

**PENGARUH SIKAP, NILAI PENERIMAAN, HASIL YANG
DIHARAPKAN, DAN TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP
MINAT MENGUNJUNGI HOTEL SYARIAH PADA
KARYAWAN DI KAWASAN SUDIRMAN CENTRAL
BUSINESS DISTRICT (SCBD) JAKARTA**

NOORFIE SYAHRI S

8135116581



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

**THE INFLUENCE OF ATTITUDE, PERCEIVED VALUE,
EXPECTED OUTCOME, AND RELIGIOUSITY TOWARD
INTENTION TO VISIT SHARIA HOTEL AMONG THE
EMPLOYEES IN AROUND SUDIRMAN CENTRAL BUSINESS
DISTRICT (SCBD) JAKARTA**

NOORFIE SYAHRI S

8135116581



This is written as Part of Bachelor Degree in Education Accomplishment

**STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION
DEPARTMENT OF ECONOMICS AND ADMINISTRATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2015**

ABSTRAK

NOORFIE SYAHRI SYA'BANI. PENGARUH SIKAP, NILAI PENERIMAAN, HASIL YANG DIHARAPKAN, DAN TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENGUNJUNGI HOTEL SYARIAH PADA KARYAWAN DI KAWASAN SUDIRMAN CENTRAL BUSINESS DISTRICT (SCBD) JAKARTA. Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juni 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan berdasarkan data atau fakta yang sah dan valid, benar dan dapat dipercaya tentang seberapa besar pengaruh sikap, nilai penerimaan, hasil yang diharapkan, dan tingkat religiusitas terhadap minat mengunjungi hotel syariah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.

Penelitian ini dilakukan selama empat bulan terhitung sejak Februari 2015 sampai dengan Mei 2015. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik kuesioner dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta. Jumlah sampel dari penelitian ini adalah 240 responden yang terdiri dari 124 laki-laki dan 116 perempuan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan cara *convenience sampling*.

Persamaan regresi linear sederhana yang dihasilkan dari tabel koefisien regresi linier sederhana adalah ($\hat{Y} = 5,223 + 0,624X_1$), ($\hat{Y} = 9,393 + 0,272X_2$), ($\hat{Y} = 14,133 + 0,295X_3$), ($\hat{Y} = 10,972 + 0,175X_4$). Untuk uji kevalidan regresi dilakukan dengan uji t (secara parsial). Uji t (secara parsial) dengan menggunakan nilai t_{hitung} pada tabel koefisien regresi linier sederhana. Hasilnya, nilai t_{hitung} berpengaruh secara signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} variabel sikap (X_1) sebesar 14,353 nilai penerimaan (X_2) sebesar 9,479 hasil yang diharapkan (X_3) sebesar 9,077 dan tingkat religiusitas (X_4) sebesar 6,833 tingkat signifikansi ini lebih besar dari $t_{tabel} > 1,970$.

Kesimpulannya secara parsial ada pengaruh signifikan antara sikap, nilai penerimaan, hasil yang diharapkan, dan tingkat religiusitas dengan minat mengunjungi hotel syariah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta artinya hipotesis 1,2,3 dan 4 diterima.

ABSTRACT

NOORFIE SYAHRI SYA'BANI. THE INFLUENCE OF ATTITUDE, PERCEIVED VALUE, EXPECTED OUTCOME, AND RELIGIOSITY TOWARDS INTENTION TO VISIT SHARIA HOTEL AMONG EMPLOYEES AROUND SUDIRMAN CENTRAL BUSINESS DISTRICT (SCBD) JAKARTA. Thesis, Jakarta: Study Program Of Commerce Education, Department Of Economic and Administration, Faculty Of Economic, State University Of Jakarta, Juni 2015.

The study is aimed at obtaining valid and factual information and knowledge about influence of attitude, perceived value, expected outcome, and religiosity towards intention to visit sharia hotel among employees around Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.

This research started from February until May 2015. The research method is survey method with questionnaire and interview technic. The research population is employees in around Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta. The sample size is 240 respondents from 124 male and 116 female. Sample technic for choosing respondents by convenience sampling technique.

The value of single regression is from coefficient regression table, it is ($\hat{Y}= 5,223 + 0,624X_1$), ($\hat{Y}= 9,393 + 0,272X_2$), ($\hat{Y}= 14,133 + 0,295X_3$), ($\hat{Y}= 10,972 + 0,175X_4$). For validity of this regression is using value of $t_{calculate}$ from regression linear table. This result are attitude (X_1) is 14,353, perceived value (X_2) is 9,479, expected outcome (X_3) is 9,077, and religiosity (X_4) is 6,833, signification value from $t_{tabel} > 1,970$.

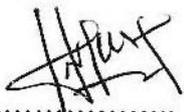
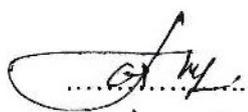
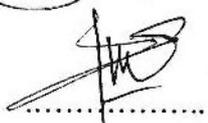
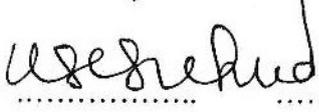
The conclusion is each variable have significant influence from attitude, perceived value, expected outcome, and religiosity to intention to visit sharia hotel toward employees in around Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta it mean all hypothesis from is accepted.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENANGGUNG JAWAB
DEKAN FAKULTAS EKONOMI



Drs. Dedi Purwana, E.S. M.Bus
NIP. 19671207199203 1 00 1

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Ketua Penguji		6 Juli 2015
2. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Sekretaris		6 Juli 2015
3. <u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011	Penguji Ahli		6 Juli 2015
4. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 195311171982032001	Pembimbing I		6 Juli 2015
5. <u>Usep Suhud, Ph.D</u> NIP. 197002122008121001	Pembimbing II		6 Juli 2015

Tanggal Lulus: 6 Juli 2015

PERNYATAAN ORISINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juni 2015



Noorfie Syahri S

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

In the name of Allah Most Gracious and Most Merciful

Shalawat to our prophet Nabi Muhammad SAW

“And bring thy Allah SWT to remembrance in thy soul, with humility and remember without loudness in words, in the mornings and evenings; and be not thou of those who are unheedful” (Q.S Al-A’raf : 205)

This thesis belongs to Babeh, Enya, Abang Iki, Opik and Rafli.

All friends and teacher Islamic Boarding Scholl Sulaimaniyah Pejaten Jakarta Selatan and also all lecturer Faculty of Economics, State University of Jakarta.

And All person who was help and pray for me Thanks for all.

- smile and love your life –

^^

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH Yang Maha Kuasa yang telah memberikan rahmat dan hidayah, kasih sayang, kekuatan dan pertolongan. Sehingga memberikan kesempatan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Sikap, Nilai Penerimaan, Hasil yang diharapkan, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Mengunjungi Hotel Syari’ah Pada Karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta”.

Skripsi yang ini merupakan salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Prodi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Kemudian, dengan segenap kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dosen pembimbing Skripsi I, Dra. Tjutju Fatimah M.Si yang telah memberi berbagai bantuan berupa cerita tentang pengalaman, masukan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis ketika mengerjakan pembuatan skripsi sampai akhir penyusunan skripsi, semoga menjadi amal ibadah yang berkah.
2. Dosen pembimbing Skripsi II, Usep Suhud Ph.D yang telah memberi berbagai ilmu pengetahuan dan arahan yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dalam penelitian sampai selesai skripsi ini, semoga menjadi amal ibadah yang berkah.
3. Ketua Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga, Dra. Tjutju Fatimah, MSi atas segala bantuan dan bimbingannya kepada penulis.

4. Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Drs. Nurdin Hidayat, MM, MSi atas segala bantuan dan bimbingannya kepada penulis.
5. Dekan Fakultas Ekonomi, Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus atas segala bantuan dan bimbingannya kepada penulis.
6. Seluruh teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga 2011
7. Para Ustad Pondok Pesantren Sulaimaniyah Cabang Pasar Minggu, Ustad Hakan Soydemir, Ustad Murat Alver, Ustad Sabilal Risjad, Ustad Ilham Fachri, Ustad Arif Triyatno, Ustad Zeni Nurul Ilmi dan Ustad yang lainnya yang telah memberikan banyak ilmu agama kepada peneliti.
8. Terimakasihku untuk orang tua tersayang Enya dan Babeh yang telah berkorban banyak demi anaknya mendapatkan pendidikan yang lebih baik, terimakasih atas doa dan semangat yang telah diberikan.

Atas segala bantuan dan semangat yang telah diberikan kepada penulis selama ini, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Jakarta, Juni 2015

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Pembatasan Masalah.....	14
D. Perumusan Masalah.....	14
E. Kegunaan Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN TEORETIK	
A. Deskripsi Konseptual	
1. Minat Mengunjungi	17
2. Sikap.....	21
3. Nilai Penerimaan.....	23
4. Hasil yang Diharapkan.....	27
5. Tingkat Religiusitas.....	30
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	34
C. Kerangka Teoretik.....	44
D. Rumusan Hipotesis.....	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tujuan Penelitian.....	52
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	53
C. Metode Penelitian	
1. Metode Penelitian.....	54
2. Konstelasi Hubungan antara Variabel.....	55
D. Populasi dan Sampling.....	56
E. Teknik Pengumpulan Data	
1. Minat Mengunjungi	
a. Definisi Konseptual.....	59
b. Definisi Operasional.....	60
c. Kisi-Kisi Instrumen Minat Mengunjungi.....	60
d. Validasi Instrumen Minat Mengunjungi.....	61

2. Sikap	
a. Definisi Konseptual.....	61
b. Definisi Operasional.....	62
c. Kisi – Kisi Instrumen Sikap.....	62
d. Validasi Instrumen Sikap.....	62
3. Nilai Penerimaan	
a. Definisi Konseptual.....	63
b. Definisi Operasional.....	63
c. Kisi – Kisi Instrumen Nilai Penerimaan.....	64
d. Validasi Instrumen Nilai Penerimaan.....	64
4. Hasil yang Diharapkan	
a. Definisi Konseptual.....	65
b. Definisi Operasional.....	65
c. Kisi – Kisi Instrumen Hasil yang Diharapkan.....	65
d. Validasi Instrumen Hasil yang Diharapkan.....	66
5. Tingkat Religiusitas	
a. Definisi Konseptual.....	67
b. Definisi Operasional.....	67
c. Kisi – Kisi Instrumen Tingkat Religiusitas.....	67
d. Validasi Instrumen Tingkat Religiusitas.....	68
F. Teknik Analisis Data	
1. Uji Asumsi Dasar	
a. Uji Normalitas.....	69
b. Uji Linearitas.....	70
2. Uji Asumsi Klasik	
c. Uji Multikolinearitas.....	70
d. Uji Heterokedastisitas.....	71
3. Uji Hipotesis	
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
b. Uji t.....	72
4. Uji Koefisien Determinasi.....	73
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Deskripsi Data.....	77
B. Pengujian Hipotesis.....	96
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	115
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN
A. Kesimpulan.....	121
B. Implikasi.....	122
C. Saran.....	124

DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN-LAMPIRAN	129
RIWAYAT HIDUP	176

DAFTAR TABEL

BAB I

I.1	Rating Indonesia Sebagai Tujuan Wisata Islam di Dunia.....	2
I.2	Data Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2012.....	3

BAB III

III.1	Skala Instrumen Penilaian.....	59
-------	--------------------------------	----

BAB IV

IV.1	Jenis Kelamin Dengan Usia.....	74
IV.2	Jenis Kelamin Dengan Pendidikan Terakhir.....	75
IV.3	Jenis Kelamin Dengan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	75
IV.4	Jenis Kelamin Dengan Terakhir Menginap di Hotel.....	76
IV.5	Jenis Kelamin Dengan Menginap di Hotel Syari'ah.....	77
IV.6	Distribusi Frekuensi Variabel Minat Mengunjungi.....	78
IV.7	Hasil Skor Variabel Minat Mengunjungi.....	80
IV.8	Distribusi Frekuensi Variabel Sikap.....	82
IV.9	Hasil Skor Variabel Sikap.....	83
IV.10	Distribusi Frekuensi Variabel Nilai Penerimaan.....	85
IV.11	Hasil Skor Variabel Nilai Penerimaan.....	87
IV.12	Distribusi Frekuensi Variabel Hasil Yang Diharapkan.....	89
IV.13	Hasil Skor Variabel Hasil Yang Diharapkan.....	90
IV.14	Distribusi Frekuensi Tingkat Religiusitas.....	93
IV.15	Hasil Skor Variabel Tingkat Religiusitas.....	94
IV.16	Uji Normalitas Sikap – Minat Mengunjungi.....	97
IV.17	Uji Normalitas Nilai Penerimaan – Minat Mengunjungi.....	98
IV.18	Uji Normalitas Hasil Yang Diharapkan – Minat Mengunjungi.....	99
IV.19	Uji Normalitas Tingkat Religiusitas – Minat Mengunjungi.....	100
IV.20	Koefisien Multikolinieritas.....	106
IV.21	Regresi Linier Sederhana Sikap – Minat Mengunjungi.....	109
IV.22	Regresi Linier Sederhana Nilai Penerimaan – Minat Mengunjungi.....	110
IV.23	Regresi Linier Sederhana Hasil yang Diharapkan – Minat Mengunjungi.....	110
IV.24	Regresi Linier Sederhana Tingkat Religiusitas – Minat Mengunjungi.....	111
IV.25	Koefisien Determinasi Sikap – Minat Mengunjungi.....	113
IV.26	Koefisien Determinasi Nilai Penerimaan – Minat Mengunjungi.....	114
IV.27	Koefisien Determinasi Hasil Yang Diharapkan – Minat Mengunjungi.....	114

IV.28 Koefisien Determinasi Tingkat Religiusitas – Minat Mengunjungi.....	114
IV.29 Koefisien Determinasi Sikap, Nilai Penerimaan, Hasil yang Diharapkan, dan Tingkat Religiusitas – Minat Mengunjungi.....	115

DAFTAR GAMBAR

BAB III

III.1 Kawasan Segitiga Emas.....	53
III.2 Konstelasi X_1, X_2, X_3, X_4 dengan Y.....	56

BAB IV

IV.1 Normal Probably Plot Sikap – Minat Mengunjungi.....	97
IV.2 Normal Probably Plot Nilai Penerimaan – Minat Mengunjungi	98
IV.3 Normal Probably Plot Nilai Penerimaan – Minat Mengunjungi	99
IV.4 Normal Probably Plot Tingkat Religiusitas – Minat Mengunjungi	100
IV.5 Sccaterplot Uji Linieritas Sikap – Minat Mengunjungi	102
IV.6 Sccaterplot Uji Linieritas Nilai Penerimaan – Minat Mengunjungi	103
IV.7 Sccaterplot Uji Linieritas Hasil Yang Diharapkan – Minat Mengunjungi.....	103
IV.8 Sccaterplot Uji Linieritas Tingkat Religiusitas – Minat Mengunjungi.....	104

DAFTAR GRAFIK

BAB IV

IV.1 Histogram Variabel Minat Mengunjungi.....	79
IV.2 Histogram Variabel Sikap.....	83
IV.3 Histogram Variabel Nilai Penerimaan.....	86
IV.4 Histogram Variabel Hasil yang Diharapkan.....	90
IV.5 Histogram Variabel Tingkat Religiusitas.....	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara.....	129
Lampiran 2 Analisis Identifikasi Masalah.....	132
Lampiran 3 Analisis Kerangka Teoretik.....	133
Lampiran 4 Agenda Penelitian.....	134
Lampiran 5 Analisis Teknik Pengambilan Data.....	135
Lampiran 6 Kisi-kisi Instrumen Minat Mengunjungi.....	137
Lampiran 7 Validasi Instrumen Minat Mengunjungi.....	138
Lampiran 8 Kisi-kisi Instrumen Sikap.....	139
Lampiran 9 Validasi Instrumen Sikap.....	140
Lampiran 10 Kisi-kisi Instrumen Nilai Penerimaan.....	141
Lampiran 11 Validasi Instrumen Nilai Penerimaan.....	142
Lampiran 12 Kisi-kisi Instrumen Hasil yang Diharapkan.....	143
Lampiran 13 Validasi Instrumen Hasil yang Diharapkan.....	144
Lampiran 14 Kisi-kisi Instrumen Tingkat Religiusitas.....	145
Lampiran 15 Validasi Instrumen Tingkat Religiusitas.....	147
Lampiran 16 Perhitungan Distribusi Frekuensi.....	148
Lampiran 17 Kuesioner Final.....	151
Lampiran 18 Output Faktor Analisis.....	154
Lampiran 19 Data View SPSS.....	162
Lampiran 20 Variabel View SPSS.....	163
Lampiran 21 Uji Analisis Data.....	164

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman sekarang bisnis jasa penginapan menjadi bisnis yang berkembang dengan cepat. Hal ini terjadi karena kesejahteraan hidup individu yang semakin meningkat, membutuhkan akses yang cepat dan sering melakukan perjalanan yang jauh sehingga membutuhkan tempat tinggal yang nyaman ditunjang dengan fasilitas yang memadai.

Bisnis jasa penginapan yang sering kita temui salah satunya adalah hotel, hotel merupakan bisnis jasa yang sangat menjanjikan karena kebutuhan tinggal di hotel semakin meningkat. Hal ini bisa kita lihat dari jumlah hotel yang ada di sekitar kita. Hampir di setiap jalan protokol, bangunan hotel dapat kita temui. Hotel tersebut memiliki berbagai macam jenis dan tarif yang beragam.

Selain sebagai tempat tinggal sementara selama bepergian, hotel juga bisa dijadikan tempat untuk mengadakan rapat kerja, pertemuan, seminar, workshop dan kegiatan lainnya. Sehingga semakin membuat intensitas pengunjung hotel meningkat. Ditambah lagi dengan fasilitas pelengkap seperti restoran, kolam renang, bank, dan cafe yang membuat hotel semakin memiliki fungsi ganda.

Dalam perkembangan bisnis hotel, terdapat inovasi yang menjadi tren saat ini yaitu konsep dari hotel yang dibuat secara islami atau biasa dikenal dengan

istilah hotel syari'ah. Berdasarkan indeks yang diterbitkan oleh Organization of Islamic Cooperation (OIC) destinations of (Global Muslim Travel Index) GMTI 2015 Indonesia masuk ke dalam sepuluh besar negara tujuan wisata Islam, seperti dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Rating Indonesia Sebagai Tujuan Wisata Islam di Dunia

Top 10 OIC destinations of GMTI 2015			
Rank	Overall GMTI 2015 rank	Destinations	Score
1	1	Malaysia	83,8
2	2	Turkey	73,8
3	3	United Arab Emirates	72,1
4	4	Saudi Arabia	71,3
5	5	Qatar	68,2
6	6	Indonesia	67,5
7	7	Oman	66,7
8	8	Jordan	66,4
9	9	Marocco	64,4
10	10	Brunei	64,3

Sumber: Indeks Perjalanan Muslim Global Mastercard-Crescent Rating 2015

Dari tabel tersebut dapat dilihat potensi bisnis dengan berlandaskan nilai Islam di Indonesia bisa dikatakan sangat besar. Indonesia menjadi negara tujuan wisata Islam ke enam di dunia. Oleh karena itu, hal ini perlu dikelola dengan baik dengan menyiapkan fasilitas bagi turis sesuai dengan kebutuhannya, salah satunya yaitu dengan menyediakan fasilitas hotel berkonsep syari'ah.

Kemudian berdasarkan data mengenai jumlah wisatawan mancanegara Muslim yang datang ke Indonesia pada tahun 2012 oleh Ditjen Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyatakan bahwa, lebih dari delapan juta wisatawan datang ke Indonesia dengan jumlah wisatawan muslim sebanyak lebih dari satu juta jiwa.

