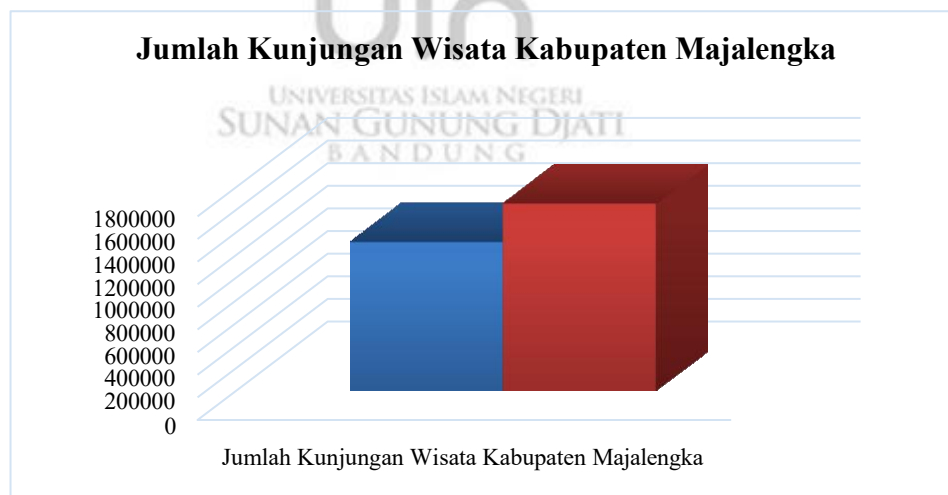


BAB I

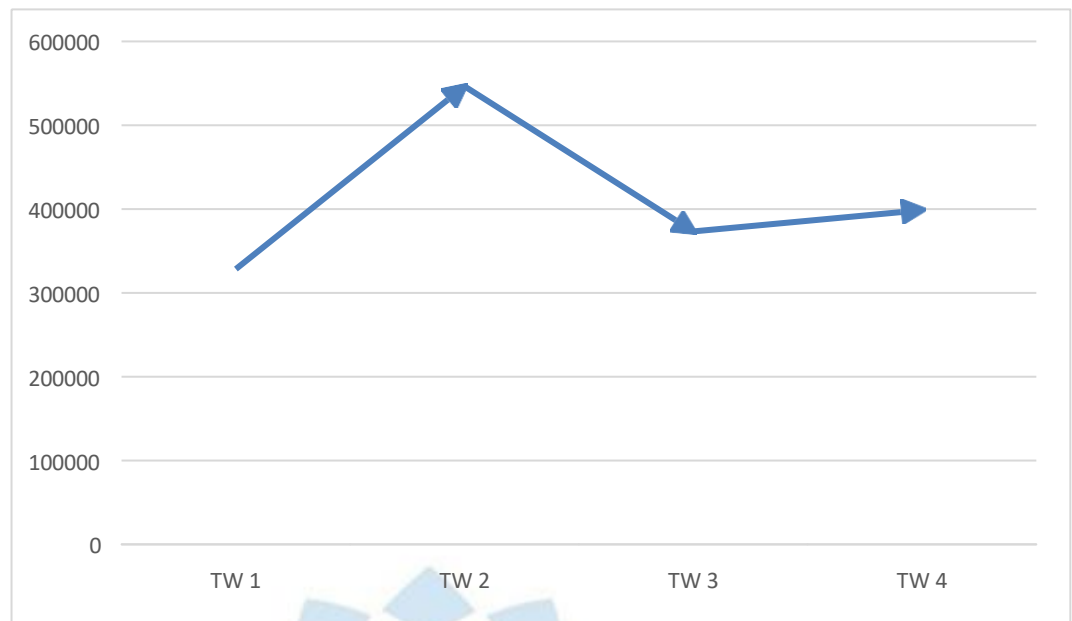
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata di Kabupaten Majalengka telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama sejak beroperasinya Bandara Internasional Kertajati yang memberikan kemudahan akses bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Perkembangan ini mendorong meningkatnya kebutuhan terhadap fasilitas akomodasi yang mampu memenuhi preferensi wisatawan, termasuk hotel berbasis syariah. Hotel syariah semakin diminati karena menawarkan kenyamanan, keamanan, serta jaminan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal yang menjadi pertimbangan penting bagi wisatawan Muslim (Fadilah et al., 2022). Namun demikian, bertambahnya jumlah hotel syariah di Majalengka memicu tingkat persaingan yang semakin ketat. Agar dapat bersaing secara efektif, pengelola hotel perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam memilih akomodasi, khususnya citra merek, kualitas pelayanan, dan harga (Ismail, 2023).



Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisata Kabupaten Majalengka
(Sumber Data : <https://opendata.majalengkakab.go.id/infografik/potret-kunjungan-wisata-kabupaten-majalengka-2025>)



Gambar 2. Kunjungan Wisatawan Per-Triwulan Tahun 2025

(Sumber Data : <https://opendata.majalengkakab.go.id/infografik/potret-kunjungan-wisata-kabupaten-majalengka-2025>)

Perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Majalengka yang semakin pesat tersebut tercermin dari peningkatan signifikan jumlah kunjungan wisatawan sepanjang tahun 2025. Berdasarkan data resmi pemerintah daerah, total kunjungan wisata mencapai 1.646.955 pengunjung, mengalami kenaikan sekitar 26% dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa daya tarik destinasi wisata di Majalengka semakin kuat, yang didukung oleh berbagai faktor seperti intensifikasi promosi pariwisata, kemudahan aksesibilitas, serta meningkatnya minat masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata (Fauzi, 2021). Secara lebih rinci, distribusi kunjungan wisatawan menunjukkan adanya fluktuasi musiman, di mana puncak kunjungan terjadi pada triwulan II dengan jumlah 546.417 pengunjung. Kondisi ini dipengaruhi oleh adanya periode libur panjang yang mendorong mobilitas wisatawan secara signifikan. Selain itu, preferensi wisatawan masih didominasi oleh destinasi wisata berbasis alam, seperti Situ Cipanten, Terasering Panyaweuyan, dan Situ Ciranca yang menjadi tiga destinasi dengan jumlah kunjungan tertinggi sepanjang tahun 2025 (Rossadi & Widayati, 2018).

Sejumlah persepsi negatif masih melekat pada hotel konvensional yang kerap diasosiasikan sebagai tempat hiburan malam dan berbagai aktivitas yang bertentangan dengan norma agama, seperti konsumsi minuman beralkohol, pergaulan bebas, penyalahgunaan narkoba, serta praktik prostitusi. Pandangan tersebut menimbulkan sikap kehati-hatian di kalangan konsumen, khususnya wisatawan Muslim, dalam memilih akomodasi yang dianggap aman dan sesuai dengan nilai moral yang dianut (Asteriananda, 2022). Kondisi ini menjadi salah satu faktor yang mendorong meningkatnya kebutuhan akan hotel berbasis syariah sebagai alternatif akomodasi yang lebih terjaga secara etika dan religious (Hani, 2025).

Larangan terhadap perilaku yang mengarah pada perbuatan zina telah ditegaskan secara jelas dalam Al-Qur'an, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. *Al-Isrā'* ayat 32:

