

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KONSEP HOTEL SYARIAH (*SHARIA -COMPLIANT HOTEL*) DI HOTEL BUNDA PADANG

Verinita* dan Fadhillah Rizki Irza

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Andalas, Padang

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap hotel syariah pada Hotel Bunda Padang. Variabel dalam penelitian ini adalah Konsep Syariah pada Hotel yang terdiri dari 3 sub variabel yaitu operasi pelayanan, desain dan interior dan keuangan. Untuk mengetahui hasil persepsi konsumen, peneliti menggunakan Analisis Univariat. Populasi yang digunakan adalah pengunjung Hotel Bunda Padang dengan sampel 135 responden dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata responden memberikan persepsi yang positif terhadap konsep Hotel Syariah pada Hotel Bunda Padang dengan nilai rata-rata tertinggi pada bagian sub variabel Keuangan yaitu manajemen dan fasilitas keuangan berbasis kepatuhan syariah.

Kata Kunci: Hotel Syariah, Operasional Pelayanan, Desain dan Interior, Keuangan, dan persepsi konsumen

ABSTRACT: *This study aims to determine consumer perceptions of sharia hotels in the Hotel Bunda Padang. The Variables in this study are Sharia Concepts in Hotels, which consist of 3 sub-variables, service operation, design and interior, and financial operations. To find out the result of consumer perceptions, researchers used Univariate Analysis. The population used was visitors of Bunda Padang Hotel with a sample of 135 respondents with purposive sampling method. The results of this research show that the average respondent gives a positive perception of the concept of sharia Hotels at Bunda Padang Hotel with the highest average value in the Sub Financial Variables section namely management and financial facilities based on sharia compliance.*

Keywords: *design and interior sharia compliant hotel, consumer perception, service, and financial.*

* Surel Korespondensi Penulis: verinitaarsya@gmail.com

DOI: 10.24252/minds.v5i2.6312

ISSN-E: 2597-6990

ISSN-P: 2442-4951

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/minds>

PENDAHULUAN

Sektor ekonomi yang berperan besar dan mempercepat pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah pariwisata. Pariwisata menjadi prioritas nasional dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) tahun 2015 hingga tahun 2019. Secara bertahap dari tahun ke tahun dalam periode 5 tahun RPJM 2015 hingga 2019 pembangunan pariwisata di prioritaskan dan diberi target pencapaiannya. Dalam perkembangan pariwisata nusantara Pemerintah telah meningkatkan destinasi dan investasi pariwisata di Indonesia serta melakukan ekspansi dan diversifikasi yang berkelanjutan. (setkab.go.id)

Dalam meningkatkan daya saing serta promosi pariwisata di Indonesia, Pemerintah mengikuti berbagai ajang kompetisi tingkat dunia. Salah satu ajang yang di ikuti oleh Indonesia adalah World Halal Tourism Award 2016 (WHTA 2016). WHTA 2016 adalah penghargaan yang diberikan kepada destinasi-destinasi halal. Destinasi halal yang dimaksud adalah tujuan wisata yang lengkap dengan fasilitas halal, peristiwa ramah wisatawan muslim (*moeslem friendly tourism*) (kominfo.go.id).

Provinsi Sumatera Barat sebagai daerah yang masuk kategori serta memenangkan kompetisi tingkat dunia seperti WHTA 2016, memiliki berbagai potensi dan keunggulan pariwisata. Sumatera Barat memiliki budaya dan adat istiadat yang masih kental, alam yang indah dan eksotis yang menjadi daya tarik tujuan wisata. Kota Padang sebagai ibukota provinsi Sumatera Barat memiliki pesona alam seperti Pantai Padang, Pantai Air Manih, Jembatan Siti Nurbaya, dan wisata budaya seperti Museum Aditya Warman. Selain itu, Kota Padang terkenal dengan kebudayaan, adat istiadat dan kegiatan syariah yang masih terasa kental di daerah kota Padang.