Tabel 1.2 Data Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2012

No	Negara	Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Indonesia	Jumlah Wisatawan Mancanegara Muslim Ke Indonesia
1	Singapura	1,271,443	189,445
2	Malaysia	1,133,430	684,592
3	Jepang	445,006	445
4	Korea Selatan	303,856	304
5	Taiwan	180,642	-
6	China	618,223	9,891
7	India	177,194	23,744
8	Filipina	113,635	5,796
9	Hongkong	75,302	-
10	Thailand	89,142	5,170
11	Australia	909,176	15,456
12	Amerika Serikat	207,010	1,656
13	Inggris	203,625	5,498
14	Belanda	147,704	8,419
15	Jerman	152,401	6,096
16	Perancis	178,888	10,734
17	Russia	94,330	11,037
18	Saudi Arabia	86,645	84,046
19	Mesir	4,789	4,530
20	Uni Emirat Arab	5,931	4,519
21	Lainnya	1,645,125	361,928
	Total	8,043,497	1,433,306

Sumber: Ditjen Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2012

Dari tabel tersebut dapat dilihat jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia khususnya wisatawan mancanegara Muslim cukup besar. Di samping itu jumlah penduduk Muslim di Indonesia merupakan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia sebesar di dunia¹. Hal ini membuat pangsa pasar wisata syari'ah di Indonesia semakin besar. Salah satunya yaitu pangsa pasar bagi pelaku bisnis hotel syari'ah.

Secara umum hotel syariah sama saja dengan hotel konvensional, bedanya hanya pada penyajian dan fasilitas yang ditawarkan. Hal ini sebagaimana dikatakan oleh salah seorang pemilik hotel syari'ah di Jakarta, Riyanto Sofyan. Pemilik hotel Sofyan yang juga merupakan ketua umum dari Asosiasi Hotel dan Restoran Indonesia (AHSIN) ini mengatakan bahwa yang membedakan hotel syari'ah dengan hotel konvensional yaitu pada penyajian dan fasilitas hotelnya².

Perkembangan tren untuk mengunjungi hotel, penginapan, dan tempat tujuan wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor pertama yang mempengaruhi minat mengunjungi adalah atribut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Noor *et al.* pada tahun 2014 di Malaysia, atribut hotel menjadi faktor yang mempengaruhi minat mengunjungi hotel oleh para turis Asing yang berkunjung ke Malaysia³.

Faktor kedua yang mempengaruhi minat mengunjungi adalah sikap. Dalam penelitian yang sama yang dilakukan Noor *et al.* pada tahun 2014 di

¹Redaksi Cmedia, *UUD 1945 & Perubahannya* (Jakarta:Penerbit Cmedia, 2012), p. 46

²Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), p. 66

³Noor, Shaari, Kumar, *Exploring Tourists Intention To Stay At A Green Hotel: The Influence of Environmental Attitudes And Hotel Attributes*, The Macrotheme Review Journal 3(7), SI 2014. pp. 22-33

Malaysia, sikap mempengaruhi minat mengunjungi hotel⁴. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Noor & Kumar pada tahun 2014 juga mengenai minat mengunjungi hotel oleh pada turis asing di Malaysia⁵. Hal yang sama juga dilakukan oleh Aman *et al.* pada tahun 2012, dalam penelitiannya mengenai minat mengunjungi tempat wisata di Selangor, Malaysia⁶. Kemudian juga pada penelitian yang dilakukan oleh Hashim *et al.* pada tahun 2013 mengenai minat mengunjungi tempat wisata di Malaysia.⁷

Faktor ketiga yang mempengaruhi minat mengunjungi adalah nilai penerimaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Shen *et al.* pada tahun 2014 mengenai minat mengunjungi tempat wisata di China, nilai penerimaan mempengaruhi minat mengunjungi⁸. Hal yang sama juga dilakukan oleh Bajs dalam penelitiannya pada tahun 2015 mengenai minat mengunjungi tempat wisata di Dubrovnik, Rusia⁹. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Raza *et al.* pada tahun 2012 mengenai minat mengunjungi hotel mewah di Pakistan¹⁰.

Faktor keempat yang mempengaruhi minat mengunjungi adalah kualitas pelayanan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Raza *et al.* pada tahun

⁴*Ibid.*

⁵Noor dan Kumar, *ECO Friendly 'Activities' VS ECO Friendly 'Attitude' : Travelers Intention to Choose Green Hotels in Malaysia*, World Applied Science Journal 30 (4), 2014, pp. 506-513

⁶Aman, Harun, Hussein, *The Influence of Environmental Knowledge and Concern on Green Purchase Intention the Role of Attitude as a Mediating Variable*, British Journal of Arts and Sciences, Vol.7 No.11, 2012 pp.145-166

⁷Hashim, Zakariah, Mohamad, Merican, *Exploring Visitors' Attitude towards Green Practices and Revisit Intentions of a Tourist Destination*, Journal of Management 2013, 3(7), pp. 427-433

⁸Shen, Fan, Zhan, dan Zhao, *A Study of the Perceived Value and Behavioral Intentions of Chinese Marine Cruise Tourists*, Tourism, Leisure, and Global Change Journal, Vol. 1, 2014

⁹Bajs, *Tourist Perceived Value, Relationship to Satisfaction, and Behavioral Intentions: The Example of The Croatiaoan Tourist Destination Dubrovnik*, Journal of Travel Research, Vol. 54, 2015, pp 122-134

¹⁰Raza, Siddiquei, Awan dan Bukhari, *Relationship Between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction and Revisit Intention in Hotel Industry*, Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, Vol. 4 No. 8, 2012, pp. 788-805

2012 mengenai minat mengunjungi hotel di Pakistan, kualitas pelayanan mempengaruhi minat mengunjungi hotel mewah tersebut¹¹.

Faktor kelima yang mempengaruhi minat mengunjungi adalah hasil yang diharapkan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lee *et al.* pada tahun 2011 mengenai minat mengunjungi hotel, hasil yang diharapkan mempengaruhi minat mengunjungi hotel¹². Hal yang sama juga dilakukan oleh Rashid dalam penelitiannya pada tahun 2013 mengenai minat mengunjungi pada turis dimasa yang akan datang¹³. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Boulding pada tahun 1993¹⁴.

Faktor keenam yang mempengaruhi minat mengunjungi adalah tingkat religiusitas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Huang *et al.* pada tahun 2008 mengenai minat mengunjungi tempat wisata, tingkat religiusitas mempengaruhi minat mengunjungi tempat wisata¹⁵. Hal yang sama juga dilakukan oleh Boorzoei & Asgari dalam penelitiannya pada tahun 2014 mengenai minat mengunjungi dan melakukan pembelian.¹⁶ Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhtar & Butt pada tahun 2011 mengenai minat mengunjungi dan memilih produk halal¹⁷.

¹¹*Ibid.*

¹²Lee, Han, dan Willson, *The Role of Expected Outcomes in the Formation of Behavioral Intentions in The Green-Hotel Industry*, Journal of Travel & Tourism Marketing, Vol. 28, 2011, pp. 840-855

¹³Rashid, *Post Visit Assessment: The Influence of Consumption Emotion on Tourist Future Intention*, IOSR Journal of Business and Management, Vol. 9, 2013, pp. 39-45

¹⁴Boulding, Kalra, Staelin, dan Zeithaml, *A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions*, Journal of Marketing Research, 1993, pp. 7-27

¹⁵Huang, Chuang, dan Lin, *Folk Religion and Tourist Intention A Voiding Tsunami-Affected Destination*, Annuals of Tourism Reseach, Vol. 35 No. 4, 2008, pp. 1074-1078

¹⁶Boorzoei dan Asgari, *The Effect of Religious Commitment on Halal Brand Relationship and Purchase Intention*, Research Journal of Economics & Business Studies, Vol. 03 No. 04, 2014, pp. 14-19

¹⁷Mukhtar dan Butt, *Intention to Choose Halal Products: The Role of Religiosity*, Journal of Islamic Marketing, Vol. 3 No. 2, 2012, pp. 108-120

Faktor ketujuh yang mempengaruhi minat mengunjungi adalah motivasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kim pada tahun 2007 mengenai minat mengunjungi tujuan wisata dan akomodasi, motivasi mempengaruhi minat mengunjungi tujuan wisata dan akomodasi tersebut¹⁸.

Faktor kedelapan yang mempengaruhi minat mengunjungi adalah rekomendasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan juga oleh Kim pada tahun 2007 mengenai minat mengunjungi tujuan wisata dan akomodasi, rekomendasi mempengaruhi minat mengunjungi tujuan wisata dan akomodasi tersebut¹⁹.

Berdasarkan kedelapan faktor di atas yang mempengaruhi minat mengunjungi hotel, penginapan dan tempat tujuan wisata, penulis mengumpulkan faktor yang mempengaruhi minat mengunjungi hotel syari'ah. Hasilnya, kedelapan faktor diatas disesuaikan dengan data dan fakta mengenai faktor yang mempengaruhi minat mengunjungi hotel syari'ah tersebut.

Faktor pertama yang mempengaruhi minat mengunjungi hotel syari'ah adalah atribut hotel syari'ah. Atribut hotel syari'ah diantaranya kamar yang difasilitasi perlengkapan ibadah seperti mukena, sarung, sajadah dan juga mushaf Al-quran serta arah kiblat yang ditentukan dengan jelas. Hotel syari'ah juga dilengkapi dengan masjid yang nyaman dan representatif²⁰.

Mulai dari masuk lobby hotel syari'ah pengunjung akan merasakan nuansa Islami karena resepsionis yang bertugas lengkap menggunakan atribut

¹⁸Kim, *Destinations and Accomodations-How Linked Are They From A Customer's Perspective*, Proceedings of the 2007 Northeastern Recreation Research Symposium, 2007, pp. 100-106

¹⁹*Ibid.*

²⁰<http://sukoharjo.kab.go.id/2015/01/27/tren-baru-hotel-syariah/> diakses pada hari Sabtu 13 April 2015, pukul 13.00

islam. Fasilitas kolam renang dan pusat kebugaran yang terpisah antara laki-laki dan perempuan serta informasi waktu shalat yang dilengkapi dengan alarm tanda ketika masuk waktu shalat. Tata letak fasilitas seperti tempat tidur dan kloset yang tidak mengarah ke kiblat karena dalam ajaran agama Islam hal ini tidak diperbolehkan²¹.

Faktor kedua yang mempengaruhi minat mengunjungi hotel syari'ah adalah sikap. Sikap yang positif terhadap hotel syari'ah biasanya dapat membuat minat mengunjungi hotel syari'ah menjadi semakin tinggi dan sebaliknya sikap yang negatif seperti acuh tak acuh terhadap hotel syariah biasanya dapat membuat minat mengunjungi hotel syariah menjadi rendah.

Sikap tersebut dapat tercermin dalam kehidupan sehari-hari. Sikap yang baik selalu menginginkan hal yang baik pula, seperti dalam hal bepergian. Individu yang sudah biasa menjaga sikapnya di dunia kerja tentu ingin memilih tempat yang baik pula dalam menginap. Hal ini dapat mempengaruhi minat individu tersebut memilih untuk menginap di hotel syari'ah.

Faktor ketiga yang mempengaruhi minat mengunjungi hotel syari'ah adalah nilai penerimaan. Nilai penerimaan juga dapat mempengaruhi minat mengunjungi hotel syari'ah. Nilai penerimaan yang positif terhadap hotel syari'ah dapat meningkatkan minat mengunjungi hotel syari'ah namun sebaliknya nilai penerimaan yang negatif dapat mengurangi minat mengunjungi hotel syari'ah.

²¹Hal ini sesuai dengan hadits shahih yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Muslim: Abu Ayyub Al-Anshari berkata: "Nabi SAW bersabda: "Jika kalian buang air maka jangan menghadap qiblat dan jangan membelakanginya, tetapi hendaknya kearah selatan atau utara". Dikeluarkan oleh Bukhari pada Kitab ke-8, Kitab shalat Bab ke-29, Bab kiblat penduduk Madinah, Syam, dan daerah timur) Abu Ayyub berkata: "Ketika kami temukan WC menghadap qiblat, maka kami berpaling daripadanya sambil minta ampun kepada Allah". Muhammad Fu'ad Abdul Baqi, *Hadits Shahih Bukhari Muslim* (Depok: Fathan Prima Media, 2013), p. 77

Nilai penerimaan setiap individu yang berbeda-beda menjadikan minat mengunjungi hotel syari'ah pun berbeda-beda. Biasanya individu dengan nilai penerimaan yang lebih terbuka dengan suatu obyek dapat meningkatkan minatnya untuk mengunjungi hotel syari'ah, sedangkan nilai penerimaan yang tertutup terhadap suatu obyek cenderung dapat menurunkan minat mengunjungi hotel syari'ah saat mereka bepergian.

Faktor keempat yang mempengaruhi minat mengunjungi hotel syari'ah adalah kualitas pelayanan hotel syari'ah. Pelayanan yang diberikan oleh hotel syari'ah sama seperti pada hotel konvensional pada umumnya, bedanya kualitas pelayanan hotel syariah adalah keramah-tamahan, lembut, kesediaan untuk membantu, sopan dan bermoral²².

Kemudian pelayanan yang diberikan juga telah memiliki sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) khususnya pada makanan dan minuman yang disajikan di hotel syari'ah. Sertifikasi halal ini penting untuk menjamin bahwa makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan ajaran Islam dan memberikan manfaat kesehatan bagi para pengunjungnya.

Faktor kelima yang mempengaruhi minat mengunjungi hotel syari'ah adalah hasil yang diharapkan. Individu yang memiliki hasil yang diharapkan berupa keinginan untuk mendapatkan nilai keislaman selama menginap di hotel syari'ah tentu menginginkan suasana hati yang damai setelah selesai menginap di hotel syari'ah.

²²<http://pelitaonline.com/news/2014/11/20/jakarta-islamic-centre-kunjungi-syariah-hotel> diakses pada hari Sabtu, 13 April 2015 pukul 13.15

Namun individu yang kurang memperdulikan manfaat setelah menginap biasanya kurang memperdulikan hasil yang mereka dapat setelah menginap di hotel. Kemudian setelah hasil yang di harapkan yang dapat mempengaruhi minat mengunjungi hotel syari'ah faktor selanjutnya yang dapat menjadi faktor yang mempengaruhi minat mengunjungi hotel syari'ah adalah tingkat religiusitas.

Faktor keenam yang mempengaruhi minat mengunjungi hotel syari'ah adalah tingkat religiusitas. Individu yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, biasanya senantiasa menjaga dirinya dari hal-hal yang bertentangan dengan ajaran agama yang dianutnya. Individu tersebut kemungkinan besar akan memilih hotel syari'ah ketika bepergian dari pada hotel konvensional.

Faktor ketujuh yang mempengaruhi minat mengunjungi hotel syari'ah adalah motivasi. Individu yang memiliki motivasi yang tinggi dalam menerapkan pola hidup sesuai dengan ajaran agama Islam biasanya akan memilih hotel syari'ah sebagai tempat penginapannya saat bepergian. Namun individu yang memiliki motivasi rendah cenderung tidak terlalu memperhatikan hotel tempat mereka menginap.

Faktor terakhir yang mempengaruhi minat mengunjungi hotel syari'ah adalah rekomendasi dari orang lain. Biasanya rekomendasi ini muncul dari individu yang pernah menginap di hotel syari'ah dan menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Apabila pengalamannya selama menginap di hotel syari'ah baik, maka rekomendasi yang dikatakan kepada orang lain

mengenai hotel syari'ah pun akan baik pula sehingga dapat mempengaruhi minat mengunjungi hotel syari'ah.

Hotel biasanya dikunjungi oleh mereka yang telah berpenghasilan dan sedang bepergian ke suatu tempat yang jauh dari rumah ataupun keluarga. Mereka membutuhkan tempat yang nyaman untuk tinggal selama beberapa hari sesuai dengan kebutuhan, seperti yang dilakukan karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.

Sudirman Central Business District (SCBD) merupakan salah satu kawasan bisnis yang ada di Jakarta. Berbagai perusahaan melakukan investasi bisnisnya di kawasan ini karena letaknya yang berada di pusat Kota Jakarta. Hal ini membuat kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) menjadi kawasan yang strategis untuk berbisnis.

Karyawan di kawasan ini dapat melakukan kunjungan kerja ke berbagai daerah di Indonesia untuk keperluan yang berbeda-beda. Dalam kegiatan bepergiannya tersebut mereka biasanya menginap di tempat yang nyaman. Minat menjadi salah satu hal yang paling penting dalam menentukan dimana karyawan tersebut akan menginap.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan 50 karyawan yang bekerja di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) kebanyakan dari mereka belum pernah menginap di hotel syari'ah. Dari 50 karyawan yang di wawancarai hanya tiga orang karyawan yang pernah menginap di hotel syari'ah, sisanya sebanyak 47 karyawan mengatakan belum pernah menginap di hotel syari'ah. (data di lampiran 1)

Dari 47 karyawan yang belum pernah mengunjungi hotel syariah 13 karyawan mengatakan bahwa dirinya tertarik untuk mengunjungi hotel syari'ah, sisanya sebanyak 34 karyawan menyatakan belum tertarik mengunjungi hotel syari'ah.

Rendahnya minat mengunjungi hotel syari'ah tersebut dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Faktor yang paling dominan mempengaruhi rendahnya minat mengunjungi hotel syari'ah tersebut yaitu tingkat religiusitas. Kebanyakan karyawan mengatakan bahwa mereka tidak merasa bebas untuk mencari hiburan apabila menginap di hotel dengan konsep syari'ah.

Berdasarkan data dan fakta dari uraian di atas yang bersumber dari artikel, penelitian sebelumnya, dan hasil wawancara, penulis tertarik untuk meneliti pengaruh atribut hotel, sikap, nilai penerimaan, kualitas pelayanan, hasil yang diharapkan, tingkat religiusitas, motivasi, dan rekomendasi terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang bersumber dari penelitian sebelumnya dan hasil wawancara penulis dengan karyawan yang bekerja di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta, identifikasi masalah minat mengunjungi yaitu sebagai berikut:

1. Atribut berpengaruh terhadap minat mengunjungi sebagaimana dikatakan oleh Noor *et al.*

2. Sikap berpengaruh terhadap minat mengunjungi sebagaimana dikatakan oleh Noor *et al.*, Noor & Kumar, Aman *et al.*, dan Hashim *et al.*.
3. Nilai penerimaan berpengaruh terhadap minat mengunjungi sebagaimana dikatakan oleh Shen *et al.*, Bajs, dan Raza *et al.*.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat mengunjungi sebagaimana dikatakan oleh Raza *et al.*.
5. Hasil yang diharapkan berpengaruh terhadap minat mengunjungi sebagaimana dikatakan oleh Lee *et al.*, Rashid, dan Boulding *et al.*.
6. Tingkat religiusitas berpengaruh terhadap minat mengunjungi sebagaimana dikatakan oleh Huang, Boorzoei & Asgari, dan Mukhtar & Butt.
7. Motivasi Hasil berpengaruh terhadap rendah dengan minat mengunjungi sebagaimana dikatakan oleh Kim.
8. Rekomendasi berpengaruh terhadap rendah dengan minat mengunjungi sebagaimana dikatakan oleh Kim.

Secara lebih detail, identifikasi masalah mengenai minat mengunjungi dari penelitian sebelumnya oleh beberapa ahli dijelaskan dalam tabel identifikasi masalah. (data di lampiran 2)

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, ternyata masalah minat mengunjungi memiliki penyebab yang sangat luas. Berhubung, keterbatasan yang dimiliki penulis dari segi biaya dan waktu, maka penelitian ini hanya dibatasi pada masalah: “Pengaruh sikap, nilai penerimaan, hasil yang diharapkan dan tingkat

religiusitas terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara sikap terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara nilai penerimaan terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara hasil yang diharapkan terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara tingkat religiusitas terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta?