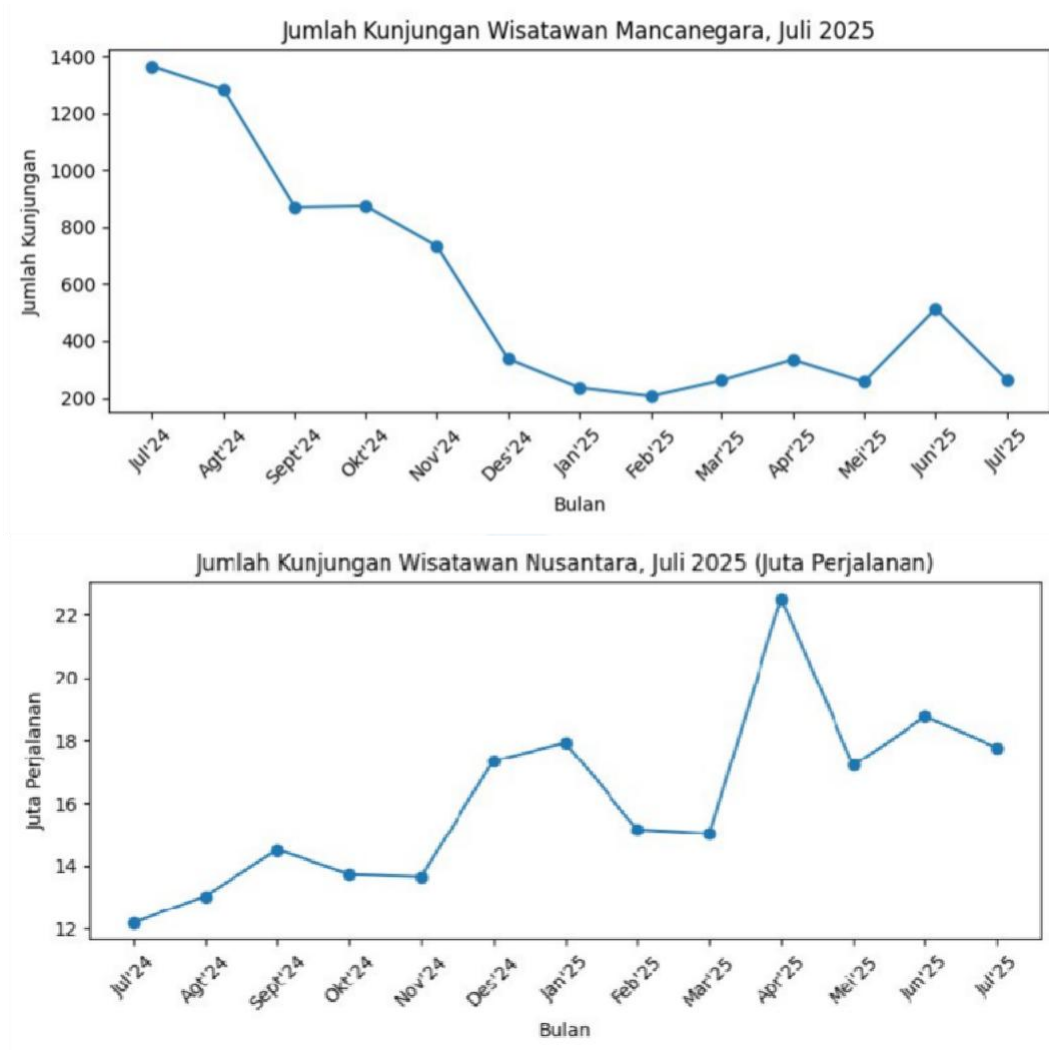
وَرَوْلَ وَالْأَقْوَابَ يُبَيِّنُ ۖ وَأَن تَأْكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ وَأَن تَزْنُوا ۚ وَالزَّانِيَةُ وَالزَّانِي يُبَيِّنُ ۚ

Artinya: "Dan janganlah kamu mendekati zina; sesungguhnya zina itu adalah suatu perbuatan yang keji dan suatu jalan yang buruk." (Qur'an NU Online)

Ayat tersebut menjadi landasan normatif dalam pengembangan konsep hotel syariah, yang bertujuan menciptakan lingkungan menginap yang aman, bermoral, dan sesuai dengan prinsip Islam. Hotel syariah hadir sebagai bentuk respons terhadap kebutuhan wisatawan Muslim akan akomodasi yang terbebas dari aktivitas yang dilarang secara syariat, serta mampu memberikan ketenangan dan rasa aman selama menginap (Gustiana et al., 2025).

Dalam perspektif syariah, pengelolaan hotel tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi dan kepuasan pelanggan, tetapi juga pada pemenuhan nilai-nilai Islam yang menekankan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab moral dalam setiap aktivitas bisnis. Hotel syariah diharapkan mampu menerapkan prinsip halal secara menyeluruh, baik dalam penyediaan fasilitas, perilaku pelayanan, maupun kebijakan manajerial, sehingga mampu memberikan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan Muslim (Supriatna, 2025). Oleh karena itu, konsep syariah menjadi landasan penting dalam membentuk persepsi

wisatawan terhadap kualitas hotel syariah.



Gambar 3. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara & Nusantara ke Jawa Barat 2025

Sumber: Disparbud Jabar (2025)

Brand Image dalam konteks hotel syariah tidak hanya dipahami sebagai identitas merek atau strategi pemasaran, tetapi juga sebagai representasi komitmen hotel terhadap nilai-nilai syariah yang diterapkan secara konsisten. Citra merek yang positif mencerminkan kesesuaian antara klaim hotel sebagai hotel syariah dengan praktik operasional yang dijalankan. Dewi et al. (2025) menyatakan bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli wisatawan, karena citra merek yang kuat mampu membangun

kepercayaan dan keyakinan wisatawan dalam memilih akomodasi. Dalam pasar hotel syariah yang semakin kompetitif, citra merek berbasis nilai Islam menjadi strategi penting untuk menarik minat wisatawan Muslim (Abrian, 2025a).