Dalam mendukung kelancaran dan keberhasilan program kerja Pemerintah untuk mengembangkan potensi wisata syariah di Kota Padang, maka Kota Padang perlu memperhatikan serta memajukan akomodasi pariwisata. Peningkatan akomodasi yang dilakukan Kota Padang adalah untuk menanggapi lonjakan jumlah kunjungan ke Kota Padang yang terus terjadi. Terutama di tiga tahun terakhir. Peningkatan angka kunjungan pun cukup signifikan. (kabarnagari.com).

Beberapa akomodasi pariwisata di Kota Padang sudah tersedia dan memadai seperti hotel, rumah makan, toko souvenir, dan tempat pembelian oleh-oleh. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Padang tahun 2016 kota Padang memiliki jumlah industri pariwisata berupa hotel berbintang sebanyak 37 unit, hotel tidak berbintang 51 unit, dan toko souvenir 28 unit. Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang bulan Februari 2017 berdasarkan laporan yang masuk mencapai rata-rata 47,22 persen atau mengalami peningkatan sebesar 6,37 poin dibanding TPK Januari 2017 yang

tercatat sebesar 40,85 persen. Kota Padang menempati TPK tertinggi sebesar 52,60 persen dan disusul Kota Bukittinggi dengan TPK sebesar 43,26 persen. Sementara itu, TPK di Kabupaten Agam tercatat sebesar 14,55 persen (BPS Provinsi Sumatera Barat : 2017).

Hotel berkonsep syariah merupakan salah satu produk dan jasa pelayanan untuk mencakup ketentuan wisata syariah. Kategori hotel syariah menurut Peraturan Menteri Parekrif No.2 Tahun 2014/9 Januari 2014: Hilal 1 = *Minimal Sharia Compliant* (terpenuhi kebutuhan minimal muslim). Hilal 2 = *Moderate Sharia Compliant* (terpenuhi kebutuhan muslim secara moderat) (Sofyan : 2014)

Hotel Bunda adalah salah satu hotel yang berkonsep syariah di Kota Padang. Hotel ini terdapat di Kota Padang dan Bukittinggi. Di Kota Padang beralamat jalan Bundo Kandung No 19 Padang. Berdasarkan dari nilai berbagai situs aplikasi dan internet Hotel Bunda mendapatkan nilai yang cukup positif.

Penelitian terdahulu tentang konsep hotel syariah menunjukkan bahwa kurangnya pengetahuan operator hotel dan tidak adanya standar dalam menerapkan konsep hotel syariah (Ahmat et al, 2015). Adanya tuntutan yang berkaitan dengan praktik *Sharia Compliant Hotel* (SCH) dan peraturan pemerintah dalam meningkatkan kebutuhan standar SCH cukup sulit seperti kesulitan dalam mendapatkan sertifikat halal (Zafir,2014). Faktor-faktor atribut SCH terdiri dari kualitas layanan, fasilitas bisnis, nilai, ruang, makanan, rekreasi, keamanan dan kepatuhan syariah (Roslilee et al, 2016). Dengan menerapkan dan mempromosikan konsep *Sharia Compliant Hotel* (SCH) yang unik tidak hanya untuk menarik pasar muslim tapi juga pasar non muslim (Yusof, 2013). Selain itu, prinsip halal yang diterapkan akan mempengaruhi sikap positif selama menjadi tamu hotel syariah terutama tamu berkeluarga dan anak-anak (Mansouri, 2014)

Dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi konsumen terhadap konsep Hotel Syariah (*Sharia Compliant Hotel*) pada Hotel Bunda Padang. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap konsep Hotel Syariah (*Sharia Compliant Hotel*) pada Hotel Bunda Padang.