E. Kegunaan Penelitian

Hasil Penelitian mengenai minat mengunjungi hotel syari'ah ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoretis

Berdasarkan obyek penelitian pada penelitian sebelumnya, yaitu hotel ramah lingkungan, penginapan, dan tempat tujuan wisata, belum ada yang memilih hotel syari'ah sebagai obyek penelitian. Kemudian belum ada pula yang melakukan penelitian mengenai minat mengunjungi hotel syari'ah di Jakarta.

Hal ini merupakan sesuatu yang baru dalam penentuan obyek penelitian yaitu hotel syari'ah dan lokasi penelitian yaitu di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta. Oleh karena itu penelitian ini merupakan sumbangan ilmu pengetahuan yang baru, khususnya untuk penelitian mengenai minat mengunjungi hotel.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi perusahaan

Sebagai referensi bagi perusahaan, bahwa hotel syari'ah memiliki manfaat strategis seperti hunian yang lebih terjamin keamanan dan ketentraman selama menginap serta dapat memberikan suasana yang kondusif dalam kegiatan seperti rapat kerja maupun liburan bersama karyawan lainnya.

b. Bagi karyawan

Sebagai masukan bagi karyawan agar dapat memiliki pola hidup yang sehat, disiplin, dan teratur khususnya ketika sedang melakukan perjalanan jauh yang mengharuskan menginap di hotel, maka karyawan dapat memilih hotel syari'ah sebagai hotel tempat menginap.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Deskripsi Konseptual

1. Minat Mengunjungi

Minat merupakan sesuatu yang ada pada diri setiap individu, dengan minat maka individu tersebut dapat memiliki ketertarikan terhadap suatu obyek. Maka dari itu penting untuk mengetahui minat yang ada pada diri kita sendiri, dengan mengetahui minat pada diri sendiri diharapkan akan timbul keinginan yang diikuti tindakan positif pula.

“Intention is an Imperative will be a description of some future action, addressed to the prospective agent, and cast in a form whose point in the language is to make the person do what is described²³”. (Suatu perbuatan yang menjelaskan tindakan dimasa depan, ditujukan atas sebuah langkah dengan maksud tertentu untuk menggambarkan perilaku seseorang).

Menurut Djaali, “Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya²⁴”.

Berdasarkan pengertian beberapa ahli di atas, minat merupakan perbuatan yang menjelaskan tindakan berdasarkan hubungan yang menggambarkan keterkaitan terhadap suatu perilaku dari seseorang.

²³Gerard Elizabeth Macombe Margaret, *Intention* (Oxford: Harvard University Press, 2000), p. 3

²⁴Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), p. 121

Kemudian secara lebih detail tentang pengertian minat, menurut Slameto, minat pada dasarnya adalah

Penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu di luar diri. Minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu hal tertentu cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap obyek tersebut²⁵.

Sedangkan menurut Crow and Crow yang dikutip oleh Djaali mengatakan bahwa

Minat berhubungan dengan gaya yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang lain, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri baik kegiatan yang disadari maupun kegiatan yang tidak disadari dan dilakukan dengan sengaja atau tidak sengaja²⁶.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa minat adalah penerimaan diri sendiri terhadap sesuatu yang bersumber dari luar diri atas suatu obyek yang mendorong seseorang melakukan suatu tindakan baik secara disengaja ataupun tidak.

Seseorang yang mempunyai minat terhadap suatu obyek, akan lebih sering memberikan perhatiannya terhadap obyek atau kegiatan tersebut. Hal itu dikarenakan seseorang tersebut menyukai kegiatan atau obyek tersebut. Setelah di atas telah dijelaskan mengenai pengertian minat, selanjutnya akan dijelaskan mengenai pengertian mengenai minat mengunjungi.

²⁵Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2010), p. 180

²⁶Djaali, *loc. cit.*

Menurut Ng dan Paladino, "*Behavioral intentions is a measure of a person's relative strength of purpose to execute certain behavior*"²⁷. (Minat mengunjungi adalah sebuah tindakan atas pilihan seseorang untuk melakukan sesuatu yang diinginkannya).

Sedangkan menurut Nik Abdul Rasyid, "*Behavioral intention as the probability and willingness of individual to give preference to green product over conventional product in their visit consideration*"²⁸. (Minat mengunjungi adalah kemampuan dan keinginan seseorang untuk menentukan pilihannya terhadap produk yang berhubungan dalam kunjungannya).

Berdasarkan pengertian beberapa ahli di atas minat mengunjungi adalah sebuah tindakan yang dibarengi dengan kemampuan dan keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu dalam kunjungan yang dilakukannya.

Secara lebih ringkas pengertian minat mengunjungi menurut Ramayah, *et al.*, "*A determination to act in a certain way*"²⁹. (Minat mengunjungi sebagai bentuk kesungguhan dalam berbuat pada suatu kunjungan tertentu).

Menurut Ajzen dan Fishbein, "*Most individuals are predictable based on her or his intentions and is considered to be an important factor in explaining the individuals strong intention to perform a certain behaviour*"³⁰. (Minat mengunjungi adalah keadaan saat seseorang dapat

²⁷Noor, Shaari, dan Kumar, *loc. cit.*

²⁸Noor, Shaari, dan Kumar, *loc. cit.*

²⁹Noor, Shaari, dan Kumar, *loc. cit.*

³⁰Hashim, Zakariah, Mohamad, dan Merican, *loc. cit.*

diprediksi tindakan yang akan dilakukannya berdasarkan kemauan dan pilihan sebagai sebuah faktor dalam menjelaskan keinginan yang kuat pada seseorang dalam kunjungannya).

Berdasarkan pengertian beberapa ahli di atas, minat mengunjungi adalah bentuk kesungguhan berdasarkan faktor kemauan dan pilihan yang menjelaskan suatu keinginan dari perilaku seseorang dalam kunjungan tertentu di masa yang akan datang.

Kemudian Lee *et al.* menyatakan bahwa “*Intention to visit can predict by willingness to staying, planning, and affording when travelling*”³¹. (Minat mengunjungi dapat dilihat dari keinginan untuk tinggal, merencanakan, dan mengusahakan ketika bepergian).

Selanjutnya Clemes *et al.* menyatakan bahwa “*Intention to visit is when costumer always say positive things, make it the first one, and recommend to the others about the object to other people*”³². (Minat mengunjungi adalah ketika konsumen selalu mengatakan hal yang positif terhadap hotel tempat menginap kepada orang lain.

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas dimensi minat mengunjungi adalah kecenderungan dengan indikator keinginan untuk tinggal, merencanakan, mengusahakan, mengatakan hal positif, menjadikan pilihan utama dan merekomendasikan kepada orang lain atas suatu obyek.

³¹Lee *et al. op. cit.* p. 855

³²Clemes *et al., An Empirical Study of Behavioral Intentions in Taiwan Hotel Industry*, Innovative Marketing, Vol. 5, Issue 3, 2009

2. Sikap

Sikap merupakan cerminan saat kita berperilaku, sikap yang positif dari dalam diri akan mencerminkan perilaku yang positif, sedangkan sikap yang negatif dari dalam diri akan mencerminkan perilaku yang negatif. Sikap ini biasanya terbentuk sebagai respon dari suatu obyek.

*“Attitude is the tendency to respond in a consistently favorable or unfavorable manner toward a target (e.g., brand or product)”*³³. (Sikap adalah kecenderungan dalam menanggapi hal yang disukai atau yang tidak disukai pada suatu obyek sebagai contoh merek atau produk).

Menurut Allport dalam buku (Lee, 2008) *“Attitude as a mental and neutral state of readiness, which exerts, a directing influence upon the individual’s response to all objects and situations with which it is related”*³⁴. (Sikap sebagai sebuah mental berupa kesiapan dengan sebuah pengaruh langsung pada rangsangan individu terhadap semua obyek dan situasi yang berhubungan dengan obyek tersebut).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas sikap adalah kecenderungan individu dalam menanggapi suatu obyek baik obyek yang disukai maupun obyek yang tidak disukai dalam situasi yang berhubungan dengan obyek tersebut.

Kemudian, menurut Backwell *et al.* mengatakan bahwa *“Attitude represents what consumers like and dislike”*³⁵. (Sikap menunjukkan apa

³³Michael J.O’Fallon dan Denney G.Rutherford, *Hotel Management and Operations*, (New Jersey, John Willey & Sons, Inc., 2011), p. 324

³⁴Noor, Shaari, Kumar, *loc. cit.*

³⁵Noor, Shaari, Kumar, *loc. cit.*

yang konsumen sukai dan tidak disukai). Konsumen yang suka terhadap suatu obyek cenderung akan berperilaku baik terhadap obyek yang disukainya tersebut hal ini sesuai dengan pendapat Ajzen.

Menurut Ajzen juga dalam buku (Lee, 2008) “*An individual is more likely to undertake a certain behavior if he/she has positive attitude toward undertaking the behavior*”³⁶. (Seorang individu kemungkinan besar berperilaku baik jika dia memiliki sikap yang positif terhadap apa yang dilakukannya).

Berdasarkan beberapa pengertian ahli di atas sikap adalah perilaku konsumen yang menunjukkan suka atau tidak suka terhadap suatu obyek. Sikap tersebut terbagi dua yaitu sikap positif dan negatif, sikap positif terjadi apabila konsumen suka terhadap suatu obyek sedangkan sikap negatif terjadi apabila konsumen tidak suka terhadap suatu obyek tersebut.

Kemudian Aman et al. menyatakan, “*Attitude construct from like the idea and make it as favorable things*”³⁷. (Sikap adalah sesuatu yang terbentuk dari rasa suka terhadap suatu ide dan membuat hal tersebut menjadi sesuatu yang disukai).

Sedangkan Kontogianni dan Kouthosis menyatakan, “*Attitude are predict by willingness to participate, contribute, restrict personal comfort, and inform to another*”³⁸. (Sikap dapat diprediksikan dari keinginan untuk

³⁶Noor, Shaari, Kumar, *loc. cit.*

³⁷Aman et al., *op. cit.*, p. 156

³⁸Kontogianni dan Kouthosis, *Investigating Environmentally Friendly Behavior Among Users and Visitors of Greek Ski Resort*, Trends in Sport Sciences, 2014, pp. 101-110

berpartisipasi, berkontribusi, membuat diri menjadi nyaman, dan menginformasikannya kepada orang lain.

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas dimensi dari sikap yaitu perasaan dan tindakan. Perasaan dengan indikator menyukai, merasa senang, dan merasa baik. Tindakan dengan indikator keinginan berpartisipasi, berkontribusi, dan membuat diri menjadi nyaman.

3. Nilai Penerimaan

Nilai penerimaan merupakan tanggapan seseorang atas suatu obyek. Penerimaan yang baik akan membuat individu lebih terbuka untuk menerima hal yang baru, sedangkan penerimaan yang kurang baik akan membuat individu lebih tertutup dengan hal yang baru.

Neap dan Celik mengatakan, *“Value of a product reflects the owner(s)/buyer(s)’ desire to retain or obtain a product. Therefore following their definition, the product has value for both the hotel and its guest”*³⁹. (Nilai dari suatu produk merupakan rangsangan dari keinginan pemilik atau pembeli atas suatu produk. Termasuk di dalamnya nilai dari produk hotel dan nilai tamu hotel).

Senada dengan yang dikatakan Woodruff mengenai nilai penerimaan bahwa, *“Elaborates that the concept of costumer value ‘takes the perspective of an organization’s costumers, considering what they want and believe that they get from buying and using a seller’s product”*⁴⁰. (Lebih rinci mengenai konsep nilai penerimaan konsumen yang

³⁹Stanislav Ivanov, *Hotel Revenue Management From Theory to Practice* (Varna: Zangador Ltd. 2014), p. 87

⁴⁰*Ibid.*

mengambil perspektif dari organisasi konsumen, nilai penerimaan berhubungan dengan apa yang konsumen inginkan dan percaya bahwa mereka mendapatkan nilai dari produk yang dibeli dan digunakannya dari penjual).

Berdasarkan pengertian beberapa ahli di atas nilai penerimaan adalah rangsangan dari keinginan konsumen setelah menggunakan produk yang dibelinya. Hal ini menjelaskan bahwa konsumen tidak hanya membeli suatu produk berupa barang atau jasa untuk dikonsumsi saja melainkan konsumen juga berharap untuk mendapatkan suatu nilai dari produk yang dibelinya.

Di sisi lain Kotler *et al.* mengatakan, “*Stipulate that customer-perceived value is ‘based on the difference between what the customer gets and what he or she gives for different possible choices’*”⁴¹. (Menetapkan bahwa nilai penerimaan konsumen adalah berdasarkan apa yang konsumen keluarkan dan apa yang mereka dapat dengan kemungkinan penerimaan yang berbeda-beda). Maksudnya, saat pelaku bisnis menetapkan suatu kebijakan seperti harga, maka konsumen akan menilai berapa biaya yang mereka keluarkan untuk mendapatkan produk tersebut dan manfaat apa saja yang akan mereka dapatkan.

“All decisions and actions is shaping the perceived value. These include the product or service characteristics, image shaped by marketing communication, channels, service and customer care program, and

⁴¹*Ibid.*

other”⁴². (Nilai penerimaan adalah hasil dari membangun berbagai elemen. Termasuk di dalamnya karakteristik pelayanan, terbentuknya citra dari komunikasi pemasaran, relasi, layanan peduli konsumen, dan lainnya).

Berdasarkan pengertian beberapa ahli di atas nilai penerimaan adalah rangsangan berupa penilaian terhadap apa yang diberikan oleh pelaku bisnis kepada konsumen termasuk didalamnya produk berupa barang atau jasa, karakteristik pelayanan, citra perusahaan, dan layanan peduli konsumen dan aspek lainnya yang mempengaruhi penilaian konsumen.

Menurut Zeithaml, “*Customer perceived value is the assessment of customer perceived utility and the cost of the product, which was originally put forward*”⁴³. (Nilai penerimaan konsumen adalah perkiraan nilai guna dan biaya untuk mendapatkan nilai dari produk tersebut). Maksudnya, konsumen akan berfikir terlebih dahulu seberapa besar manfaat dari produk yang dibeli oleh konsumen yang disesuaikan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut.

Menurut Woodruff, “*Customer perceived value as a customer perceived preference to and evaluation of those products attributes, attribute performances, and consequences arising from using them*”⁴⁴. (Nilai penerimaan konsumen dimulai dari kelengkapan produk, kelengkapan penggunaan, dan dampak dari penggunaannya). Maksudnya,

⁴²Harsh V. Verma, *Services Marketing Text and Cases*, (New Delhi: Dorling Kindersley Pvt. Ltd. 2012), p. 85

⁴³Shen, Fan, Zhan, dan Zhao, *loc. cit.*

⁴⁴Shen, Fan, Zhan, dan Zhao, *loc. cit.*

nilai penerimaan konsumen dimulai dari kelengkapan produk, fungsi penggunaannya, sampai penghargaan terhadap konsumen, yang diberikan oleh pelaku bisnis.

Berdasarkan pengertian beberapa ahli di atas nilai penerimaan adalah perkiraan manfaat suatu produk berdasarkan kelengkapan produk, kelengkapan penggunaan, dan dampak dari penggunaannya, serta penghargaan terhadap tujuan konsumen yang disesuaikan dengan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen. Apabila nilai manfaat yang didapat dari suatu produk sesuai dengan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen, maka konsumen dapat menerima hal tersebut dengan baik.

Menurut Gale, *“Perceived value is market perceived quality adjusted for the relative price of your product. It is your customer’s opinion of your products (or service) as compared to that of your competitors”*⁴⁵. (Nilai penerimaan adalah kualitas penerimaan pasar yang diatur untuk menentukan harga pada suatu produk. Sesuai dengan opini dari konsumen dengan perbandingan dari pesaing).

Menurut Holbrook, *“Customer perceived value is a relativistic (comparative, personal, situational) preference characterizing a subject’s (customer’s) experience of interacting with some object.”*⁴⁶. (Nilai penerimaan konsumen adalah hal yang relatif, berdasarkan (perbandingan, perorangan, keadaan) yang mempengaruhi pengalaman konsumen berdasarkan pengalaman terhadap obyek.

⁴⁵Raza, Siddiquei, Awan, Bukhari, *loc. cit.*

⁴⁶Raza, Siddiquei, Awan, Bukhari, *loc. cit.*

Berdasarkan beberapa pengertian di atas nilai penerimaan adalah kualitas penerimaan pasar untuk menentukan harga suatu produk berdasarkan perbandingan, perorangan, dan keadaan yang dipengaruhi oleh pengalaman konsumen atas suatu obyek.

Kemudian berdasarkan penelitian Raza *et al.* menyatakan bahwa,

Perceived value is delivered by well thought, reputable, easy to buy, well respected, outstanding quality, consistent, reliable, reasonably price, economical, fairly priced, comfortable, and delighted⁴⁷. (Nilai penerimaan terbentuk dari pemikiran yang baik, sudah diketahui orang lain, kemudahan untuk dipesan, tanggung jawab yang baik, kualitas yang baik, konsistensi, dapat dibuktikan, tarif yang terjangkau, ekonomis, tarif yang sesuai, dapat membuat nyaman, dan menyenangkan).

Berdasarkan pernyataan di atas dimensi dari nilai penerimaan adalah penilaian dan penyesuaian tarif. Dimensi penilaian dengan indikator pemikiran yang baik, sudah diketahui orang lain, kemudahan untuk dipesan, tanggung jawab yang baik, kualitas yang baik, konsistensi, dapat dibuktikan, dapat membuat nyaman dan menyenangkan. Dimensi penyesuaian tarif dengan indikator tarif yang terjangkau, ekonomis, dan sesuai.

4. Hasil yang diharapkan

Hasil yang diharapkan merupakan hal yang penting dalam menentukan suatu keputusan. Setiap individu tentu memiliki harapan atas keputusan yang diambilnya. Setiap pilihan tersebut tentu memiliki hasil yang diharapkan, maka dari itu hasil yang diharapkan biasanya berhubungan dengan harapan individu atas manfaat dari suatu obyek.

⁴⁷Raza *et. al.*, *loc. cit.*

Arnold *et al.* mengatakan “*Goes some way towards an understanding of satisficing decisions relating to individuals. This work introduces the notion of subjective expected utility.* (Ada beberapa cara untuk memahami sebuah pilihan kepuasan yang berhubungan dengan individu paham untuk mengerti pilihan seseorang. Penelitian ini memperkenalkan kegunaan harapan seseorang).

Arnold *et al.* juga mengatakan “*This concept suggests is that individuals act similar ways, which can be viewed as rational in that they make decisions on the basis of expected outcomes and the value they place on those outcomes*”⁴⁸. (Konsep ini menyatakan bahwa perilaku individu yang serupa bisa diamati secara rasional tentang apa yang mendasari mereka memilih yang membuat hasil yang diharapkan dan nilai dari hasil yang diharapkan itu sendiri). Maksudnya, harapan keluar adalah segala sesuatu yang menjadi keinginan dasar perilaku individu memilih suatu obyek.

Berdasarkan pengertian di atas hasil yang diharapkan adalah kegunaan harapan seseorang atas suatu pilihan yang mendasari hasil pilihan seseorang. Maksudnya, seseorang memutuskan memilih sesuatu karena memiliki harapan atas pilihannya tersebut.

Arnold *et al.* mengatakan “*Thus choices will be made between alternatives according to effects they are judged to have in terms of outcomes and according to the value the individual ascribes to the*

⁴⁸Anthony Ingold, Una McMahoan-Beattie dan Ian Yoeman, *Yield Management Strategies for The Service Industries* (London: Thomson Learning), p. 115

outcomes”⁴⁹. (Pilihan ini muncul diantara beberapa alternatif berdasarkan efek dari hasil yang diharapkan dan berdasarkan keinginan dari harapannya).