Selain *Brand Image*, kualitas pelayanan dalam hotel syariah memiliki dimensi yang lebih luas karena tidak hanya dinilai dari kecepatan dan ketepatan layanan, tetapi juga dari kesesuaian perilaku pelayanan dengan etika Islam. Pelayanan yang ramah, empatik, sopan, serta menjunjung tinggi adab interaksi antara karyawan dan tamu merupakan bagian dari nilai pelayanan syariah. Penelitian Zarima Yulita dan Prasetyo (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menginap wisatawan hotel syariah, di mana pelayanan yang baik mampu menciptakan persepsi positif dan meningkatkan niat kunjungan ulang (Haikal et al., 2025). Hal ini sejalan dengan temuan Afrilian dan Hanum (2022) yang menegaskan bahwa pelayanan berbasis prinsip syariah, seperti keramahan, empati, keandalan, dan kebersihan, merupakan faktor penting dalam membangun kepuasan dan kepercayaan wisatawan (Abrian, 2025b).

Harga juga menjadi aspek penting dalam pengelolaan hotel syariah karena berkaitan langsung dengan prinsip keadilan dan kewajaran. Dalam perspektif syariah, harga yang ditetapkan harus mencerminkan keseimbangan antara manfaat yang diperoleh wisatawan dengan biaya yang dikeluarkan, tanpa adanya unsur ketidakjelasan atau ketidakwajaran. Zarima Yulita dan Prasetyo (2024) menemukan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat menginap wisatawan, di mana wisatawan cenderung memilih hotel yang menawarkan harga sepadan dengan kualitas layanan dan fasilitas yang diberikan (Fathoni et al., 2020). Penelitian Afrilian dan Hanum (2022) juga menegaskan bahwa harga yang sesuai dengan fasilitas dan pelayanan menjadi salah satu faktor penentu minat wisatawan dalam memilih hotel syariah, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat (Wijayanti et al., 2025).

Dengan demikian, permasalahan hotel syariah tidak hanya terletak pada aspek persaingan bisnis, tetapi juga pada sejauh mana nilai-nilai syariah dapat

diimplementasikan secara konsisten dalam membangun *Brand Image*, memberikan pelayanan, dan menetapkan harga. Ketidaksesuaian antara konsep syariah yang diklaim dengan praktik yang dirasakan wisatawan berpotensi menurunkan minat menginap. Oleh karena itu, kajian mengenai pengaruh *Brand Image*, kualitas pelayanan, dan harga dalam konteks hotel syariah menjadi penting untuk diteliti secara empiris, khususnya pada hotel syariah yang beroperasi di daerah dengan perkembangan pariwisata yang pesat seperti Kabupaten Majalengka (Putra et al., 2025).

Penelitian lain oleh Afrilian & Hanum (2022) menunjukkan bahwa dalam konteks hotel syariah, pelayanan yang memenuhi prinsip syariah seperti keramahan, empati, keandalan, serta penerapan protokol kebersihan menjadi faktor penting yang menentukan kepuasan dan minat wisatawan untuk memilih akomodasi tersebut (Marshelly, 2026). Mereka menegaskan bahwa pelayanan berbasis syariah tidak hanya dipahami sebagai etika dalam berinteraksi, tetapi sebagai standar moral dan operasional yang harus dipenuhi untuk membangun kepercayaan wisatawan Muslim, terutama di era kompetitif seperti sekarang ini (Abrian, 2025).

Selain citra merek dan pelayanan, harga menjadi variabel penting dalam mempengaruhi keputusan wisatawan. Wisatawan umumnya mempertimbangkan kesesuaian antara harga dengan manfaat dan fasilitas yang diperoleh (Oktaviyani, 2020). Dalam konteks persaingan hotel syariah, strategi penentuan harga yang kompetitif sangat diperlukan untuk memenuhi ekspektasi wisatawan, terutama yang sensitif terhadap perbandingan harga antarhotel. Zarlima Yulita & Prasetyo (2024) menunjukkan bahwa persepsi pengunjung terhadap harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menginap, di mana wisatawan cenderung memilih hotel yang menawarkan harga sepadan dengan kualitas layanan dan fasilitas yang diberikan (Fathoni et al., 2020).

Penelitian Afrilian & Hanum (2022) juga menegaskan bahwa harga yang sesuai dengan fasilitas, kenyamanan, dan pelayanan menjadi salah satu faktor penentu minat wisatawan dalam memilih hotel syariah. Dalam situasi

persaingan yang tinggi, wisatawan makin selektif dalam memilih akomodasi, sehingga perbandingan antara nilai yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan menginap (Wijayanti et al., 2025).