TINJAUAN TEORITIS

Layanan Berbasis Syariah

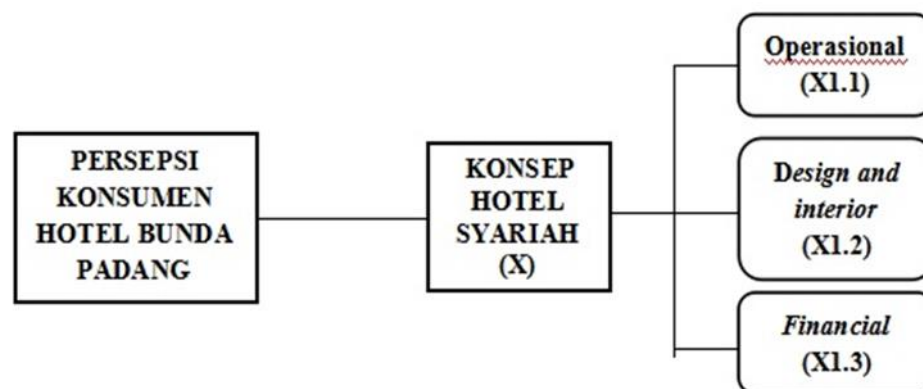
Jaiz (2016) dalam pelayanan syariah sebuah hotel syariah mengutamakan pegawai muslim. Staf perempuan dan staf laki-laki tidak boleh digabungkan dalam bekerja atau menjalankan tugas sebagai tim. Diperlukan staf keamanan khusus perempuan untuk menjaga keamanan pada lantai khusus perempuan.

Makanan dan minuman yang disajikan oleh hotel harus memenuhi standar halal dan memiliki sertifikat halal. Hotel hanya menyediakan hiburan sesuai dengan hukum syariah seperti nasyid, dan musik tradisonal. Selain itu, layanan rekreasi yang diberikan hotel terpisah antara pelayanan rekreasi perempuan dan laki-laki. Pelayanan terkait agama seperti sholat berjama'ah (sholat) dan juga Doa jumat bisa dilakukan di komplek hotel.

Persepsi Konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2009:180), persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan yang fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam setiap diri kita. Persepsi lebih penting daripada realitas, karena persepsi yang mempengaruhi perilaku aktual konsumen.

Dari uraian di atas, dapat dikembangkan suatu kerangka konseptual pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian bersifat *descriptive* yaitu penelitian untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Dalam penelitian ini terdapat variabel tunggal yang digunakan yaitu persepsi konsumen terhadap konsep hotel syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan survei melalui penyebaran kuesioner. Penelitian ini bersifat *cross sectional* yaitu sebuah studi yang dilakukan dengan data yang di kumpul hanya sekali (Sekaran, 2006)

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel Bunda yang di jalan Bundo Kandung No 19 Padang dan durasi penelitian diperkirakan selama 1 bulan sampai dengan 2 bulan (Januari - Februari 2018). Populasi dan sampel penelitian ini adalah tamu/ konsumen yang menginap di Hotel Bunda Padang. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak dengan pertimbangan tertentu.

Dalam menentukan jumlah responden yang digunakan, pada penelitian ini mengacu pada Hair et All, (2010) yaitu 5 kali jumlah *item* kuesioner. *Item* kuesioner pada penelitian ini berjumlah 27 item yang terbagi atas 3 bagian sub variabel yaitu operasi pelayanan sebanyak 12 pertanyaan, desain dan interior sebanyak 12 pertanyaan dan keuangan sebanyak 3 pertanyaan. Maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 135 responden.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis univariat. Analisis univariat adalah suatu teknik analisis data terhadap satu variabel secara mandiri, tiap variabel dianalisis tanpa dikaitkan dengan variabel lainnya. Hasil analisa univariat di tampilkan dalam bentuk angka atau sudah diolah menjadi presentase, rasio, prevelensi. Ukuran tendensi sentral meliputi perhitungan mean, median, kuartil, desil persentil, dan modus. Penyajian data berupa bentuk narasi, tabel, grafik, diagram, maupun gambar. Kemiringan suatu data erat dikaitkan dengan model kurva yang dibentuk data.

PEMBAHASAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui dan mengukur rata-rata penilaian dari responden adalah dengan menggunakan metode *three-box method* yaitu metode dengan 3 kriteria yang akan digunakan sebagai interpretasi nilai skor yaitu nilai 135 hingga 315 merupakan nilai rendah, nilai 316 hingga 495 merupakan nilai sedang, dan nilai 496 hingga 675 merupakan nilai tinggi. Dengan menggunakan metode ini dapat menentukan indeks persepsi responden terhadap Konsep Hotel Syariah (X1) berdasarkan pelayanan syariah (X1.1), design dan interior (X1.2) dan keuangan (X1.3) pada Hotel Bunda Padang