Berdasarkan pengertian di atas hasil yang diharapkan adalah segala sesuatu yang menjadi keinginan dasar seseorang yang muncul berdasarkan pilihan-pilihan yang diputuskan atas suatu obyek.

Selanjutnya Ajzen mengatakan, “*When determining a person’s behavioral intentions, the outcome expectation of salient belief held by the individual about behavior or action usually dominates*”⁵⁰. (Ketika memutuskan pilihan minat terhadap sesuatu, hasil yang diharapkan menjadi hal yang dominan atas minat tersebut). Artinya hasil yang diharapkan menjadi hal yang sangat penting dalam menentukan minat terhadap sesuatu.

Fishbein dan Oliver mengatakan, “*The outcome expectation is the probability of future consequences derived from any source of information.*”⁵¹. (Hasil yang diharapkan adalah kemungkinan dari tindakan yang diambil dari sumber informasi).

Berdasarkan pengertian beberapa ahli di atas hasil yang diharapkan adalah kemungkinan dari tindakan yang menjadi hal dominan atas minat pada suatu obyek berdasarkan informasi yang ada.

Lee *et al.* menyatakan bahwa,

⁴⁹*Ibid*, p. 116

⁵⁰Lee, Han, Willson, *loc. cit.*

⁵¹Lee *et al.*, *loc. cit.*

Expected outcome can construct by capability to do something like protect the environment, social responsible, experience healthy, environmentally friendly practices, enjoy environmentally friendly product and health amenities, eat fresh and healthy food, and have reduced expenses”⁵². (Minat mengunjungi terbentuk dari kemampuan untuk menjaga lingkungan, tanggung jawab sosial, mendapatkan kesehatan, peduli terhadap lingkungan, menikmati suasana ramah lingkungan, makan makanan segar dan sehat, dan mengurangi pengeluaran).

Dari pernyataan di atas dimensi dari hasil yang diharapkan adalah kemampuan dengan indikator kemampuan menjaga lingkungan, tanggung jawab sosial, mendapatkan kesehatan, peduli terhadap lingkungan, menikmati suasana ramah lingkungan, makan makanan segar dan sehat, dan mengurangi pengeluaran.

5. Tingkat Religiusitas

Religiusitas seseorang memiliki tingkat yang berbeda-beda, tergantung seberapa besar kepercayaan dan keyakinan pada diri setiap individu. Seseorang dengan tingkat religiusitas yang tinggi biasanya akan menjaga diri sesuai dengan ajaran kepercayaannya.

Johnstone mengatakan bahwa, “*Religion is a system of belief and practices that dictates individual response and interpretation regarding what is supernatural and sacred*”⁵³. (Agama adalah sistem kepercayaan dan perbuatan yang mengatur rangsangan seseorang dan interpretasinya pada hal-hal yang sakral dan suci).

⁵²Lee *et al.*, *op. cit.*, p. 855

⁵³Mukhtar dan Butt, *loc. cit.*

Sedangkan Zimbardo and Ruch mengatakan bahwa “*Persuades people’s goals, decisions, motivations, purpose and satisfaction*”⁵⁴.” (Ajakan pada tujuan, keputusan, motivasi, maksud, dan kepuasan). Maksudnya adalah ajakan untuk merefleksikan diri pada tujuan, keputusan, motivasi, maksud, dan kepuasan dalam kehidupan agar senantiasa berada pada jalan yang benar sesuai dengan ajaran agamanya.

Berdasarkan pengertian beberapa ahli di atas religiusitas adalah sistem kepercayaan dan perbuatan yang mengatur diri untuk selalu merefleksikan hidup sesuai dengan ajaran agama yang dianut individunya.

Kemudian Foxall and Goldsmith mengatakan, “*Religious beliefs are tangled with cognitive elements, providing the basic of knowledge that control and justify our attitudes and behavior*”⁵⁵. (Agama juga termasuk didalamnya elemen kesadaran, memberikan dasar pengetahuan dalam mengatur dan adil terhadap sikap dan tingkah laku). Maksudnya, agama juga mengatur dasar kehidupan dalam bersikap dan bertingkah laku secara adil.

Farm *et al.* mengatakan, “*Religiosity also plays a dominant role in shaping individual’s attitude and behavior towards material good and services*”⁵⁶”. (Agama juga secara dominan membentuk sikap dan tingkah laku terhadap barang dan jasa).

Mokhlis mengatakan bahwa, “*Initially religiosity was thought to be a single dimensional construct measured only by a person’s attendance to a*

⁵⁴Mukhtar dan Butt, *loc. cit.*

⁵⁵Mukhtar dan Butt, *loc. cit.*

⁵⁶Mukhtar dan Butt, *loc. cit.*

*religious centre and his/her contribution to that sect*⁵⁷. (Pada awalnya religiusitas dianggap satu dimensi yang diukur hanya dengan kehadiran seseorang ke tempat ibadah dan kontribusi atas agamanya)

Bergan menatakan bahwa, “*Many subsequent researchers established the multi-dimensionality of the construct, arguing that a single measure of religiosity is inadequate for any meaningful interpretation*”. (Banyak peneliti selanjutnya menemukan multi dimensi, dengan alasan bahwa ukuran tunggal religiusitas tidak memadai untuk makna interpretasi). Maksudnya perkembangan ilmu penelitian menemukan bahwa ukuran religiusitas tidak bisa diukur dengan satu hal, perlu penilaian lain seperti dari pola kehidupan sehari-harinya.

Berdasarkan pengertian beberapa ahli di atas tingkat religiusitas tidak bisa diartikan hanya dengan perginya seseorang ke tempat ibadahnya melainkan juga dinilai dari penerapan pola kehidupan sesuai dengan agamanya.

Lebih jauh lagi religiusitas terbagi 2 unsur yaitu intrinsik dan ekstrinsik sebagaimana dikatakan oleh Allports, “*Notion of intrinsic and extrinsic religiosity proved to be one of the greatest empirical works in the area of religiosity*⁵⁸”. (Gagasan intrinsik dan ekstrinsik religiusitas terbukti menjadi salah satu karya terbesar empiris di bidang religiusitas).

Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Donahue, “*Intrinsic religiosity explains religion as framework to understand life; on the other hand,*

⁵⁷Mukhtar dan Butt, *loc. cit.*

⁵⁸Mukhtar dan Butt, *loc. cit.*

*extrinsic religiosity is a social convention*⁵⁹". (Religiusitas intrinsik menjelaskan agama sebagai kerangka untuk memahami kehidupan, di sisi lain, religiusitas ekstrinsik adalah yang berhubungan dengan kehidupan sosial).

Berdasarkan pengertian beberapa ahli di atas tingkat religiusitas terbagi 2 unsur yaitu unsur intrinsik dan unsur ekstrinsik. Unsur intrinsik dilihat dari hubungan dengan pencipta dari dalam diri sendiri, sedangkan unsur ekstrinsik dilihat dari hubungan diri dengan lingkungan sekitar).

Kemudian Boorzoei dan Asgari menyatakan bahwa,

Religiosity is growth by three components of conviction, fidelity, and belief. Conviction is the way to do not put human art, separate room for man and woman, not face toilet and bed to Mecca, and give service with Islamic way include food and beverages, Islamic attribute, and Islamic finance. Fidelity is the commitment to agree that alcohol and night entertain is not permitted, public facility is separate for man and woman, and each room must have qur'an and prayer mats. Belief is depends of same religion and meaning include products, services, and to introduce Islamic norm to another religion"⁶⁰. (Tingkat religiusitas dikembangkan atas 3 komponen keyakinan, ketaatan, dan kepercayaan. Keyakinan dengan tidak menaruh lukisan manusia, memisahkan ruangan laki-laki dan perempuan, tidak mengarahkan toilet dan tempat tidur ke arah Mekkah, dan memberikan pelayanan sesuai dengan ajaran Islam seperti makan dan minuman yang halal, atribut Islami, dan manajemen keuangan Islami. Ketaatan dengan komitmen alkohol dan hiburan malam tidak diizinkan, fasilitas publik dipisahkan untuk laki-laki dan perempuan, setiap kamar harus ada qur'an dan sajadah. Kepercayaan berdasarkan kesesuaian agama, produk dan jasa yang ditawarkan dan memperkenalkan norma Islam kepada agama lain).

Berdasarkan pernyataan di atas dimensi tingkat religiusitas adalah keyakinan, ketaatan, dan kepercayaan. Keyakinan dengan indikator tidak menaruh lukisan manusia, memisahkan ruangan laki-laki dan perempuan,

⁵⁹Mukhtar dan Butt, *loc. cit.*

⁶⁰Boorzoei dan Asgari, *op. cit.*, pp. 19-20

tidak mengarahkan toilet dan tempat tidur ke arah Mekkah, dan memberikan pelayanan sesuai dengan ajaran Islam seperti makan dan minuman yang halal, atribut Islami, dan manajemen keuangan Islami. Ketaatan dengan indikator alkohol dan hiburan malam tidak diizinkan, fasilitas publik dipisahkan untuk laki-laki dan perempuan, setiap kamar harus ada Al-Qur'an dan sajadah. Kepercayaan dengan indikator kesesuaian agama, produk dan jasa yang ditawarkan dan memperkenalkan Norma Islam kepada agama lain.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, penulis membuat ringkasan penelitian yang relevan yaitu penelitian yang serupa mengenai minat mengunjungi untuk membuktikan bahwa penelitian ini layak dilakukan. Berikut adalah penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan untuk kemudian dibandingkan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis.

1. **Noor, Shaari, dan Kumar (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Exploring Tourists Intention to Stay at Green Hotel: The Influences of Environmental Attitudes and Hotel Attributes”. A Multidisciplinary Journal of Global Macro Trends 3(7), SI 2014, ISSN 2122-2412**

Penelitian ini dilakukan oleh Noor, Shaari, dan Kumar di tahun 2014. Penelitian di atas bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut hotel dan sikap terhadap minat turis asing mengunjungi hotel ramah lingkungan sebagai akomodasi yang mereka pilih dari pada yang lain.

Penelitian ini tidak menjelaskan metode yang digunakan. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 216 orang yang dilakukan dengan cara survey kepada turis asing beumur 26-40 tahun yang berada di Kuala Lumpur International Airport (KLIA). Fokus datanya yaitu atribut hotel dan sikap pada minat mengunjungi hotel ramah lingkungan.

Data kemudian dianalisis dengan menggunakan Cronbach Alpha, Descriptive Statistic, Pearson correlation coefficients dan Multiple Regression Analysis. Hasilnya atribut hotel dan sikap berpengaruh positif terhadap minat mengunjungi hotel ramah lingkungan.

2. **Noor dan Kumar (2014), dalam penelitiannya yang berjudul “*ECO Friendly ‘Activities’ VS ECO Friendly ‘Attitude’: Travelers Intention to Choose Green Hotels in Malaysia*”. *World Applied Sciences Journal* 30 (4): 500-513, 2014, ISSN 1818-4952**

Penelitian ini dilakukan oleh Noor dan Kumar pada tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aktivitas ramah lingkungan dan sikap ramah lingkungan terhadap minat turis untuk mengunjungi hotel ramah lingkungan sebagai tempat akomodasinya.

Penelitian ini tidak menjelaskan metode yang digunakan. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 216 orang yang dilakukan dengan cara survey kepada turis asing beumur 26-40 tahun yang berada di Kuala Lumpur International Airport (KLIA). Fokus datanya yaitu aktivitas ramah lingkungan dan sikap ramah lingkungan pada minat mengunjungi hotel ramah lingkungan.

Data kemudian dianalisis dengan menggunakan Cronbach Alpha, Descriptive Statistic, Pearson correlation coefficients dan Multiple Regression Analysis. Hasilnya aktivitas ramah lingkungan dan sikap berpengaruh positif terhadap minat mengunjungi hotel ramah lingkungan.

- 3. Aman, Harun, dan Hussein (2012), dalam penelitiannya yang berjudul “*The Influence of Environmental Knowledge and Concern on Green Purchase Intention the Role of Attitude as a Mediating Variable*”. *British Journal of Arts and Social Sciences*, Vol. 7 No. 11 (2012), ISSN 2046-9578**

Penelitian ini dilakukan oleh Aman, Harun, dan Hussein di tahun 2012. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan lingkungan dan perhatian pada minat pembelian produk ramah lingkungan pada konsumen dan secara bersamaan meneliti pengaruh dari sikap terhadap minat mengunjungi dan minat melakukan pembelian produk ramah lingkungan tersebut.

Penelitian ini tidak menjelaskan metode yang digunakan. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 384 orang yang dilakukan dengan cara survey dengan teknik convenience sampling kepada konsumen produk ramah lingkungan dengan mendistribusikan kuesioner baik secara *online* maupun *offline*.

Data kemudian dianalisis dengan menggunakan Factor Analysis, Correlation Analysis, Multiple Regression Analysis dan Hierarchical Regression Analysis. Hasilnya pengetahuan lingkungan, perhatian pada

produk ramah lingkungan, dan sikap berpengaruh positif terhadap minat mengunjungi dan melakukan pembelian produk ramah lingkungan pada konsumen dengan sikap sebagai variabel perantaranya.

4. Hashim, Zakariah, Mohamad, Merican (2013) dalam penelitiannya yang berjudul “Exploring Visitors' Attitude towards Green Practices and Revisit Intentions of a Tourist Destinations, ISSN 427-433

Penelitian ini dilakukan oleh Hashim, Zakariah, Mohamad, dan Merican pada tahun 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap pada produk ramah lingkungan dengan minat mengunjungi ulang tempat tujuan wisata.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 300 orang yang pernah mengunjungi tempat wisata di Selangor, Malaysia.

Data kemudian dianalisis dengan menggunakan descriptive statistics. Hasilnya sikap pada produk ramah lingkungan berpengaruh positif terhadap minat mengunjungi tempat wisata.

5. Shen, Fan, Zhan, Zhao (2014) dalam penelitian yang berjudul A Study of the Perceived Value and Behavioral Intentions of Chinese Marine Cruise Tourists. Papers From The International Conference on Sustainable Tourism and Resilience in Urban Environments 23-25 April 2014, Tourism, Leisure and Global Change, volume 1 (2014) ISSN 2242-2553.

Penelitian ini dilakukan oleh Shen, Fan, Zhan, dan Zhao pada tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai penerimaan terhadap minat mengunjungi wisata laut China.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dianalisis dengan menggunakan faktor analisis dan *Structural Equation Model (SEM)*. Hasilnya nilai penerimaan memiliki lima dimensi yaitu nilai merek, nilai sosial, nilai emosional, nilai pelayanan, dan penerimaan, kelima dimensi ini berhubungan positif dengan minat mengunjungi wisata laut China.

6. Bajs (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “Tourist Perceived Value, Relationship to Satisfaction, and Behavioral Intention: The Example of the Croatian Tourist Destination Dubrovnik”. *Journal of Travel Research* 2015, Vol. 54(1) 122-134, ISSN 2133-2542

Penelitian ini dilakukan oleh Bajs pada tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara nilai penerimaan dan hubungannya dengan kepuasan dan minat mengunjungi pada turis Kroasia yang berkunjung ke Dubrovnik.

Penelitian ini tidak menjelaskan metode yang digunakan. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 285 orang. Data dianalisis dengan menggunakan descriptive analysis, uji normalitas, factor analysis, dan hipotesisnya diuji dengan menggunakan *Structural Equation Model (SEM)*.

Hasilnya nilai penerimaan berhubungan positif dengan kepuasan dan minat mengunjungi di masa yang akan datang pada turis Kroasia yang berkunjung ke Dubrovnik.

7. **Raza, Siddiquei, Awan, dan Bukhari (2012) dalam penelitiannya yang berjudul “*Relationship between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction and Revisit Intention in Hotel Industry*”. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business* Vol.4, No.8, ISSN 2442-2347**

Penelitian ini dilakukan oleh Raza, Siddiquei, Awan, dan Bukhari pada tahun 2012. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan, nilai penerimaan, dan kepuasan dengan repurchase intention apakah berhubungan dengan minat mengunjungi ulang hotel pada pengunjung hotel mewah di Pakistan.

Penelitian ini tidak menjelaskan metode yang digunakan. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 124 orang yang dilakukan dengan cara mendistribusikan kuesioner kepada pengunjung saat *check out* dari hotel.

Data kemudian dianalisis dengan menggunakan Statistical Process for Social Sciences (SPSS) versi 17 dan LISREL 8.8. Data dianalisis dengan metode faktor analisis, Analisis Statistik, dan Analisis regresi. Hasilnya kualitas pelayanan berhubungan positif dengan nilai penerimaan, nilai penerimaan berhubungan positif dengan kepuasan, kepuasan berhubungan positif dengan kualitas pelayanan, kualitas pelayanan berhubungan positif dengan minat mengunjungi ulang, dan kepuasan berhubungan positif

dengan minat mengunjungi ulang pada pengunjung hotel mewah di Pakistan.

- 8. Lee, Han, Willson dalam penelitiannya yang berjudul "The Role of Expected Outcomes in The Formation of Behavioral Intentions in The Green-Hotel Industry". Journal of Travel & Tourism Marketing, 28:840-855, 2011, ISSN 1054-8408 print/ 1540-7306 online**

Penelitian ini dilakukan oleh Lee, Han, dan Willson pada tahun 2011. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hasil yang diharapkan terhadap minat mengunjungi industry hotel ramah lingkungan dari perspektif pelanggan dan mengetahui hubungan antara faktor apa saja yang teridentifikasi dengan minat mengunjungi hotel tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 428 orang yang dilakukan dengan cara survey online. Rerata umur respondennya 44,5 tahun terdiri atas 48,8% pria. 51,2 wanita. Data kemudian dianalisis dengan metode analisis regresi.

Hasilnya hasil yang diharapkan untuk menginap di hotel ramah lingkungan berpengaruh positif dengan behavioral intention. Hal lain ditemukan bahwa analisis ruang tamu yang sehat, tindakan ramah lingkungan, and pengurangan harapan terasosiasi positif dengan minat mengunjungi industry hotel ramah lingkungan.

- 9. Rashid (2013) dalam penelitiannya yang berjudul "Post Visit Assessment: The Influence of Consumption Emotion on Tourist Future**

Intention". **IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM), e-ISSN: 227-487X, p-ISSN: 2319-7668, Volume 9**

Penelitian ini dilakukan oleh Rahid di tahun 2013. Penelitian bertujuan untuk mengetahui evaluasi minat mengunjungi turis berdasarkan pengaruh hasil yang diharapkan terhadap minat mengunjungi di masa depan.

Penelitian ini tidak menjelaskan metode yang digunakan. Jumlah responden yang dijadikan sampel sebanyak 501 orang dengan cara convenient sampling. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi.

Hasilnya hasil yang diharapkan dibedakan menjadi dua, yaitu emosi positif dan emosi negatif. Emosi positif berhubungan dengan minat mengunjungi di masa yang akan datang.

10. Boulding, Kalra, Staelin, dan Zeithaml (2013) dalam penelitiannya yang berjudul "A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectation to Behavioral Intentions". Journal of Marketing Research; Feb 1993; 30, ISSN 2031-4351

Penelitian ini dilakukan oleh Boulding, Kalra, Staelin, dan Zeithaml. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model kualitas pelayanan melalui pengaruh hasil yang diharapkan terhadap minat mengunjungi.

Penelitian ini tidak menjelaskan metode yang digunakan. Data dianalisis dengan menggunakan koefisien korelasi. Hasilnya, hasil yang diharapkan berpengaruh positif terhadap minat mengunjungi.