Meskipun demikian, penelitian tentang pengaruh *Brand Image*, layanan, dan harga secara simultan terhadap minat wisatawan dalam memilih hotel syariah masih relatif terbatas, khususnya di kabupaten yang sedang berkembang seperti Majalengka. Padahal, wilayah ini memiliki potensi besar dalam pengembangan hotel syariah seiring meningkatnya kunjungan wisatawan ke destinasi-destinasi unggulan seperti Terasering Panyaweuyan, Curug Cipeuteuy, hingga wisata buatan yang terus dikembangkan pemerintah daerah. Pertumbuhan ini secara otomatis mendorong peningkatan permintaan terhadap akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan, baik dari segi kenyamanan maupun kepatuhan terhadap nilai-nilai keagamaan (Fathoni et al., 2020).

Tabel 1. 1 Hotel Syariah di Kabupaten Majalengka dan Klasifikasinya

No	Nama Hotel Syariah	Kategori / Perkiraan Bintang	Lokasi	Keterangan Utama
A. Bintang 1				
1	Urbanview Hotel Hikmah Syariah	Bintang 1	Pusat Kabupaten Majalengka	Lokasi strategis dekat CBD dan universitas, cocok untuk tamu bisnis
2	Hotel Noni Syariah	Bintang 1	Dekat Alun-Alun Majalengka	Menyediakan restoran, WiFi, dan akses mudah ke pusat kota
B. Bintang 2				
1	Wisma Baznas Syariah Majalengka Mitra RedDoorz	Bintang 2	Kabupaten Majalengka	WiFi gratis, AC, staf resepsionis, harga terjangkau
2	Jatiwangi Syariah Guest House Mitra RedDoorz	Bintang 2	Jatiwangi	Pilihan populer dengan rating pengguna yang baik
3	Urbanview Hotel Mutiara Persada Syariah Majalengka by	Bintang 2	Kasokandel	Resepsionis 24 jam, Wifi, akses menuju Bandara Kertajati.

	RedDoorz			
--	----------	--	--	--

Sumber: Disparbud Jabar (2025)

Perlu ditegaskan bahwa klasifikasi kategori bintang (perkiraan) pada Tabel 1.1 di atas bersumber dari informasi yang dipublikasikan oleh platform pemesanan daring (*online travel agent/OTA*) seperti Traveloka, RedDoorz, dan Urbanview, serta hasil penelusuran data publik lainnya. Klasifikasi tersebut merupakan penilaian internal platform berdasarkan fasilitas dan preferensi pengguna, bukan merupakan sertifikasi resmi hotel syariah yang dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang, seperti Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) melalui Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU) Pariwisata Syariah maupun Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Oleh karena itu, penggunaan label "syariah" pada nama hotel-hotel tersebut dalam penelitian ini dipahami sebagai identitas usaha (*self-declared/self-claim*) yang mencerminkan orientasi pasar dan konsep operasional, dan bukan sebagai bukti kepatuhan yang telah tersertifikasi secara resmi terhadap Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah. Penelitian ini menggunakan klasifikasi berdasarkan informasi publik yang tersedia pada saat penelitian dilakukan, dengan kesadaran penuh atas keterbatasan tersebut, sehingga interpretasi terhadap istilah "hotel syariah" dalam penelitian ini bersifat operasional-persepsional, yaitu sejauh mana hotel tersebut dipersepsikan oleh wisatawan sebagai hotel yang menerapkan nilai-nilai syariah, bukan penilaian kepatuhan hukum secara formal.

Relevan untuk dieksplorasi lebih lanjut mengingat perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Majalengka yang menunjukkan tren peningkatan, khususnya setelah beroperasinya Bandara Internasional Kertajati yang berperan sebagai pengungkit mobilitas wisatawan dan aktivitas ekonomi daerah (Gustiana et al., 2025). Berdasarkan Tabel X.X, terdapat sejumlah hotel dan penginapan berbasis syariah di Kabupaten Majalengkar yang tercatat pada berbagai platform pemesanan daring, seperti Traveloka dan mitra jaringan RedDoorz serta Urbanview. Keberadaan hotel-hotel syariah tersebut

mencerminkan adanya upaya penyediaan akomodasi yang selaras dengan kebutuhan wisatawan Muslim, sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa permintaan terhadap hotel syariah terus meningkat di wilayah dengan mayoritas penduduk Muslim (Smaradhana & Setyorini, 2019).

