keputusan wisatawan, sehingga membantu dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dengan memanfaatkan citra merek, menonjolkan nilai Islami, dan menawarkan harga yang kompetitif.

3. Bagi Pemerintah Daerah

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Kota Bandung dan Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam merumuskan kebijakan pengembangan pariwisata halal. Data dan temuan penelitian memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan Muslim terhadap hotel syariah, sehingga pemerintah daerah dapat menyusun program promosi, penyediaan fasilitas, serta regulasi pendukung yang lebih tepat sasaran untuk meningkatkan daya tarik wisata halal di Kota Bandung.

4. Bagi Wisatawan

Hasil penelitian ini memberi informasi yang bermanfaat bagi wisatawan Muslim, khususnya terkait pentingnya brand image, religiusitas, dan harga dalam memilih hotel syariah. Wisatawan dapat menggunakan temuan penelitian sebagai referensi dalam mempertimbangkan kualitas layanan dan kesesuaian hotel syariah dengan prinsip-prinsip Islami, sehingga mereka dapat merencanakan perjalanan yang lebih aman, nyaman, dan sesuai nilai keagamaan.

5. Bagi penulis

Penelitian ini memberikan manfaat langsung bagi penulis, terutama dalam mengembangkan pengetahuan dan keahlian terkait konsep digitalisasi, religiusitas, dan harga dalam industri perhotelan syariah. Proses penelitian membantu penulis mengasah kemampuan analisis, perancangan studi, pengumpulan data, dan penyusunan laporan secara sistematis, yang menjadi modal penting untuk karier profesional maupun studi lanjutan. Selain itu, penelitian ini menjadi syarat akademik untuk menyelesaikan studi S1 dan memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan industri halal, khususnya di sektor perhotelan syariah.

6. Bagi Penulis Lain

Penelitian ini dapat dijadikan acuan dan landasan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji sektor pariwisata halal atau industri perhotelan syariah. Peneliti lain dapat memperluas variabel, menambah wilayah penelitian, atau menggunakan metode berbeda seperti pendekatan kualitatif atau mixed methods, sehingga memperkaya literatur akademik mengenai pariwisata halal dan perilaku konsumen Muslim di Indonesia.