11. Huang, Chuang dan Lin (2008) dalam penelitiannya yang berjudul “*Folk Religion and Tourist Intention Avoiding Tsunami-Affected Destinations*”. *Annals of Tourism Research* Vol. 35, No. 4, 2008, ISSN 2556-2611

Penelitian ini dilakukan oleh Huang, Chuang dan Lin di tahun 2008. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara tingkat religiusitas dengan minat turis asing mengunjungi tempat wisata setelah tragedi bencana tsunami.

Penelitian ini tidak menjelaskan metode yang digunakan. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat konsep yang menghubungkan tingkat religiusitas dengan minat turis mengunjungi tempat wisata dengan perantara penerimaan resiko yang membuat minat mengunjungi tempat wisata setelah terjadi tragedi bencana tsunami berkurang.

12. Borzooei dan Asgari (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “*The Effect of Religious Commitment on Halal Brand Relationship and Purchase Intention*”. *The International Journal’s Research Journal of Economics & Business Studies*, ISSN: 2251-1555, RJEBS, Volume:03 No:04 Februari 2014

Penelitian ini dilakukan oleh Boorzoei dan Asgari di tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas pada logo halal terhadap minat mengunjungi dan melakukan pembelian.

Penelitian ini tidak menjelaskan metode yang digunakan. Data dianalisis dengan membuat klasifikasi konseptual. Hasilnya terdapat

konsep yang menghubungkan tingkat religiusitas dengan minat mengunjungi dan pembelian dengan perantara logo halal.

13. Mukhtar dan Butt dalam penelitiannya yang berjudul “*Intention to Choose Halal Products: The Role of Religiosity*”. *Journal of Islamic Marketing* Vol. 3 No. 2, 2012, ISSN 2133-2542

Penelitian ini dilakukan oleh Mukhtar dan Butt di tahun 2011. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara sikap terhadap produk halal, norma dan tingkat religiusitas terhadap produk halal.

Penelitian ini tidak menjelaskan metode yang digunakan. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 150 orang. Data diolah dengan Theory of Reasoned Action (TRA). Hasilnya sikap, norma, dan tingkat religiusitas berpengaruh positif dengan minat mengunjungi dan memilih produk halal.

Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis saat ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap, nilai penerimaan, hasil yang diharapkan, dan tingkat religiusitas terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.

Penelitian ini terdiri dari 5 variabel, yaitu variabel terikat adalah minat mengunjungi hotel syari'ah yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah sikap, nilai penerimaan, hasil yang diharapkan, dan tingkat religiusitas yang diberi simbol X₁, X₂, X₃, dan X₄ sebagai variabel yang mempengaruhi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, metode yang digunakan adalah metode survei. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*.

Jenis data yang digunakan untuk variabel Y (minat mengunjungi) adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan skala likert untuk menguji instrument dan untuk variabel X₁ (sikap), X₂ (nilai penerimaan), X₃ (hasil yang diharapkan), X₄ (tingkat religiusitas) adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala likert untuk menguji instrumen. Proses validasi instrumen menggunakan *factor analysis* pada aplikasi *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS).

Validitas dan reliabilitas terhadap butir-butir pertanyaan kuesioner menggunakan SPSS 18.00. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana.

C. Kerangka Teoretik

1. Pengaruh Sikap Terhadap Minat Mengunjungi

*“Attitudes are predictive of behavioral intentions and relatively stable over time. Simple put, consumers generally form intentions to choose a hotel brand toward which they hold positive attitudes”*⁶¹. (Sikap memprediksikan minat mengunjungi dan relatif sama pada waktunya. Sederhana, konsumen biasanya berminat memilih hotel dimana mereka memiliki sikap yang positif pada hotel tersebut).

⁶¹Michael J.O’Fallon dan Denney G.Rutherford, *loc. cit.*

Sikap dapat digunakan untuk memperkirakan tingkah laku seperti dikatakan "*Attitudes are ultimately useful in predicting actual behavior, changing or strengthening the basis of consumers attitudes may therefore increase the likelihood of consumers engaging in desired behaviours*"⁶².

(Sikap merupakan hal yang paling mempengaruhi dalam memperkirakan tingkah laku konsumen, perubahannya, atau memperkuat dasar sikap konsumen dalam menggunakan keinginan tingkah lakunya).

Dalam tujuan strategi pemasaran, sikap juga memiliki andil yang penting sebagaimana dikatakan "*The goal of any marketing strategy is to increase positive attitude toward the offering or to encourage the use of certain rules, thereby increasing the likelihood of being chosen by consumers*"⁶³. (Tujuan dari pemasaran adalah untuk menambah sikap positif terhadap penawaran dalam mendorong penggunaan secara benar, dengan demikian sikap bertujuan untuk menambah kemungkinan obyek dapat dipilih konsumen).

Dari pengertian di atas sikap dapat mempengaruhi suatu jasa untuk dipilih konsumen, yaitu dengan cara strategi pemasaran yang baik. Dengan strategi pemasaran yang baik, maka akan timbul sikap yang positif pula terhadap suatu obyek, sikap positif tersebut akan membuat konsumen memilih obyek yang membuat mereka tertarik.

Maka secara keseluruhan sikap dapat mempengaruhi minat terhadap hotel seperti dikatakan "*The overall attitude toward a hotel is determined*"

⁶²Michael J.O'Fallon dan Denney G.Rutherford, *loc. cit.*

⁶³Michael J.O'Fallon dan Denney G.Rutherford, *op. cit.* p. 331

by the sum of the products of evaluations multiplied by beliefs regarding salient attributes associated with the offering”⁶⁴. (Secara keseluruhan sikap berhubungan terhadap hotel ditentukan dengan jumlah produk yang menjadi evaluasi dengan kepercayaan yang melengkapi hal penting dengan penawarannya).

Dari pengertian diatas sikap mempengaruhi minat mengunjungi hotel ditentukan dengan jumlah produk yang dievaluasi oleh hotel tersebut, seperti evaluasi dari sisi pelayanan, fasilitas, dan karyawannya agar kepercayaan konsumen tetap tinggi sehingga hotel memiliki nilai tawar yang tinggi pula terhadap konsumen.

2. Nilai Penerimaan Terhadap Minat Mengunjungi

Petrick’s study “*Found that tourists perceived value can effectively enhance the market share of a tourism enterprise and function as the predictor of tourist’s behavioral intention such as tourist’ visit intention*”⁶⁵. (Menemukan bahwa nilai penerimaan dapat menambah minat para turis sebagai perkiraan tingkah laku mereka yang berminat mengunjungi suatu tempat secara efektif). Maksud dari penelitian yang dilakukan oleh Patrick adalah terdapat hubungan antara nilai penerimaan yang mempengaruhi minat berkunjung secara efektif pada turis.

Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee and Choi “*emotional aspect of perception value has a stronger influence on visitors’*

⁶⁴Michael J.O’Fallon dan Denney G.Rutherford, *op. cit.* p. 331

⁶⁵Shen, Fan, Zhan, dan Zhao, *loc. cit.*

*satisfaction and behavioral intentions than its functional aspect*⁶⁶. (Aspek emosional yaitu nilai penerimaan sangat mempengaruhi kepuasan dan minat berkunjung dari para pengunjung dari pada aspek fungsionalnya). Artinya nilai penerimaan memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan dan minat mengunjungi konsumen.

Kemudian juga diikuti oleh Williams and Soutar yang mengatakan bahwa *“Tourists perceive positive value when the benefits received while traveling are greater than costs invested in travel”*⁶⁷. (Turis-turis memiliki nilai penerimaan yang positif ketika mendapatkan keuntungan lebih banyak dari biaya yang diinvestasikan dalam bepergian). Artinya nilai penerimaan mempengaruhi secara positif atas minat mengunjungi ketika mendapatkan banyak keuntungan saat menghabiskan uangnya dalam kegiatan bepergian.

3. Hasil yang diharapkan Terhadap Minat Mengunjungi

Witt and Wright *“If customer expect to receive discounts or rewards for staying at a green hotel, then offering these types of compensation/reductions will meet expectations and influence intentions”*⁶⁸. (Jika konsumen berharap untuk mendapatkan potongan harga atau hadiah untuk tinggal di hotel ramah lingkungan, kemudian mendapatkan penawaran kompensasi atau potongan harga tersebut, maka konsumen akan mendapatkan harapannya terpenuhi dan akan mempengaruhi minat konsumen).

⁶⁶Bajs, *loc. cit.*

⁶⁷Bajs, *loc. cit.*

⁶⁸Lee, Han, Willson, *loc. cit.*

Witt and Wright juga mengatakan “*Degree of attractiveness of specific attributes of a destination/activity determines positive outcomes related to cost, access, or available time in influencing the travel decision-making process*”⁶⁹. (Tingkat ketertarikan pada suatu tempat tujuan/aktivitas memiliki hubungan yang positif dengan hasil yang diharapkan pada biaya, akses dan waktu luang yang mempengaruhi minat mengunjungi). Artinya seseorang yang tertarik untuk mengunjungi suatu tempat akan memiliki hasil yang diharapkan biasanya berkaitan dengan biaya, akses, dan waktu yang mempengaruhi minat mengunjungi terhadap obyek tersebut.

Lee *et al.* mengatakan “*A green hotel attractiveness that brings positive outcomes of visiting a green hotel will influence customer visit intention and word of mouth intention*”⁷⁰. (Keindahan sebuah hotel ramah lingkungan akan membawa harapan positif untuk mengunjungi hotel ramah lingkungan tersebut dan mempengaruhi minat mengunjungi dan minat menceritakan kepada orang lain).

Lebih rinci Bansal and Voyer juga mengatakan bahwa “*Factors forming a customer’s positive intention, as well as the benefits resulting from a customer’s favorable behavioral intention*”⁷¹. (Faktor yang membuat hasil yang diharapkan positif adalah keuntungan berupa hasil dari minat tingkah laku yang disukainya). Artinya hasil yang diharapkan

⁶⁹Lee, Han, Willson, *loc. cit.*

⁷⁰Lee, Han, Willson, *loc. cit.*

⁷¹Lee, Han, Willson, *loc. cit.*

yang positif memberikan minat yang positif pula pada obyek yang disukainya).

Berdasarkan pengertian di atas hasil yang diharapkan berhubungan dengan minat mengunjungi. Maka dari itu perlu untuk pelaku bisnis untuk dapat memenuhi hasil yang diharapkan dari konsumennya, karena dengan terpenuhinya hasil yang diharapkan dari konsumen, minat mengunjungi konsumen terhadap suatu obyek akan meningkat.

4. Tingkat religiusitas Terhadap Minat Mengunjungi

Mokhlis dan Spartks mengatakan “*Religion is the mainstay of every culture that effects the daily life of its followes*”⁷². (Agama adalah andalan setiap budaya yang berpengaruh terhadap kehidupan sehari-hari pengikutnya).

Khraim mengatakan “*As consumers make decision based on the norms of their religion, it affects attitude, value, behavior and even their consumption style*”⁷³. (Sebagai konsumen membuat keputusan berdasarkan norma agama mereka dalam bersikap, tingkah laku, dan perilaku konsumsinya).

Berdasarkan pengertian di atas maka religiusitas berhubungan dengan minat konsumen dalam memutuskan sesuatu dalam kehidupan sehari-harinya seperti minat melakukan pembelian, minat mengunjungi dan sebagainya.

⁷²Borzooei dan Asgari, *loc. cit.*

⁷³Borzooei dan Asgari, *loc. cit.*

Hal ini senada dengan yang dikatakan oleh Swimberge *et al.* “*Religious is beneficial ignoring the religious belief of consumers affects of their business while paying attention to it develops their market*”⁷⁴. (Agama bermanfaat menambah keyakinan agama konsumen mempengaruhi bisnis mereka dengan memperhatikan berkembang pasar mereka). Artinya dengan bisnis yang berkonsep Islam, akan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk memilih bisnis tersebut.

Hal ini senada dengan yang dikatakan Muhamad dan Mizerski (2010) “*Religious commitment is one of significant factor that affects consumers in the market place*”⁷⁵. (Tingkat religiusitas adalah faktor yang mempengaruhi nilai pasar dengan melakukan pembelian berupa barang atau jasa).

Dengan demikian bahwa sikap, nilai penerimaan, hasil yang diharapkan, dan tingkat religiusitas mempunyai peran yang penting dalam meningkatkan minat mengunjungi hotel syari’ah. Secara lebih rinci kerangka teoretik penelitian ini dijelaskan dalam tabel analisis kerangka teoretik. (data di lampiran 3)

D. Perumusan Hipotesis

Berdasarkan kerangka teoretik di atas maka penulis membuat hipotesis mengenai minat mengunjungi hotel syari’ah pada karyawan Sudirman Central Business District (SCBD) sebagai berikut:

⁷⁴Borzooei dan Asgari, *loc. cit.*

⁷⁵Borzooei dan Asgari, *loc. cit.*

1. H1: Sikap berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.
2. H2: Nilai penerimaan berpengaruh signifikan terhadap minat Mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.
3. H3: Hasil yang diharapkan berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.
4. H4: Tingkat religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah penulis rumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya tentang hubungan sikap, nilai penerimaan, harapan keluar, dan tingkat religiusitas dengan minat mengunjungi hotel syari'ah. Kemudian secara lebih rinci tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh sikap terhadap minat karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta untuk mengunjungi hotel syari'ah.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh nilai penerimaan terhadap minat karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta untuk mengunjungi hotel syari'ah.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh hasil yang diharapkan terhadap minat karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta untuk mengunjungi hotel syari'ah.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh tingkat religiusitas terhadap minat karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta untuk mengunjungi hotel syari'ah.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta. Tempat ini dipilih sebagai tempat penelitian karena merupakan salah satu kawasan yang berada pada segitiga emas di Jakarta yaitu Jalan Rasuna Said, Gatot Subroto, dan Jenderal Sudirman. Kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) sendiri berada di Jalan Gatot Subroto seperti pada gambar peta segitiga emas berikut.

Gambar III.1 Peta Segitiga Emas Jakarta



Sumber: www.google.com diakses pada Senin, 6 April 2015 pukul 11.30

Kemudian, kawasan ini juga dikenal sebagai kawasan bisnis terbesar di Jakarta dengan banyaknya jumlah perusahaan yang melakukan investasi dan karyawan yang bekerja di kawasan tersebut, sehingga kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) menarik untuk dijadikan sebagai tempat penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan selama empat bulan, terhitung mulai dari bulan Februari 2015 sampai dengan Mei 2015. Waktu tersebut dipilih karena sesuai dengan waktu yang dimiliki penulis dalam membuat penelitian mengenai minat mengunjungi hotel syari'ah ini seperti terdapat dalam tabel agenda penelitian penulis. (data di lampiran 4)

C. Metode Penelitian

1. Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian baik data maupun analisisnya berdasarkan pada perhitungan statistik⁷⁶. Pada penelitian ini penulis menggunakan aplikasi *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS) versi 18.00 untuk menganalisis data yang diperoleh dari responden.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah metode penelitian yang berusaha untuk mengungkap opini, pendapat atau pandangan masyarakat terhadap isu-isu khusus⁷⁷. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode survei dengan teknik kuesioner dan wawancara.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling yaitu dengan cara convenience sampling. Teknik *convenience sampling* atau sama dengan sampel sewaktu-waktu adalah teknik dengan mendapatkan informasi dari anggota populasi yang sewaktu-waktu

⁷⁶Winna Sanjaya, *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedur* (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2013), p. 34

⁷⁷*Ibid.*, p. 38

tersedia untuk memberikan informasi yang dibutuhkan⁷⁸. Secara lebih detail mengenai teknik convenience sampling menurut Sekaran, “*Convenience sampling is the best way of getting some basic information quickly and efficiently*”⁷⁹. (Convenience sampling adalah cara terbaik untuk mendapatkan informasi secara cepat dan efisien).

Jenis data untuk variabel Y (minat mengunjungi) adalah data primer. Sama seperti variabel Y, untuk variabel X₁ (sikap), X₂ (nilai penerimaan), X₃ (hasil yang diharapkan), X₄ (tingkat religiusitas) jenis datanya juga merupakan data primer. Oleh karena itu untuk mendapatkan data dari responden mengenai kelima variabel tersebut, penulis membuat kuesioner penelitian dengan model skala likert.

Proses validasi instrumen menggunakan *factor analysis*, sedangkan untuk menguji realibilitas terhadap instrumen berdasarkan hasil dari kelompok dimensi *factor analysis* dengan menggunakan uji reliabilitas, dan teknik analisis data dengan menggunakan regresi linier sederhana pada aplikasi *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS) versi 18.00.

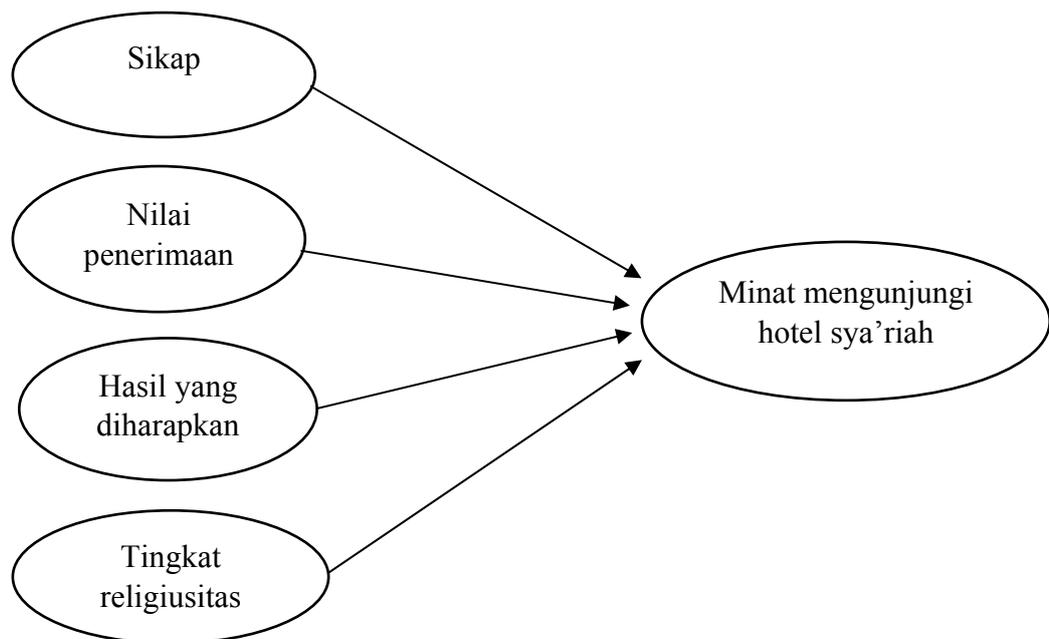
2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara variabel X₁, X₂, X₃, X₄ (Sikap, Nilai Penerimaan, Hasil yang diharapkan, Tingkat Religiusitas) dengan variabel Y (Minat Mengunjungi), maka konstelasi hubungan antara variabel X₁, X₂, X₃, X₄ dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut :

⁷⁸Dermawan Wibisono, Riset Bisnis Panduan Bagi Praktisi dan Akademisi (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), p. 49

⁷⁹Aman et al., *op. cit.*, p. 152

Gambar III.2 Konstelasi X_1, X_2, X_3, X_4 (Sikap, Nilai penerimaan, Hasil yang diharapkan, Tingkat religiusitas) dengan Y (Minat Mengunjungi)



Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

D. Populasi dan Sampling

Populasi adalah keseluruhan yang menjadi target dalam menggeneralisasikan hasil penelitian⁸⁰. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang berada di kawasan Sudirman Centre Business District (SCBD) Jakarta. Jumlah karyawan Sudirman Central Business District (SCBD) yang tidak diketahui secara pasti, maka dalam penentuan sampel penelitian penulis menggunakan metode perhitungan sampel yang digunakan oleh Hair *et al.* dalam bukunya *Multivariat Data Analysis*.