Persepsi Responden Terhadap Pelayanan Syariah

Persepsi responden terhadap pelayanan syariah di Hotel Bunda Padang dapat dilihat dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada orang yang sedang atau pernah menggunakan pelayanan Hotel Bunda Padang yang berada di Hotel Bunda saat disebar kuesioner. Hasil kuesioner tersebut dirangkum pada tabel berikut ini :

Tabel 1: Persepsi Responden Terhadap Pelayanan Syariah (X1.1)

Pelayanan Syariah	Skor Nilai	Rata-Rata
Pernyataan 1	619	4.58
Pernyataan 2	561	4.15
Pernyataan 3	281	2.08
Pernyataan 4	573	4.24
Pernyataan 5	585	4.33
Pernyataan 6	580	4.29
Pernyataan 7	571	4.22
Pernyataan 8	340	2.51
Pernyataan 9	364	2.69
Pernyataan 10	492	3.64
Pernyataan 11	339	2.51
Pernyataan 12	384	2.84

Sumber : Hasil Pengolahan, 2018

Berdasarkan Tabel 1. menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel Konsep Hotel Syariah berdasarkan pelayanan syariah yang dilakukan oleh Hotel Bunda Padang sudah memenuhi standar konsep syariah dan mampu memberikan pelayanan syariah yang cukup baik dengan rata-rata persepsi responden sebesar 3.51 dan rata-rata skor nilai sebesar 474 sebesar yang terletak pada *range* kedua (sedang).

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa persepsi responden yang negatif dan tidak sesuai dengan konsep hotel syariah terletak pada pernyataan ke-3 yang berbunyi “adanya minuman dan makanan khas Timur Tengah di Hotel Bunda Padang” dengan rata-rata persepsi sesponden sebesar 2.08 dan skor nilai sebesar 281 yang terletak pada *range* pertama (nilai rendah). Hal ini di sebabkan karena mayoritas masyarakat Sumatra Barat tidak terbiasa mengkonsumsi makanan timur tengah seperti roti fatir, roti isyh, grilled kofta dan vine mahshi. Sedangkan, menurut Jais (2016) dengan menyediakan makanan dan minuman khas Timur Tengah merupakan salah satu hal yang harus disediakan oleh hotel yang memiliki Konsep Syariah.

Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa responden memberikan persepsi yang positif terhadap pelayanan syariah pada Hotel Bunda Padang. Selain itu, Hotel Bunda Padang perlu meningkatkan pelayanan terutama pada pelayanan menyediakan makanan khas Timur Tengah agar Hotel mendapatkan persepsi yang lebih positif dari responden.

Persepsi Responden Terhadap Desain dan Interior

Persepsi responden terhadap desain dan interior di Hotel Bunda Padang dapat dilihat dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada konsumen Hotel Bunda Padang. Hasil kuesioner dirangkum pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Persepsi Responden Terhadap Pelayanan Syariah (X1.2)

Pelayanan Syariah	Skor Nilai	Rata-Rata
Pernyataan 1	464	3.43
Pernyataan 2	460	3.40
Pernyataan 3	516	3.82
Pernyataan 4	408	3.02
Pernyataan 5	440	3.25
Pernyataan 6	392	2.90
Pernyataan 7	427	3.10
Pernyataan 8	243	1.80
Pernyataan 9	258	1.90
Pernyataan 10	503	3.70
Pernyataan 11	448	3.30
Pernyataan 12	491	3.63

Sumber : Hasil Pengolahan, 2018

Berdasarkan Tabel 2. menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel Konsep Hotel Syariah berdasarkan desain dan interior yang diterapkan oleh Hotel Bunda Padang sudah memenuhi standar konsep syariah dan mampu memberikan kesan dan atmosfer syariah yang positif dengan rata-rata persepsi responden sebesar 3.11 dan rata-rata skor nilai sebesar 420 sebesar yang terletak pada *range* kedua (sedang).

Pada Tabel 2. memperlihatkan persepsi responden yang positif dan sesuai dengan konsep hotel syariah terletak pada pernyataan ke-3 yaitu "Desain kamar Hotel Bunda memiliki jendela yang di tutupi dengan nuansa yang tepat seperti film/tirai berwarna" dengan rata-rata persepsi responden sebesar 3.82 dan skor nilai sebesar 516 yang terletak pada *range* ketiga (nilai tinggi). Dengan hasil tersebut Hotel Bunda Padang telah cukup memenuhi salah satu dari Konsep Hotel Syariah seperti yang dikemukakan oleh Jais (2016).