Meskipun demikian, jumlah hotel syariah di Kabupaten Majalengka masih relatif terbatas apabila dibandingkan dengan hotel konvensional yang beroperasi di wilayah yang sama. Kondisi ini mengindikasikan adanya peluang yang cukup besar untuk meningkatkan penetrasi hotel syariah dalam pasar pariwisata daerah (Fachrunnisa, 2025). Hotel-hotel syariah yang ada berupaya memastikan seluruh aktivitas operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, antara lain melalui penyediaan makanan halal, penerapan kebijakan tamu sesuai ketentuan agama, ketersediaan fasilitas ibadah, serta penciptaan lingkungan menginap yang kondusif dan bernuansa Islami (Traveloka – Hotel & Activities, 2025).

Meskipun jumlahnya masih terbatas, fenomena tersebut menarik untuk dikaji lebih lanjut guna memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih hotel syariah sebagai tempat menginap. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan kajian pada tiga variabel utama, yaitu *Brand Image*, religiusitas, dan harga, untuk menggali bagaimana ketiga faktor tersebut berperan dalam membentuk minat dan preferensi wisatawan Muslim terhadap akomodasi berbasis syariah di Kabupaten Majalengka.

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa masing-masing hotel syariah di Majalengka memiliki citra merek dan strategi penetapan harga yang berbeda-beda. Berdasarkan informasi dari platform pemesanan daring dan media promosi hotel, Urbanview Hotel Hikmah Syariah dan Hotel Noni Syariah yang dipersepsikan berada pada kategori bintang satu (perkiraan) menonjolkan citra sebagai hotel syariah yang sederhana namun strategis, dengan fasilitas dasar seperti WiFi, pendingin ruangan, dan akses mudah ke pusat kota. Karakteristik ini menjadikan hotel tersebut relevan bagi wisatawan bisnis maupun wisatawan dengan orientasi efisiensi biaya (Traveloka – Hotel

& Activities, 2025).

Pada kategori bintang dua, hotel seperti Wisma Baznas Syariah Majalengka, Jatiwangi Syariah Guest House, Hotel O Al Mahira Syariah, RedDoorz Syariah @ Kolonial Guest House, serta Urbanview Hotel Mutiara Persada Syariah Majalengka cenderung menampilkan citra akomodasi yang ekonomis dan fungsional. Hotel-hotel tersebut menawarkan fasilitas dasar yang memadai dengan harga relatif terjangkau, sehingga menyasar segmen wisatawan Muslim kelas menengah ke bawah yang tetap mengutamakan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Sementara itu, Arya Hotel Syariah yang dipersepsikan setara dengan kategori bintang tiga (perkiraan) menampilkan citra yang lebih representatif dengan fasilitas restoran dan layanan kamar, serta lokasi yang dekat dengan pusat aktivitas ekonomi di kawasan Kadipaten.

Dari sisi religiusitas, seluruh hotel syariah di Majalengka secara umum menerapkan prinsip-prinsip dasar syariah, seperti tidak menyediakan minuman beralkohol, hanya menerima pasangan tamu yang sah secara agama, serta menyediakan perlengkapan ibadah dan penunjuk arah kiblat di kamar. Namun demikian, tingkat kelengkapan fasilitas religius dan penguatan identitas syariah bervariasi antarhotel, mulai dari penerapan yang sederhana hingga yang lebih komprehensif, tergantung pada segmentasi pasar yang dituju masing-masing hotel.

Perbedaan citra merek, tingkat penerapan nilai religiusitas, serta variasi harga tersebut menunjukkan bahwa wisatawan Muslim di Kabupaten Majalengka dihadapkan pada beragam alternatif hotel syariah sesuai dengan preferensi dan kemampuan finansial mereka. Wisatawan yang mengutamakan kenyamanan dan fasilitas yang lebih lengkap cenderung memilih hotel dengan kategori bintang yang lebih tinggi, sedangkan wisatawan yang berorientasi pada efisiensi biaya lebih memilih hotel syariah dengan konsep sederhana dan harga ekonomis. Variasi inilah yang mendasari pentingnya penelitian mengenai pengaruh *Brand Image*, religiusitas, dan harga terhadap minat wisatawan Muslim dalam memilih hotel syariah di Kabupaten Majalengka.