⁸⁰Winna Sanjaya, *op.cit.*, p. 228

Hair et al. mengatakan bahwa,

*Regarding the sample size question, the researcher generally would not factor analyze sample of fewer than 50 observations, and the preferably the sample size should be 100 or larger. As a general rule, the minimum is to have at least five times as many observations as the number of variables to be analyzed, and the more acceptable sample size would have 10:1 ratio*⁸¹. (Terkait ukuran sampel yang tidak diketahui jumlahnya, peneliti biasanya tidak akan menggunakan faktor analisis pada jumlah sampel 50 responden, melainkan kepada 100 responden atau lebih. Sebagai peraturan umum apabila jumlah sampel tidak diketahui maka jumlah indikator dikalikan minimal lima untuk dianalisis, dan lebih baik lagi apabila dengan rasio 10:1).

Berdasarkan pernyataan Hair *et al.* di atas, sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasinya, cara menghitungnya yaitu dengan menentukan variabel yang dianalisa atau jumlah indikator dikalikan minimal lima. Jumlah indikator valid dari penelitian ini berjumlah 48 indikator, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Sampel} &= 5 \times 48 \\ &= 240 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Dengan berdasarkan uraian di atas, maka jumlah sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini berjumlah 240 responden yang dapat mewakili karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.

Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah non probability sampling dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Teknik *convenience sampling* atau sama dengan sampling sewaktu-waktu adalah teknik dengan mendapatkan informasi dari anggota populasi yang sewaktu-waktu tersedia untuk memberikan informasi yang dibutuhkan⁸². Secara lebih

⁸¹Hair *et al.*, *Multivariate Data Analysis* (Upper Saddle River: Pearson) p. 101

⁸²Dermawan Wibisono, *loc cit.*, p. 49

detail mengenai teknik convenience sampling menurut Sekaran (2000) mengatakan bahwa, “convenience sampling is the best way of getting some basic information quickly and efficiently”⁸³. (*Convenience sampling* adalah cara terbaik untuk mendapatkan informasi secara cepat dan efisien). Secara lebih rinci mengenai teknik pengambilan sampel dan analisis data dari penelitian sebelumnya dijelaskan dalam tabel analisis pengambilan data. (data di lampiran 5)

E. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer. Menurut Kuswadi dan Mutiara, “Data primer adalah data yang dikumpulkan, diolah serta diterbitkan sendiri oleh organisasi yang menggunakannya”⁸⁴. Definisi ini diperkuat oleh Sugiyono yang menyatakan bahwa, “Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”⁸⁵.

Data primer penulis dapatkan dari pengisian kusioner oleh responden. Menurut Sugiyono, “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”⁸⁶. Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang telah peneliti susun untuk keperluan penelitian, yaitu seputar pengaruh variabel sikap, nilai penerimaan, hasil yang diharapkan dan tingkat religiusitas terhadap minat mengunjungi hotel syari’ah.

⁸³Aman *et al.*, *op. cit.*, p. 152

⁸⁴Kuswadi dan Erna Mutiara, *Delapan Langkah dan Tujuh Alat Statistik Statistik untuk Peningkatan Mutu Berbasis Komputer* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2004), p. 172

⁸⁵Sugiyono, *op.cit.*, p. 402

⁸⁶Sugiyono, *op.cit.*, p. 199

Pengkuantitatifan data dalam penelitian ini menggunakan Skala *Likert* atau disebut juga *summated rating scale*. Menurut Buhs yang dikutip oleh Simamora, “Skala ini banyak digunakan karena memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan terhadap pernyataan”⁸⁷

Peneliti menyediakan lima kemungkinan pilihan jawaban yaitu: STS, TS, N, S, dan SS. Hal tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel III.1 Skala Penilaian Instrumen

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Bilson Simamora, *Analisis Multivariat Pemasaran* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008) p. 23

Penelitian ini meneliti lima variabel yaitu sikap, nilai penerimaan, hasil yang diharapkan dan tingkat religiusitas (X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4) dengan minat mengunjungi (Y). Adapun instrumen untuk mengukur kelima variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Minat Mengunjungi

a. Definisi Konseptual

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli mengenai minat mengunjungi, definisi konseptual minat mengunjungi adalah bentuk kesungguhan

⁸⁷Bilson Simamora, *Analisis Multivariat Pemasaran* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), p. 23

berdasarkan faktor kemauan dan pilihan yang menjelaskan suatu keinginan dari perilaku seseorang dalam kunjungan tertentu di masa yang akan datang.

b. Definisi Operasional

Berdasarkan uraian dari beberapa pengertian mengenai minat mengunjungi, dimensi minat mengunjungi adalah kecenderungan dengan indikator keinginan untuk tinggal, merencanakan, mengusahakan, mengatakan hal positif, menjadikan pilihan utama dan merekomendasikan kepada orang lain atas suatu obyek.

c. Kisi-Kisi Instrumen Minat Mengunjungi

Kisi-kisi instrumen minat mengunjungi yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang akan digunakan untuk mengukur variabel minat mengunjungi setelah diuji validitasnya.

Kisi-kisi instrumen ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai indikator yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen indikator minat mengunjungi dapat dilihat pada tabel kisi-kisi instrumen indikator minat mengunjungi. (data di lampiran 6).

Untuk mengisi setiap butir indikator pernyataan dalam instrumen penelitian. Responden dapat memilih salah satu dari lima alternatif yang telah disediakan seperti pada tabel III.1 mengenai skala likert, sesuai dengan tingkat jawaban yang paling sesuai dengan diri responden.

d. Validasi Instrumen Minat Mengunjungi

Konsep instrumen kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel minat mengunjungi sebagaimana telah tercantum pada tabel di lampiran 6.

Setelah disetujui, langkah selanjutnya instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut diuji cobakan kepada 50 responden, kemudian dianalisis dengan menggunakan *factor analysis* dan uji reliabilitas pada program *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS). Menurut Coakes *et al.* (2009) butir indikator hasil *factor analysis* dan *cronbach's alpha* hasil uji reliabilitas dapat dikatakan valid apabila hasil uji berada diatas 0.5⁸⁸. Berikut adalah tabel validasi instrument variabel minat mengunjungi tersebut. (data di lampiran 7)

2. Sikap

a. Definisi Konseptual

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli di atas mengenai sikap, definisi konseptual sikap adalah perilaku konsumen yang menunjukkan suka atau tidak suka terhadap suatu obyek. Sikap tersebut terbagi dua yaitu sikap positif dan negatif, sikap positif terjadi apabila konsumen suka terhadap suatu obyek sedangkan sikap negatif terjadi apabila konsumen tidak suka terhadap suatu obyek tersebut.

⁸⁸Aman et al. *op. cit.*, p. 154

b. Definisi Operasional

Berdasarkan uraian dari beberapa pengertian mengenai sikap, dimensi sikap adalah perasaan dan tindakan. Perasaan suka dengan indikator menyukai, merasa senang, dan merasa baik. Tindakan dengan indikator keinginan berpartisipasi, berkontribusi, dan membuat diri menjadi nyaman.

c. Kisi-Kisi Instrumen Sikap

Kisi-kisi instrumen sikap yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel sikap.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen indikator sikap dapat dilihat pada tabel kisi-kisi instrumen indikator sikap. (data di lampiran 8)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari lima alternatif yang telah disediakan pada tabel III.1 mengenai skala penilaian instrumen.

d. Validasi Instrumen Sikap

Konsep instrumen kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel sikap sebagaimana telah tercantum pada tabel di lampiran 8.

Setelah disetujui, langkah selanjutnya instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut diuji cobakan kepada 50 responden, kemudian dianalisis dengan

menggunakan *factor analysis* pada program *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS). Menurut Coakes *et al.* (2009) butir indikator hasil *factor analysis* dan *cronbach's alpha* hasil uji reliabilitas dapat dikatakan valid apabila hasil uji berada diatas 0.5⁸⁹. Berikut adalah tabel validasi instrument variabel sikap tersebut. (data di lampiran 9)

3. Kualitas Nilai Penerimaan

a. Definisi Konseptual

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli di atas mengenai nilai penerimaan, definisi konseptual nilai penerimaan adalah rangsangan berupa penilaian terhadap apa yang diberikan oleh pelaku bisnis kepada konsumen termasuk didalamnya produk berupa barang atau jasa, karakteristik pelayanan, citra perusahaan, dan layanan peduli konsumen serta aspek lainnya yang mempengaruhi penilaian konsumen.

b. Definisi Operasional

Berdasarkan uraian dari beberapa pengertian mengenai nilai penerimaan, dimensi nilai penerimaan adalah penilaian dan penyesuaian tarif. Dimensi penilaian dengan indikator pemikiran yang baik, sudah diketahui orang lain, kemudahan untuk dipesan, tanggung jawab yang baik, kualitas yang baik, konsistensi, dapat dibuktikan, dapat membuat nyaman dan menyenangkan. Dimensi penyesuaian tarif dengan indikator tarif yang terjangkau, ekonomis, dan sesuai.

⁸⁹Aman et al. *op. cit.*, p. 154

c. Kisi-Kisi Instrumen Nilai Penerimaan

Kisi-kisi instrumen nilai penerimaan yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel nilai penerimaan.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen nilai penerimaan dilihat pada tabel kisi-kisi instrument indikator. (data di lampiran 10)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari lima alternatif yang telah disediakan sesuai dengan tabel III.1 mengenai skala penilaian instrumen.

d. Validasi Instrumen Nilai Penerimaan

Konsep instrumen kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel nilai penerimaan sebagaimana telah tercantum pada tabel di lampiran 10.

Setelah disetujui, langkah selanjutnya instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut diuji cobakan kepada 50 responden, kemudian dianalisis dengan menggunakan *factor analysis* pada program *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS). Menurut Coakes *et al.* (2009) butir indikator hasil *factor analysis* dan *cronbach's alpha* hasil uji reliabilitas

dapat dikatakan valid apabila hasil uji berada diatas 0.5⁹⁰. Berikut adalah tabel validasi instrument variabel nilai penerimaan tersebut. (data di lampiran 11)

4. Hasil yang diharapkan

a. Definisi Konseptual

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli di atas mengenai hasil yang diharapkan, definisi konseptual hasil yang diharapkan adalah segala sesuatu yang menjadi keinginan dasar seseorang yang muncul berdasarkan pilihan-pilihan yang diinginkan atas suatu obyek.

b. Definisi Operasional

Berdasarkan uraian dari beberapa pengertian mengenai hasil yang diharapkan, dimensi dari hasil yang diharapkan adalah kemampuan dengan indikator kemampuan menjaga lingkungan, tanggung jawab sosial, mendapatkan kesehatan, peduli terhadap lingkungan, menikmati suasana ramah lingkungan, makan makanan segar dan sehat, dan mengurangi pengeluaran.

c. Kisi-Kisi Instrumen Hasil yang diharapkan

Kisi-kisi instrumen hasil yang diharapkan yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel hasil yang diharapkan.

⁹⁰Aman et al. *op. cit.*, p. 154

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen hasil yang diharapkan dilihat pada tabel kisi-kisi instrument indikator variabel hasil yang diharapkan. (data di lampiran 12)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari lima alternatif yang telah disediakan pada tabel III.1 mengenai analisis penilaian instrumen.

d. Validasi Instrumen Hasil yang diharapkan

Konsep instrumen kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel hasil yang diharapkan sebagaimana telah tercantum pada tabel di lampiran 12.

Setelah disetujui, langkah selanjutnya instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut diuji cobakan kepada 50 responden, kemudian dianalisis dengan menggunakan *factor analysis* pada program *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS). Menurut Coakes *et al.* (2009) butir indikator hasil *factor analysis* dan *cronbach's alpha* hasil uji reliabilitas dapat dikatakan valid apabila hasil uji berada diatas 0.5⁹¹. Berikut adalah tabel validasi instrument variabel hasil yang diharapkan tersebut. (data di lampiran 13)

⁹¹Aman et al. *op. cit.*, p. 154

5. Tingkat Religiusitas

a. Definisi Konseptual

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli di atas mengenai tingkat religiusitas, definisi konseptual tingkat religiusitas adalah sistem kepercayaan dan perbuatan yang mengatur diri untuk selalu merefleksikan hidup sesuai dengan ajaran agama yang dianut individunya.

b. Definisi Operasional

Berdasarkan uraian dari beberapa pengertian mengenai tingkat religiusitas, dimensi tingkat religiusitas adalah keyakinan, ketaatan, dan kepercayaan. Keyakinan dengan indikator tidak menaruh lukisan manusia, memisahkan ruangan laki-laki dan perempuan, tidak mengarahkan toilet dan tempat tidur ke arah Mekkah, dan memberikan pelayanan sesuai dengan ajaran Islam seperti makan dan minuman yang halal, atribut Islami, dan manajemen keuangan Islami. Ketaatan dengan indikator alkohol dan hiburan malam tidak diizinkan, fasilitas publik dipisahkan untuk laki-laki dan perempuan, setiap kamar harus ada Al-Qur'an dan sajadah. Kepercayaan dengan indikator kesesuaian agama, produk dan jasa yang ditawarkan dan memperkenalkan Norma Islam kepada agama lain.

c. Kisi-Kisi Instrumen Tingkat Religiusitas

Kisi-kisi instrumen tingkat religiusitas yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk uji coba dan

juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel tingkat religiusitas.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen tingkat religiusitas dilihat pada tabel kisi-kisi instrument tingkat religiusita. (data di lampiran 14)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari lima alternatif yang telah disediakan pada tabel III.1 mengenai analisis penilaian instrumen.

d. Validasi Instrumen Tingkat Religiusitas

Konsep instrumen kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel tingkat religiusitas sebagaimana telah tercantum pada tabel di lampiran 14.

Setelah disetujui, langkah selanjutnya instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut diuji cobakan kepada 50 responden, kemudian dianalisis dengan menggunakan *factor analysis* pada program *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS). Menurut Coakes *et al.* (2009) butir indikator hasil *factor analysis* dan *cronbach's alpha* hasil uji reliabilitas dapat dikatakan valid apabila hasil uji berada diatas

0.5⁹². Berikut adalah tabel validasi instrument variabel tingkat religiusitas tersebut. (data di lampiran 15)

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data dilakukan secara komputerisasi dengan menggunakan software pengolah data statistik, yaitu *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) Versi 18.00. Kelebihan dari software ini adalah mampu mengolah data dalam jumlah besar, dan mampu memvisualisasikan hasil analisis data secara akurat dan menarik. Metode Pengolahan data dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah model yang kita gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji Kolmogorov Smirnov (KS)⁹³.

Kriteria pengambilan keputusan dengan uji statistik Kolmogorov Smirnov, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

Sedangkan kriteria pengambilan keputusan dengan analisis grafik (normal probability), yaitu:

⁹² Aman et al. *op. cit.*, p. 15

⁹³Ghozali, Imam. *Ekonometrika Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS17*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2009. p. 113

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

b. Uji Linearitas

Pengujian linearitas dilakukan dengan memuat plot residual terhadap nilai-nilai prediksi. Jika diagram antara nilai-nilai prediksi dan nilai-nilai residual tidak membentuk suatu pola tertentu, juga kira-kira 95% dari residual terletak antara -2 dan +2 dalam Scatterplot, maka asumsi linearitas terpenuhi.⁹⁴

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinieritas.⁹⁵

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas.⁹⁶

Cara mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini

⁹⁴*Ibid.*, p. 115

⁹⁵Sudjana, *op.cit.* p. 59

⁹⁶Imam Ghazali, *op., cit.* p. 25

menunjukkan setiap variabel manakah yang dijelaskan oleh variabel terikat lainnya.

Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai Tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Semakin kecil nilai Tolerance dan semakin besar nilai VIF, maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Nilai yang dipakai jika Tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Menurut Priyatno, “Heterokedasitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi”⁹⁷. Uji heterokedasitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya varian dari residual pada model regresi. Prasyarat yang harus dilakukan dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heterokedasitas.

Untuk mendeteksi heteroskedastisitas menggunakan metode grafik. Metode grafik dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu X dan \hat{Y} (Y yang telah diprediksi ZPRED) dan

⁹⁷*Ibid*, p. 83

sumbu Y adalah residual atau SRESID ($\hat{Y}-Y$) yang telah di unstandardized.⁹⁸ Dasar analisisnya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, secara titik-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau model homoskedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Priyatno, “Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara variabel dependen dengan variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel independen (Y)”⁹⁹. Analisis ini untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

b. Uji t

Menurut Santoso, “Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel dependen”¹⁰⁰. Pengujian hipotesis yang digunakan

⁹⁸*Ibid.*, p. 37

⁹⁹*Ibid.*, p. 61

¹⁰⁰Singgih Santoso, *op.cit.*, p. 379

pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji t), pengujian ini digunakan untuk mengetahui signifikansi:

1. Pengaruh sikap (X_1) terhadap minat mengunjungi (Y)
2. Pengaruh nilai penerimaan (X_2) terhadap minat mengunjungi (Y)
3. Pengaruh hasil yang diharapkan (X_3) terhadap minat mengunjungi (Y)
4. Pengaruh kualitas produk (X_4) terhadap minat beli (Y)

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur sejauh mana kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel-variabel bebas. Nilai koefisien determinasi adalah hanya berkisar antara 0 sampai 1 ($0 < R < 1$) yang dijelaskan dalam ukuran persentase. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Data Responden

Pada bagian ini penulis mendeskripsikan karakteristik data dari 240 karyawan yang dijadikan responden. Karakteristik responden yang akan dideskripsikan meliputi: jenis kelamin dengan rentang usia, jenis kelamin dengan pendidikan terakhir, jenis kelamin dengan pekerjaan, jenis kelamin dengan kapan terakhir menginap di hotel dan jenis kelamin dengan pernah menginap di hotel syari'ah atau tidak.

a. Jenis Kelamin Dengan Usia

Berdasarkan tabel jenis kelamin dengan rentang usia, responden di bawah umur 20 tahun adalah 5 pria dan 15 wanita. Responden di antara umur 20-30 tahun adalah 95 pria dan 71 wanita. Responden di antara 31-40 tahun adalah 14 pria dan 30 wanita. Responden di atas 40 tahun adalah 10 pria dan 0 wanita, seperti dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel IV.1 Jenis Kelamin Dengan Usia

		Usia				Total
		< 20 tahun	20-30 tahun	31-40 tahun	> 40 tahun	
Jenis Kelamin	Pria	5	95	14	10	124
	Wanita	15	71	30	0	116
Total		20	166	44	10	240

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

b. Jenis Kelamin Dengan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan jenis kelamin dengan tingkat pendidikan terakhir, responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK adalah 15 pria dan 26 wanita. Responden dengan tingkat pendidikan terakhir D3 adalah 25 pria dan 24 wanita. Responden dengan tingkat pendidikan terakhir S1 adalah 78 pria dan 61 wanita. Responden dengan tingkat pendidikan terakhir S2 adalah 6 pria dan 5 wanita, seperti dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel IV.2 Jenis Kelamin Dengan Pendidikan Terakhir

		Pendidikan Terakhir				Total
		SMA/SMK	D3	S1	S2	
Jenis Kelamin	Pria	15	25	78	6	124
	Wanita	26	24	61	5	116
Total		41	49	139	11	240

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

c. Jenis Kelamin Dengan Pekerjaan

Berdasarkan jenis kelamin dengan pekerjaan, semua responden adalah karyawan swasta yang terdiri dari 124 pria dan 116 wanita, seperti dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel IV.3 Tingkat Pendidikan Terakhir