Berdasarkan Tabel diatas juga dapat diketahui bahwa persepsi responden yang negatif dan tidak sesuai dengan konsep hotel syariah terletak pada pernyataan ke-8 yang berbunyi "Hotel Bunda memisahkan fasilitas rekreasi seperti *gym*, *spa*, dan kolam renang antara pria, dan wanita" dengan rata-rata persepsi responden sebesar 1.80 dan skor nilai sebesar 243 yang terletak pada *range* pertama (nilai rendah) hal ini terjadi karena fasilitas seperti *gym*, *Spa* dan kolam renang belum tersedia di Hotel Bunda Padang. Sedangkan, pada penelitian sebelumnya Saad et al (2014) menghasilkan nilai rata-rata 4.40 untuk pernyataan memisahkan fasilitas untuk laki-laki dan perempuan. Dengan demikian, Hotel Bunda Padang masih belum memenuhi syarat dalam Konsep Hotel Syariah menurut Saad at al (2014).

Persepsi Responden Terhadap Keuangan

Persepsi responden terhadap manajemen keuangan yang diterapkan di Hotel Bunda Padang dapat dilihat dari hasil penyebaran kuesioner yang

dilakukan pada konsumen Hotel Bunda Padang. Hasil kuesioner tersebut dirangkum pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Persepsi Responden Terhadap Keuangan (X1.3)

Pelayanan Syariah	Skor Nilai	Rata-Rata
Pernyataan 1	492	3.64
Pernyataan 2	505	3.74
Pernyataan 3	561	4.15

Sumber : Hasil Pengolahan, 2018

Berdasarkan tabel 3. menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel Konsep Hotel Syariah berdasarkan pelayanan keuangan yang dilakukan oleh Hotel Bunda Padang sudah memenuhi standar konsep syariah dan menjalankannya dengan cukup baik dengan rata-rata persepsi responden sebesar 3.84 dan rata-rata skor nilai sebesar 519 sebesar yang terletak pada range ketiga (tinggi).

Pada Tabel 3. memperlihatkan persepsi responden yang positif dan sesuai dengan konsep hotel syariah terletak pada pernyataan ke-3 yaitu "transaksi keuangan pada Hotel Bunda dilakukan secara tunai agar hutang dapat diselesaikan dengan secepatnya" dengan rata-rata persepsi responden sebesar 4.15 dan skor nilai sebesar 561 yang terletak pada range ketiga (nilai tinggi).

Berdasarkan tabel diatas juga dapat diketahui bahwa nilai persepsi responden yang paling rendah pada sub variabel ini terletak pada pernyataan ke-1 yang berbunyi "Hotel Bunda Padang memprioritaskan pembiayaan melalui lembaga keuangan syariah" rata-rata persepsi responden sebesar 3.64 dan skor nilai sebesar 492 yang terletak pada range kedua (nilai sedang). Dengan hasil yang diperoleh ini, maka Hotel Bunda Padang telah melakukan Konsep Hotel Syariah berdasarkan sub variabel keuangan dengan baik dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jais (2016) dan mendapatkan nilai rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan pada penelitian yang dilakukan oleh Saad et al (2014) dengan nilai rata-rata 2,3 .

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden telah memberikan persepsi yang positif terhadap pelayanan keuangan yang dilakukan Hotel Bunda Padang. Walaupun responden telah memberikan persepsi yang positif dengan nilai yang tinggi, Hotel Bunda Padang perlu melakukan peningkatan pelayanan pada keuangan agar konsumen loyalitas terhadap Hotel Bunda Padang.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Konsep Hotel Syariah yang di terapkan oleh Hotel Bunda Padang. Konsep Hotel Syariah yang menjadi penelitian disini terbagi menjadi 3 sub

variabel yaitu operasional, desain dan interior dan keuangan pada Hotel Bunda Padang. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Konsep Hotel Syariah maka peneliti mengembangkan pertanyaan atau pernyataan tentang Konsep Hotel dari berbagai teori dan jurnal yang telah di terbitkan sebelumnya. Pernyataan tersebut disebarakan pada Hotel Bunda Padang.