Lebih lanjut, laporan *Global Muslim Travel Index (2023)* menunjukkan bahwa Indonesia kembali menempati peringkat pertama sebagai destinasi wisata halal dunia selama dua tahun berturut-turut pada periode 2023–2024. Selain itu, laporan *Global Islamic Economy Indicator* mencatat bahwa sektor pariwisata halal merupakan salah satu dari tujuh sektor industri halal dengan nilai pasar global yang terus meningkat, dari sekitar USD 177 miliar pada tahun 2017 menjadi USD 274 miliar pada tahun 2023. Kondisi tersebut menegaskan bahwa Indonesia, termasuk daerah seperti Kabupaten Majalengka dengan mayoritas penduduk Muslim, memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan pariwisata halal (Global Muslim Travel Index, 2023).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa hotel syariah bukan lagi sekadar alternatif, tetapi mulai menjadi pilihan utama bagi wisatawan Muslim yang mengutamakan akomodasi aman, nyaman, dan sesuai prinsip syariah. Namun di sisi lain, persaingan yang semakin ketat antara hotel syariah dan hotel konvensional menuntut pengelola hotel untuk menerapkan strategi yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan pasar (Putranto, 2025). Pemahaman komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan sangat diperlukan untuk membangun strategi pemasaran dan pelayanan yang tepat sasaran (Wijayanti et al., 2025).

Meskipun berbagai penelitian telah membahas pengaruh *Brand Image*, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat wisatawan memilih hotel syariah, kajian yang secara spesifik meneliti hotel syariah di Majalengka masih terbatas (Damayanti & Rusyida, 2023). Padahal, karakteristik wisatawan, tingkat persaingan, serta kondisi sosial dan budaya di Majalengka memiliki keunikan tersendiri yang tidak dapat disamaratakan dengan daerah lain. Oleh karena itu, penelitian yang berfokus pada satu objek hotel syariah menjadi penting untuk memperoleh gambaran empiris yang lebih mendalam dan kontekstual (Putri et al., 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian mengenai pengaruh *Brand*

Image, layanan, dan harga terhadap minat wisatawan memilih hotel syariah di Kabupaten Majalengka menjadi relevan untuk dilakukan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya bukti empiris terkait faktor-faktor yang memengaruhi ketertarikan wisatawan, sekaligus berfungsi sebagai referensi bagi pengelola hotel syariah dalam mengembangkan strategi pelayanan yang lebih berkualitas dan kompetitif. Selain itu, temuan penelitian dapat berkontribusi pada pengembangan industri perhotelan syariah di Majalengka agar semakin adaptif terhadap perkembangan kebutuhan wisatawan, sekaligus memperkuat posisi hotel syariah sebagai salah satu pilar penting dalam perkembangan pariwisata daerah.

B. Identifikasi Masalah

Sejalan dengan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, mengenai pengaruh *Brand Image*, layanan, dan harga terhadap minat wisatawan dalam memilih hotel syariah di Kabupaten Majalengka, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang relevan sebagai berikut:

1. Perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Majalengka yang meningkat pesat belum sepenuhnya diimbangi dengan pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan dalam memilih akomodasi, khususnya hotel berbasis syariah.
2. Persaingan antar hotel syariah di Majalengka semakin ketat, namun masing-masing hotel memiliki *Brand Image* yang berbeda sehingga memengaruhi persepsi dan kepercayaan wisatawan.
3. Masih terdapat kesenjangan antara konsep hotel syariah yang diklaim dengan implementasi nyata di lapangan, terutama dalam hal konsistensi penerapan nilai-nilai syariah yang dapat memengaruhi minat wisatawan.
4. Kualitas layanan pada hotel syariah belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi wisatawan, baik dari segi profesionalitas, keramahan, maupun kesesuaian dengan prinsip pelayanan Islami.
5. Variasi harga antar hotel syariah cukup beragam, sehingga menimbulkan perbedaan persepsi wisatawan terhadap kesesuaian harga dengan fasilitas dan layanan yang diberikan.

6. Wisatawan masih mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memutuskan memilih hotel syariah, sehingga diperlukan analisis empiris mengenai pengaruh *Brand Image*, layanan, dan harga terhadap minat mereka.
7. Penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh ketiga variabel tersebut secara simultan terhadap minat wisatawan di Kabupaten Majalengka masih terbatas.