		Pekerjaan	
		Karyawan Swata	Total
Jenis Kelamin	Pria	124	124
	Wanita	116	116
Total		240	240

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

d. Jenis Kelamin Dengan Terakhir Menginap di Hotel

Berdasarkan jenis kelamin dengan waktu terakhir menginap di hotel, responden dalam 1 bulan terakhir menginap di hotel adalah 37 pria dan 14 wanita. Responden di antara 2-4 bulan terakhir menginap di hotel adalah 38 pria dan 53 wanita. Responden lebih dari 4 bulan yang lalu menginap di hotel adalah 49 pria dan 49 wanita, seperti dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel IV.4 Terakhir Menginap di Hotel

		Terakhir Menginap di Hotel			Total
		dalam 1 bulan terakhir	antara 2-4 bulan	lebih dari 4 bulan yang lalu	
Jenis Kelamin	Pria	37	38	49	124
	Wanita	14	53	49	116
Total		51	91	98	240

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

e. Jenis Kelamin Dengan Pernah Menginap di Hotel Syari'ah

Berdasarkan jenis kelamin dengan pernah atau tidak pernah menginap di hotel syari'ah, responden yang pernah menginap di hotel syari'ah adalah 13 pria dan 10 wanita. Responden yang belum pernah menginap di hotel syari'ah adalah 111 pria dan 106 wanita, seperti dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel IV.5 Pernah Menginap di Hotel Syari'ah

		Pernah Menginap di Hotel Syariah		Total
		pernah	belum pernah	
Jenis Kelamin	Pria	13	111	124
	Wanita	10	106	116
Total		23	217	240

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

2. Deskripsi Data Variabel

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas tersebut diantaranya adalah sikap (X_1), nilai penerimaan (X_2), hasil yang diharapkan (X_3), dan tingkat religiusitas (X_4), sedangkan variabel terikat adalah minat mengunjungi (Y). Gambaran karakteristik variabel-variabel penelitian diperoleh dari hasil pengolahan data dengan analisis statistik deskriptif. Deskripsi masing-masing variabel disajikan dalam bentuk skor rata-rata, nilai minimum, nilai maksimum, standard deviasi, varians, dan distribusi frekuensi.

a. Variabel Minat Mengunjungi (Y)

Data variabel minat mengunjungi, diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala likert oleh 240 karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta. Berdasarkan pengolahan data kuesioner model skala likert diperoleh skor terendah sebesar 12, skor tertinggi sebesar 30 dan skor rata-rata sebesar 21,22. Varians (S^2) variabel minat mengunjungi sebesar 14,78 dan simpangan baku (S) sebesar 3,84. Sebagaimana dijelaskan dalam analisis data dari SPSS 18.00 berikut:

Minat Mengunjungi

N	Valid	240
	Missing	0
Mean		21.1917
Median		21.0000
Mode		21.00
Std. Deviation		3.89892
Variance		15.202
Range		19.00
Minimum		11.00
Maximum		30.00
Sum		5086.00

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2015)

Kemudian, deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel minat mengunjungi, dapat dilihat pada tabel berikut dimana besar rentang skor adalah 18, banyaknya kelas adalah 8, dan panjang kelas adalah 3. Berikut adalah tabel distribusi frekuensi dari variabel minat mengunjungi.

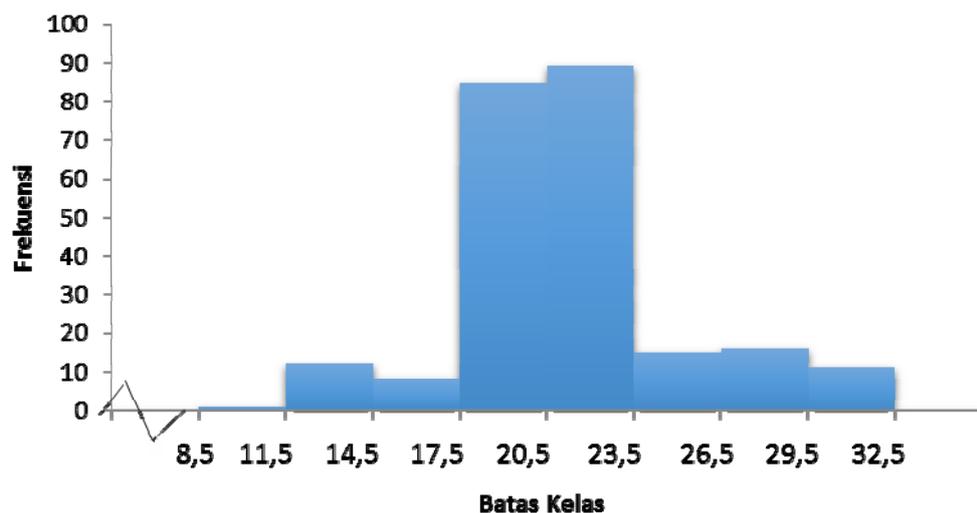
Tabel IV.6 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Mengunjungi (Y)

Interval Kelas	Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
9 - 11	8,5	12,5	1	0,42
12 - 14	11,5	14,5	12	5
15 - 17	14,5	17,5	8	3,33
18 - 20	17,5	20,5	85	35,42
21 - 23	20,5	23,5	89	37,08
24 - 26	23,5	26,5	15	6,25
27 - 29	26,5	29,5	16	6,67
30 - 32	29,5	32,5	14	5,83
Jumlah			240	100%

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, frekuensi relatif tertinggi berada pada kelas kelima yaitu pada rentang 21 - 23 sebanyak 89 karyawan, dengan presentase sebesar 37,08%. Untuk data terendah berada pada kelas pertama yaitu pada rentang 30-32 sebanyak 1 orang karyawan, dengan presentase sebesar 0,42%. Berikut adalah grafik histogram untuk distribusi frekuensi variabel minat mengunjungi (Y).

Grafik IV.1 Histogram Variabel Y (Minat Mengunjungi)



Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan tabel frekuensi dan grafik histogram di atas, penulis juga membuat tabel mengenai hasil rata-rata hitung skor indikator untuk menunjukkan total skor, rata-rata skor, rerata, dan presentase skor indikator dari variabel minat mengunjungi (Y). Sebagaimana terdapat pada tabel berikut:

Tabel IV.7 Hasil Skor Variabel Minat Mengunjungi (Y)

No	Indikator	Total Skor	Rata-Rata Skor	Persentase (%)
1	Saya ingin menginap di hotel syariah ketika bepergian	886	3,69	17,40
2	Saya berencana menginap di hotel syariah ketika bepergian	869	3,62	17,07
3	Saya akan mengusahakan untuk menginap di hotel syariah ketika bepergian	843	3,47	16,36
4	Saya selalu mengatakan hal positif tentang hotel syariah kepada orang lain	869	3,62	17,07
5	Hotel syariah adalah pilihan utama saya ketika mencari tempat penginapan	774	3,22	15,18
6	Saya akan merekomendasikan hotel syariah kepada orang lain	862	3,59	16,92
Total		5103	21,21	100

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel minat mengunjungi (Y), dapat disimpulkan bahwa minat mengunjungi yang paling dominan mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syari'ah adalah faktor ingin menginap di hotel syari'ah ketika bepergian sebesar 17,40%, sedangkan faktor terendah yang mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syari'ah adalah faktor menjadikan hotel syariah pilihan utama ketika mencari tempat penginapan sebesar 15,18%.

b. Variabel Sikap (X_1)

Data variabel sikap, diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala likert oleh 240 karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta. Berdasarkan pengolahan data kuesioner model skala likert diperoleh skor terendah sebesar 14, skor tertinggi sebesar 35 dan skor rata-rata sebesar 25,65. Varians (S^2) variabel sikap sebesar 17,63 dan simpangan baku (S) sebesar 4,19. Sebagaimana dijelaskan dalam analisis data dari SPSS 18.00 berikut:

Statistics		
Variabel Sikap (X_1)		
N	Valid	240
	Missing	0
Mean		25.6542
Median		26.0000
Mode		26.00
Std. Deviation		4.19917
Variance		17.633
Range		21.00
Minimum		14.00
Maximum		35.00
Sum		6157.00

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2015)

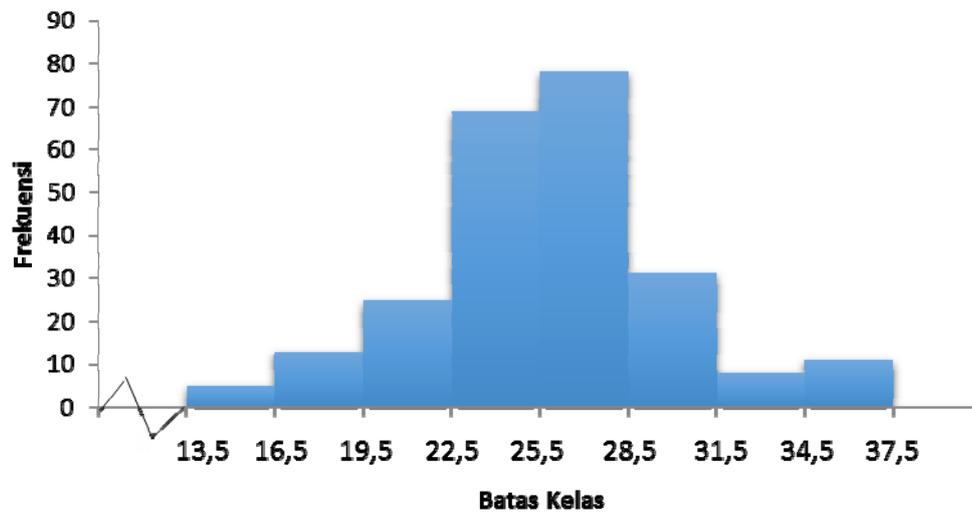
Deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel sikap, dapat dilihat pada tabel berikut dimana besar rentang skor adalah 21, banyaknya kelas adalah 8, dan panjang kelas adalah 3. Berikut adalah tabel distribusi frekuensi dari variabel sikap.

Tabel IV.8 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap (X_1)

Interval Kelas	Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
14 - 16	13,5	16,5	5	2,08
17 - 19	16,5	19,5	13	5,42
20 - 22	19,5	22,5	25	10,42
23 - 25	22,5	25,5	69	28,75
26 - 28	25,5	28,5	78	32,5
29 - 31	28,5	31,5	31	12,92
32 - 34	31,5	34,5	8	3,33
35 - 37	34,5	37,5	11	4,58
Jumlah			240	100%

Sumber: Data diolah Penulis (2015)

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, frekuensi relatif tertinggi berada pada kelas kelima yaitu pada rentang 26 - 28 sebanyak 78 karyawan, dengan presentase sebesar 32,5%. Untuk data terendah berada pada kelas pertama yaitu pada rentang 14 - 16 sebanyak 5 orang karyawan, dengan presentase sebesar 2,08%. Berikut adalah grafik histogram untuk distribusi frekuensi variabel sikap (X_1).

Grafik IV.2 Histogram Variabel Sikap (X_1)

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan tabel frekuensi dan grafik histogram di atas, penulis juga membuat tabel mengenai hasil rata-rata hitung skor indikator untuk menunjukkan total skor, rata-rata skor, rerata, dan presentase skor indikator dari variabel sikap (X_1). Sebagaimana disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel IV.9 Hasil Skor Variabel Sikap (X_1)

No	Indikator	Total Skor	Rata-Rata Skor	Persentase (%)
1	Saya menyukai ide hotel syariah	933	3,89	15,15
2	Saya merasa hotel syariah adalah ide hotel yang bagus	947	3,94	15,38
3	Saya merasa senang terhadap hotel syariah	894	3,72	14,52
4	Saya merasa menginap di hotel syariah sangat baik	871	3,63	14,15

5	Saya ingin berpartisipasi dalam acara yang diadakan hotel syariah	778	3,24	12,64
6	Saya ingin berkontribusi di acara hotel syariah	792	3,30	12,86
7	Saya ingin membuat diri saya nyaman dengan adanya hotel syariah	942	3,92	15,30
Total		6157	25,64	100

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel sikap, dapat disimpulkan bahwa sikap yang paling dominan mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syaria'ah adalah faktor merasa hotel syariah adalah ide hotel yang bagus sebesar 15,38%, sedangkan faktor terendah yang mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syaria'ah adalah faktor keinginan berpartisipasi dalam acara yang diadakan hotel syariah sebesar 12,64%.

c. Variabel Nilai Penerimaan (X₂)

Data variabel nilai penerimaan, diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala likert oleh 240 karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta. Berdasarkan pengolahan data kuesioner model skala likert diperoleh skor terendah sebesar 34, skor tertinggi sebesar 60 dan skor rata-rata sebesar 43,50. Varians (S^2) variabel nilai penerimaan sebesar 54,77 dan simpangan baku (S) sebesar 7,40. Sebagaimana dijelaskan dalam analisis data dari SPSS 18.00 berikut:

Statistics

Variabel Nilai Penerimaan (X_2)

N	Valid	240
	Missing	0
Mean		43.5042
Median		42.0000
Mode		42.00
Std. Deviation		7.40123
Variance		54.778
Range		26.00
Minimum		34.00
Maximum		60.00
Sum		10441.00

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2015)

Kemudian, deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel nilai penerimaan, dapat dilihat pada tabel berikut dimana besar rentang skor adalah 26, banyaknya kelas adalah 8, dan panjang kelas adalah 3. Berikut adalah tabel distribusi frekuensi dari variabel nilai penerimaan.

Tabel IV.10 Distribusi Frekuensi Nilai Penerimaan (X_2)

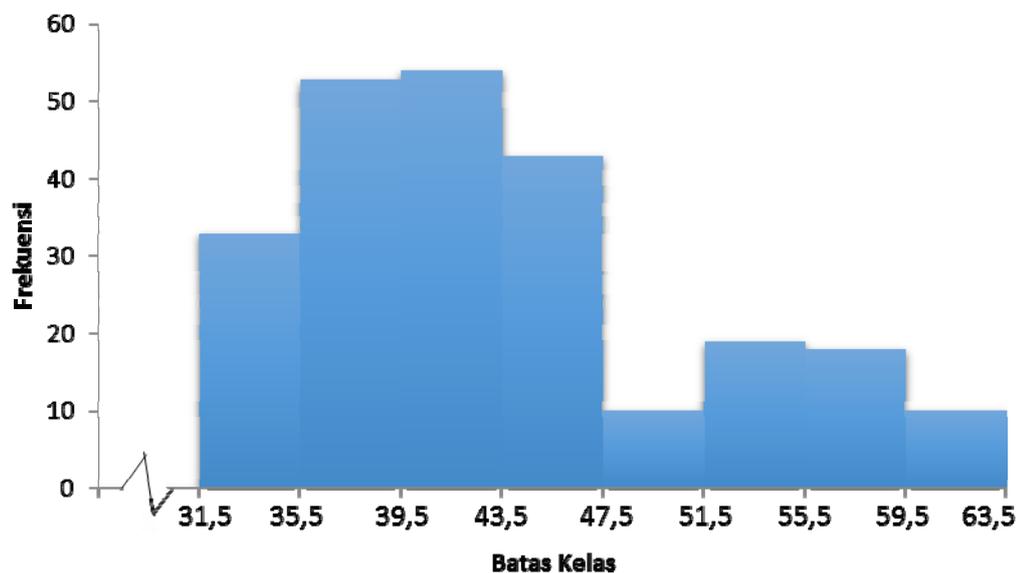
Interval Kelas	Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
32 - 35	31,5	35,5	33	13,75
36 - 39	35,5	39,5	53	22,08
40 - 43	39,5	43,5	54	22,50
44 - 47	43,5	47,5	43	17,92
48 - 51	47,5	51,5	10	4,17
52 - 55	51,5	55,5	19	7,92
56 - 59	55,5	59,5	18	7,50
60 - 63	59,5	63,5	10	4,17
Jumlah			240	100%

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, frekuensi relatif tertinggi berada pada kelas ketiga yaitu pada rentang 40 - 43 sebanyak

54 karyawan, dengan presentase sebesar 22,50%. Untuk data terendah berada pada kelas keempat dan kedelapan yaitu pada rentang 48 - 51 dan 60 - 63 sebanyak 10 orang karyawan, dengan presentase sebesar 4,16%. Berikut adalah grafik histogram untuk distribusi frekuensi variabel nilai penerimaan (X_2).

Grafik IV.3 Histogram Variabel Nilai Penerimaan (X_2)



Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan tabel frekuensi dan grafik histogram di atas, penulis juga membuat tabel mengenai hasil rata-rata hitung skor indikator untuk menunjukkan total skor, rata-rata skor, rerata, dan presentase skor indikator dari variabel nilai penerimaan (X_2). Sebagaimana disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel IV.11 Hasil Skor Variabel Nilai Penerimaan (X₂)

No	Indikator	Total Skor	Rata-Rata Skor	Persentase (%)
1	Saya merasa hotel syariah adalah hal yang baik	991	4,13	9,50
2	Saya merasa hotel syariah sudah banyak diketahui orang lain	732	3,05	7,02
3	Saya merasa hotel syariah mudah untuk dipesan	817	3,40	7,82
4	Saya merasa hotel syariah memiliki tanggung jawab yang baik	921	3,83	8,81
5	Saya merasa hotel syariah memiliki kualitas yang sangat baik	900	3,75	8,63
6	Saya merasa hotel syariah sangat konsisten dengan konsep islamnya	944	3,93	9,04
7	Saya merasa hotel syariah adalah hal yang baik	824	3,43	7,89
8	Saya merasa hotel syariah tarifnya terjangkau	825	3,44	7,91
9	Saya merasa hotel syariah tarifnya ekonomis	882	3,67	8,44
10	Saya merasa hotel syariah tarifnya sesuai	903	3,76	8,65
11	Saya merasa nyaman dengan mengunjungi hotel syariah	842	3,50	8,05
12	Saya merasa hotel syariah membutuhkan sedikit usaha untuk dipesan	860	3,58	8,24
Total		10441	43,47	100

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel nilai penerimaan, dapat disimpulkan bahwa nilai penerimaan yang paling dominan mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syari'ah adalah faktor merasa hotel syariah adalah hal yang baik

sebesar 9,50%, sedangkan faktor terendah yang mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syariah adalah faktor merasa hotel syariah sudah banyak diketahui orang lain sebesar 7,02%.

d. Variabel Hasil yang Diharapkan (X_3)

Data variabel nilai penerimaan, diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala likert oleh 240 karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta. Berdasarkan pengolahan data kuesioner model skala likert diperoleh skor terendah sebesar 9, skor tertinggi sebesar 35 dan skor rata-rata sebesar 24,04. Varians (S^2) variabel nilai penerimaan sebesar 43,72 dan simpangan baku (S) sebesar 6,61. Sebagaimana dijelaskan dalam analisis data dari SPSS 18.00 berikut:

Statistics		
Skor Total Hasil Diharapkan		
N	Valid	240
	Missing	0
Mean		24.0458
Median		25.0000
Mode		28.00
Std. Deviation		6.61193
Variance		43.718
Range		26.00
Minimum		9.00
Maximum		35.00
Sum		5771.00

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2015)

Kemudian, deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel nilai penerimaan, dapat dilihat pada tabel berikut dimana besar rentang skor

adalah 26, banyaknya kelas adalah 8, dan panjang kelas adalah 3.