Berdasarkan Analisis Univariat terhadap Konsep Syariah Pada Hotel Bunda Padang menghasilkan kesimpulan bahwa konsumen memberikan penilaian yang tinggi terhadap Konsep Hotel Syariah yang diterapkan pada Hotel Bunda Padang. Penilaian yang tinggi ini memberikan persepsi yang positif dan sesuai dengan Konsep Hotel Syariah.

Implikasi Penelitian

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian lebih luas dengan menggunakan varibel lainnya seperti kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap hotel syariah dan diharapkan juga dapat mengembangkan penelitian dengan meneliti beberapa atau semua hotel yang berkonsep syariah di Padang atau di Sumatera Barat. Serta dapat melakukan perbandingan antar sesama Hotel Syariah, dengan jumlah responden yang lebih besar jumlahnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arby, Ikhsan. (2014). Persepsi Masyarakat Terhadap Konsep Hotel Syariah Di Bukittinggi. Indonesia. Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
- Ahmat, Nur Hidayah. Ridzuan, Ahmad. Din, Norrina. Zainol, Noorliza. Mohammad Azli Razali. (2015). Syariah Compliant Hotel : The Concept and Practices. Malaysia. Universitas Teknologi MARA
- Fadhil, Mohd dan Mohd Yusof (2013). Introducing Shariah Compliant Hotels as a New Tourism Product : The Case of Malaysia
- Ghozali, Imam. (2006). Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Semarang. Penerbit Universitas Diponegoro
- Halim, Roslille. Marzuki, Sharifah. Hilmi, Zulkifli. Ali, Roslina. Maisarah Ishak. (2016). Measurment Of Shariah Compliant Hotel Selection Factors Using Importance-Performance Analysis. Malaysia. Universitas Teknologi MARA
- Hendorson, J.C. (2010). Shariah-Compliant Hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 10 (3), 246-254
- Jais, Ahmad Sahir. (2016). Shariah Compliance Hotel: Concepts and Design (1sted). Malaysia: Koperasi Politeknik Merlimau Malaka Berhad
- Kabarnagari.com, (12 Juni 2017). Diakses pada bulan November 2017

- Kemenpar. (2015). *Pesona Magazine New Wave Moeslem Tourism (2nd ed): Sumatera Barat dan Potensi Destinasi Wisata Halal*, 47-50.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Terj. Bob Sabran. Jakarta, Penerbit Erlangga
- Koran Singgalang Padang, (19 September 2017). Diakses pada bulan November 2017
- Kominfo.go.id. (17 November 2016). Diakses pada bulan November 2017
- M.metrotvnews.com. (10 Januari 2017). Diakses pada November 2017
- Mansouri, Shirzad (2014, January 30-31). *Role of Halal Tourism Ideology in Destination Competitiveness: A Study on Selected Hotels in Bangkok, Thailand*. International Conference on Law, Education and Humanities.
- Saad, Hesham. Ezzat., Ali, Badran. Nabil., Abdel-Ati, Abdel-allem., Magdy (2014). *Sharia-Compliant Hotels in EGYPT: Concept and Challenges*. *Advances in Hospitality and Tourism Research*
- Samori, Zakiah dan Fadhilah Rahman. (2013). *Towards The Formation Of Shariah Compliant Hotel In Malaysia : An Exploratory Study On Its Opportunities And Challenges*. The West East Institute
- Sekaran, Uma (2006). *Research Methods for Business*. Terj. Kwan Men Yon. Jakarta, Penerbit Salemba Empat
- Setkab.go.id. (6 Januari 2017). Diakses pada Desember 2017
- Sofyan, Riyanto. (2014). *Model Implementasi Bisnis Syariah*. Sofyan Hospitality, PT. Sofyan Hotels Tbk.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta. Penerbit Alfabeta.
- www.bps.go.id. (2016). Diakses pada November 217
- Zafir, Nor. (2014). *Establishing Shariah-compliance hotel characteristics from a muslim needs perspective*. Malaysia. Universitas Teknologi Malaysia