C. Batasan Masalah

Guna memastikan penelitian dilaksanakan secara sistematis dan terfokus pada tujuan yang ingin dicapai, ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada aspek-aspek berikut:

1. Penelitian hanya difokuskan pada pengaruh tiga variabel independen, yaitu *Brand Image*, kualitas layanan, dan harga terhadap variabel dependen berupa minat wisatawan.
2. Objek penelitian dibatasi pada hotel syariah yang berada di wilayah Kota/Kabupaten Majalengka.
3. Subjek penelitian adalah wisatawan yang pernah menginap atau memiliki pengalaman serta pengetahuan mengenai hotel syariah di Majalengka.
4. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner sebagai instrumen utama pengumpulan data.
5. Analisis yang digunakan terbatas pada pengujian pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel *Brand Image*, layanan, dan harga terhadap minat wisatawan.
6. Variabel lain di luar penelitian, seperti lokasi, promosi, fasilitas tambahan, dan faktor sosial budaya tidak dianalisis secara mendalam dalam penelitian ini.

D. Rumusan Masalah

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

1. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap minat wisatawan dalam memilih hotel syariah di Kabupaten Majalengka?

2. Apakah layanan berpengaruh terhadap minat wisatawan dalam memilih hotel syariah di Kabupaten Majalengka?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat wisatawan dalam memilih hotel syariah di Kabupaten Majalengka?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *Brand Image*, layanan, dan harga terhadap minat wisatawan dalam memilih hotel syariah di Kabupaten Majalengka.

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap minat wisatawan dalam memilih hotel syariah di Kabupaten Majalengka.
- b. Untuk mengetahui pengaruh layanan terhadap minat wisatawan dalam memilih hotel syariah di Kabupaten Majalengka.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat wisatawan dalam memilih hotel syariah di Kabupaten Majalengka.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran pariwisata dan manajemen perhotelan berbasis syariah. Hasil penelitian dapat memperkaya kajian mengenai pengaruh *Brand Image*, layanan, dan harga terhadap minat wisatawan dalam memilih akomodasi syariah, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas model pengambilan keputusan wisatawan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pengelola Hotel Syariah

Penelitian ini memberikan informasi empiris mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi minat wisatawan. Temuan penelitian dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pemasaran,

peningkatan kualitas pelayanan, dan penetapan harga yang lebih kompetitif untuk meningkatkan daya saing hotel syariah di Kabupaten Majalengka.

b. Bagi Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata

Hasil penelitian dapat menjadi rujukan dalam perumusan program pengembangan pariwisata berbasis syariah, sekaligus mendorong peningkatan kualitas layanan akomodasi demi mendukung pertumbuhan kunjungan wisatawan.

c. Bagi Akademisi dan Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi acuan dan bahan literatur bagi penelitian yang berkaitan dengan perilaku wisatawan, pemasaran hotel, serta pengembangan industri pariwisata syariah di daerah berkembang.

d. Bagi Masyarakat dan Wisatawan

Informasi yang dihasilkan dapat membantu wisatawan memahami aspek-aspek yang perlu dipertimbangkan dalam memilih hotel syariah, sekaligus memberikan gambaran mengenai kualitas layanan dan kompetensi hotel syariah di Majalengka.

G. Jadwal Penelitian

Untuk menunjang kelancaran pelaksanaan penelitian, peneliti menyusun jadwal penelitian yang memuat tahapan kegiatan mulai dari pengajuan judul, penyusunan proposal, seminar proposal, pengumpulan dan analisis data, penyusunan skripsi, hingga pelaksanaan sidang munaqasyah. Jadwal penelitian dilaksanakan pada periode Oktober 2025 sampai dengan Juni 2026 sebagaimana disajikan pada Tabel 1.2.

Tabel 1. 2 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1. Tahap Persiapan										
1	Pengajuan Judul dan Perizinan									
2	Penyusunan Proposal									
3	Seminar Proposal									
2. Tahap Pelaksanaan										
4	Revisi Proposal dan Instrumen Penelitian									
5	Pengumpulan Data									
6	Pengolahan dan Analisis Data									
7	Ujian Komprehensif									
3. Tahap Penyusunan										
8	Penyusunan Bab IV dan Bab V									
9	Bimbingan Skripsi									
10	Revisi dan Penyelesaian Skripsi									
11	Sidang Munaqasyah									

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori-teori yang relevan dengan variabel penelitian, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir serta hipotesis penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, seperti jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis

data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi penyajian data hasil penelitian, analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan temuan penelitian.

BAB V: PENUTUP

Berisi kesimpulan, implikasi, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