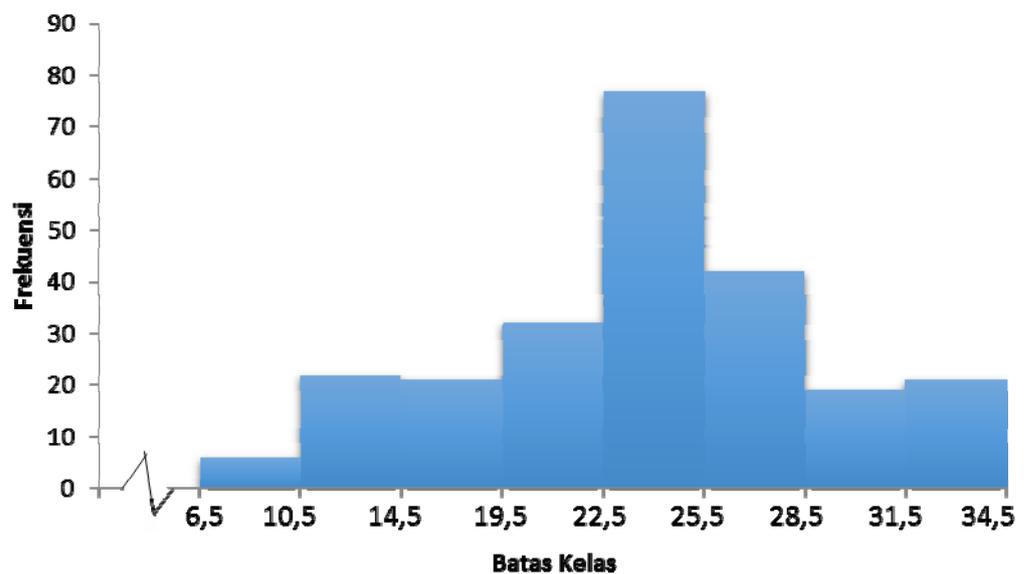
Berikut adalah tabel distribusi frekuensi dari variabel nilai penerimaan.

Tabel IV.12 Distribusi Frekuensi Hasil yang Diharapkan (X_3)

Interval Kelas	Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
7 - 10	6,5	10,5	6	2,50
11 - 14	10,5	14,5	22	9,17
15 - 18	14,5	18,5	21	8,75
19 - 22	18,5	22,5	32	13,33
23 - 26	22,5	26,5	77	32,08
27 - 30	26,5	30,5	42	17,5
31 - 34	30,5	34,5	19	7,92
35 - 38	34,5	38,5	21	8,75
Jumlah			240	100%

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, frekuensi relatif tertinggi berada pada kelas kelima yaitu pada rentang 23 - 26 sebanyak 77 karyawan, dengan presentase sebesar 32,08%. Untuk data terendah berada pada kelas pertama yaitu pada rentang 7 - 10 sebanyak 6 orang karyawan, dengan presentase sebesar 2,5%. Berikut adalah grafik histogram untuk distribusi frekuensi variabel hasil yang diharapkan (X_3).

Grafik IV.4 Histogram Variabel Hasil Yang Diharapkan (X_3)

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan tabel frekuensi dan grafik histogram di atas, penulis juga membuat tabel mengenai hasil rata-rata hitung skor indikator untuk menunjukkan total skor, rata-rata skor, rerata, dan presentase skor indikator dari variabel hasil yang diharapkan (X_3). Sebagaimana disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel IV.13 Hasil Skor Variabel Hasil Yang Diharapkan (X_3)

No	Indikator	Total Skor	Rata-Rata Skor	Persentase (%)
1	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat menjaga lingkungan	833	3,47	14,44
2	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat lebih bertanggung jawab sosial	838	3,49	14,52
3	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya mendapatkan kesehatan	803	3,34	13,90

4	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya peduli terhadap lingkungan	808	3,37	14,02
5	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat menikmati situasi yang ramah lingkungan	840	3,50	14,57
6	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya makan makanan segar dan sehat	846	3,52	14,65
7	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat mengurangi pengeluaran	803	3,34	13,90
Total		5771	24,03	100

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel hasil yang diharapkan, dapat disimpulkan bahwa hasil yang diharapkan yang paling dominan mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syari'ah adalah faktor menginap di hotel syariah ketika bepergian akan dapat menjaga lingkungan sebesar 14,57%, sedangkan faktor terendah yang mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syari'ah adalah faktor menginap di hotel syariah ketika bepergian akan dapat menjaga kesehatan dan faktor menginap di hotel syariah ketika bepergian akan dapat mengurangi pengeluaran sebesar 13,9%.

e. Variabel Tingkat Religiusitas (X_4)

Data variabel tingkat religiusitas, diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala likert oleh 240 karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta. Berdasarkan pengolahan data kuesioner model skala likert diperoleh skor terendah sebesar 31, skor tertinggi sebesar 80 dan skor rata-rata sebesar 58,71. Varians (S^2) variabel tingkat religiusitas sebesar 79,53 dan simpangan

baku (S) sebesar 8,91. Sebagaimana dijelaskan dalam analisis data dari SPSS 18.00 berikut:

Statistics		
Variabel Tingkat Religiusitas		
N	Valid	240
	Missing	0
Mean		58.7167
Median		58.0000
Mode		53.00
Std. Deviation		8.91821
Variance		79.534
Range		49.00
Minimum		31.00
Maximum		80.00
Sum		14092.00

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2015)

Kemudian, deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel tingkat religiusitas, dapat dilihat pada tabel berikut dimana besar rentang skor adalah 49, banyaknya kelas adalah 8, dan panjang kelas adalah 3. Berikut adalah tabel distribusi frekuensi dari variabel tingkat religiusitas.

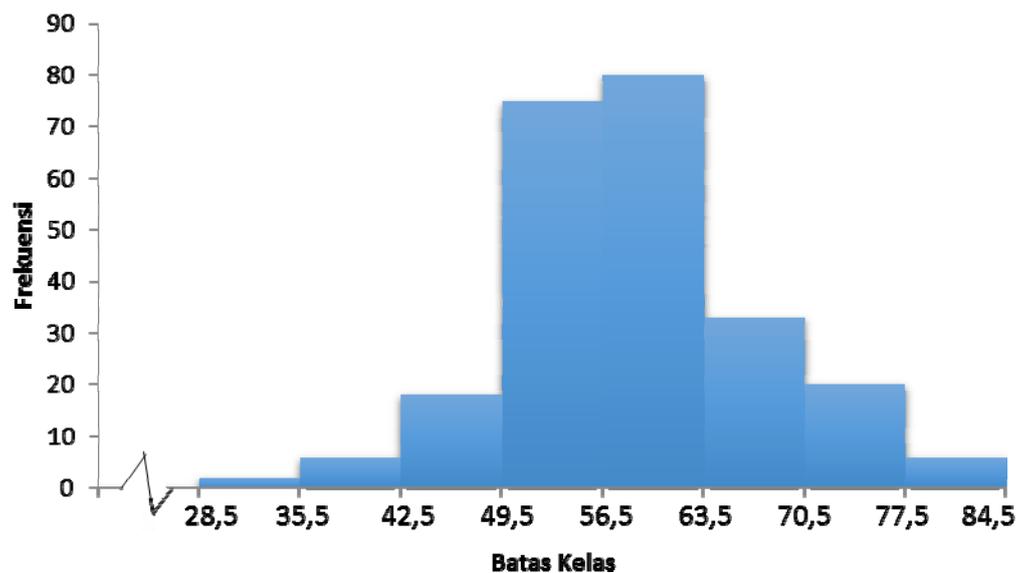
Tabel IV.14 Distribusi Frekuensi Tingkat Religiusitas (X_4)

Interval Kelas	Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
29 – 35	28,5	35,5	2	0,83
36 - 42	35,5	47,5	6	2,5
43 - 49	42,5	53,5	18	7,5
50 - 56	49,5	59,5	75	31,25
57 - 63	56,5	65,5	80	33,33
64 - 70	63,5	71,5	33	13,75
71 - 77	70,5	78,5	20	8,33
78 – 84	77,5	84,5	6	2,5
Jumlah			240	100%

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, frekuensi relatif tertinggi berada pada kelas keempat yaitu pada rentang 57 - 63 sebanyak 80 karyawan, dengan presentase sebesar 33,33%. Untuk data terendah berada pada kelas pertama yaitu pada rentang 29 - 35 sebanyak 2 orang karyawan, dengan presentase sebesar 0,83%. Berikut adalah grafik histogram untuk distribusi frekuensi variabel tingkat religiusitas (X_4).

Grafik IV.5 Histogram Variabel Tingkat Religiusitas (X_4)



Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan tabel frekuensi dan grafik histogram di atas, penulis juga membuat tabel mengenai hasil rata-rata hitung skor indikator untuk menunjukkan total skor, rata-rata skor, rerata, dan presentase skor indikator dari variabel tingkat religiusitas (X_4). Sebagaimana disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel IV.15 Hasil Skor Variabel Tingkat Religiusitas (X₄)

No	Indikator	Total Skor	Rata-Rata Skor	Persentase (%)
1	Saya memilih hotel syariah karena sesuai dengan agama saya	964	4,02	6,85
2	Saya memilih hotel syariah karena produk dan jasa yang ditawarkan	794	3,31	5,69
3	Saya percaya hotel syariah telah efektif memperkenalkan norma dan nilai islam kepada non-Muslim	828	3,45	5,88
4	Saya setuju alkohol tidak boleh disediakan di hotel syariah	905	3,77	6,42
5	Saya berfikir hotel syariah seharusnya tidak memasang lukisan bergambar manusia	883	3,68	6,27
6	Saya berfikir hotel syariah harus memisahkan pria dan wanita dalam sebuah ruang acara	935	3,89	6,63
7	Saya setuju hotel syariah tidak menyediakan hiburan malam	839	3,49	5,94
8	Saya setuju hotel syariah harus memisahkan fasilitas untuk pria dan wanita (kolam renang, gym, dll)	871	3,63	6,18
9	Saya setuju hotel syariah harus memisahkan lantai untuk laki-laki, perempuan dan keluarga	886	3,69	6,29
10	Saya percaya hotel syariah harus tidak mengarahkan tempat tidur dan toilet ke arah Mekkah	911	3,79	6,45
11	Saya setuju Al-quran dan sajadah harus ada di setiap ruangan	872	3,63	6,18
12	Saya setuju staff hotel syariah pria mengurus tamu pria, staff wanita mengurus tamu wanita dan keluarga saja	870	3,62	6,17
13	Saya percaya hotel syariah harus mengikuti standar internasional pelayanan dan dikombinasikan dengan pelayanan sesuai tradisi Islam	876	3,65	6,22
14	Saya percaya hotel syariah hanya menyajikan makanan dan minuman halal	904	3,77	6,42
15	Saya percaya hotel syariah mengurus keuangannya sesuai dengan sistem keuangan yang islami	876	3,65	6,22
16	Saya percaya semua pakaian di hotel syariah sesuai dengan pakaian yang islami	878	3,66	6,23
Total		14092	58,70	100

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel tingkat religiusitas, dapat disimpulkan bahwa tingkat religiusitas yang paling dominan mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syari'ah adalah faktor sesuai dengan agama sebesar 6,85%, sedangkan faktor terendah yang mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syari'ah adalah memilih hotel syariah karena produk dan jasa yang ditawarkan sebesar 5,69%.

B. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis pada penelitian ini, penulis menggunakan uji regresi linier berganda dan uji t (secara parsial) dengan aplikasi *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) 18.00, namun sebelumnya penulis terlebih dahulu melakukan uji persyaratan analisis dengan uji asumsi dasar yaitu uji normalitas dan linieritas, kemudian uji asumsi klasik yaitu uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas.

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Kormogorov-Smirnov dan normal probably plot. Uji normalitas dengan menggunakan uji Kormogorov-smirnov memiliki tingkat signifikan (α)= 5% = 0,05. Kriteria pengambilan keputusannya yaitu jika signifikansi $>0,05$, maka data berdistribusi normal dan jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Sedangkan uji normalitas dengan menggunakan normal probably plot memiliki kriteria jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Berikut adalah uji normalitas dari masing-masing variabel bebas yaitu sikap (X_1), nilai penerimaan (X_2), hasil yang diharapkan (X_3), dan tingkat religiusitas (X_4) terhadap variabel terikat yaitu minat mengunjungi (Y).

Tabel IV.16 Uji Normalitas Data Sikap → Minat Mengunjungi

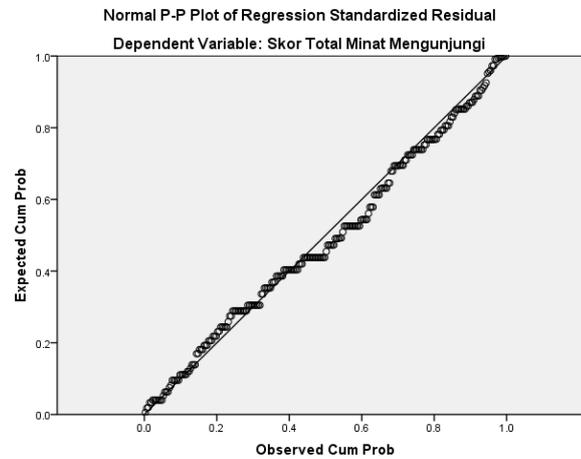
		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
		Unstandardized Residual	Standardized Residual
N		240	240
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	2.81523723	.99790576
Most Extreme Differences	Absolute	.073	.073
	Positive	.073	.073
	Negative	-.047	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		1.124	1.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.160	.160

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Gambar IV.1 Normal Probably Plot Sikap → Minat Mengunjungi



Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Tabel IV.17 Uji Normalitas Data Nilai Penerimaan → Minat Mengunjungi

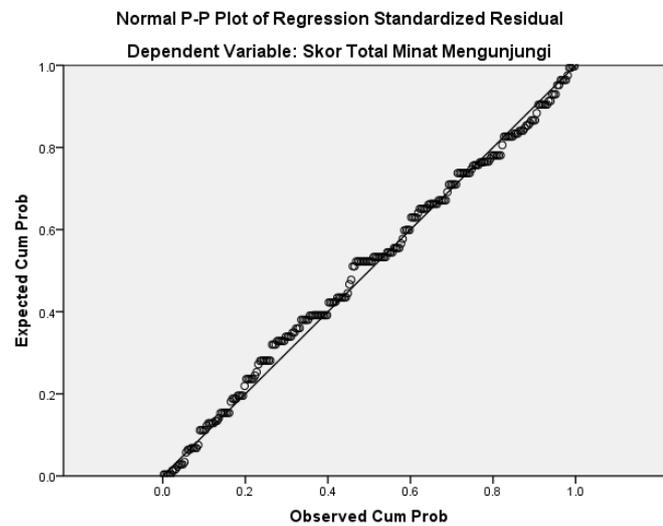
		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
		Unstandardized Residual	Standardized Residual
N		240	240
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	3.27625323	.99790576
Most Extreme Differences	Absolute	.057	.057
	Positive	.040	.040
	Negative	-.057	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		.885	.885
Asymp. Sig. (2-tailed)		.414	.414

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Gambar IV.2 Normal Probably Plot Nilai Penerimaan → Minat Mengunjungi



Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Tabel IV.18 Uji Normalitas Data Hasil yang Diharapkan → Minat Mengunjungi

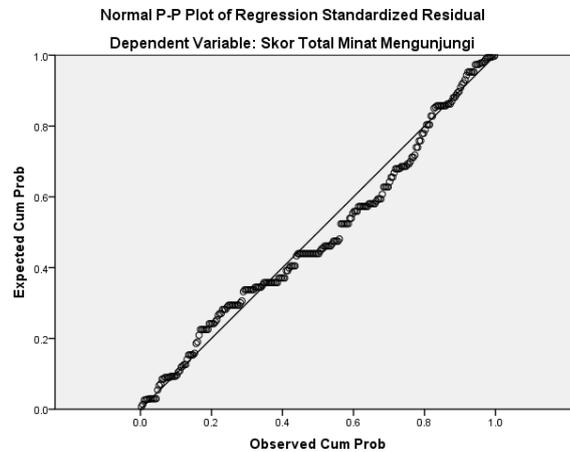
		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
		Unstandardized Residual	Standardized Residual
N		240	240
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	3.31412000	.99790576
Most Extreme Differences	Absolute	.085	.085
	Positive	.085	.085
	Negative	-.058	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		1.319	1.319
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062	.062

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Gambar IV.3 Normal Probably Plot Hasil yang Diharapkan → Minat Mengunjungi



Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Tabel IV.19 Uji Normalitas Data Tingkat Religiusitas → Minat Mengunjungi

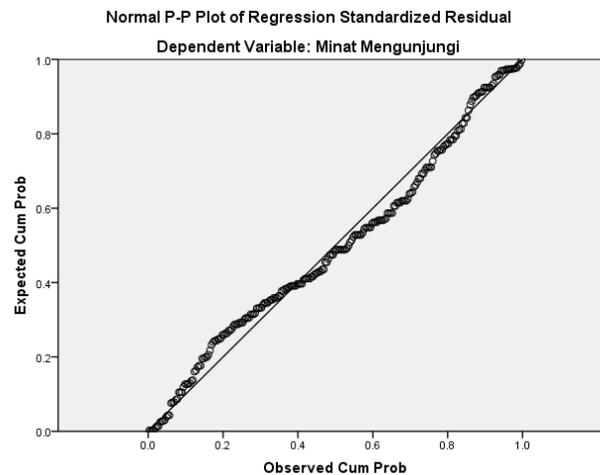
		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
		Unstandardized Residual	Standardized Residual
N		240	240
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	3.51579503	.99790576
Most Extreme Differences	Absolute	.072	.072
	Positive	.072	.072
	Negative	-.068	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		1.109	1.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.171	.171

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Gambar IV.4 Normal Probably Plot Tingkat Religiusitas → Minat Mengunjungi



Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan hasil perhitungan uji normalitas menggunakan SPSS 18,00 menyatakan bahwa:

1. Dari tabel Kolmogrov-Smirnov di atas, variabel sikap (X_1) dengan variabel minat mengunjungi (Y) memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,160, tingkat signifikansi ini $> 0,05$ dan dapat terlihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.
2. Dari tabel Kolmogrov-Smirnov di atas, variabel nilai penerimaan (X_2) dengan variabel minat mengunjungi (Y) memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,414, tingkat signifikansi ini $> 0,05$ dan dapat terlihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

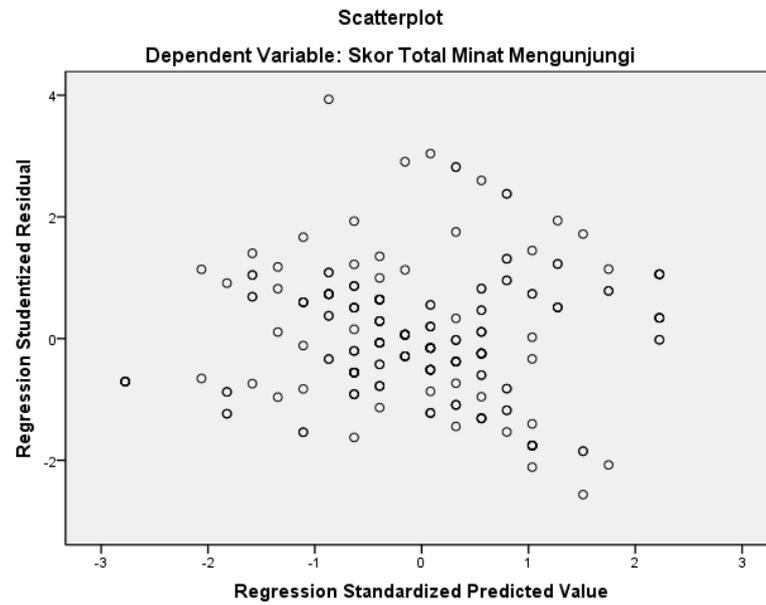
3. Dari tabel Kolmogrov-Smirnov di atas, variabel hasil yang diharapkan (X_3) dengan variabel minat mengunjungi (Y) memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,062, tingkat signifikansi ini $> 0,05$ dan dapat terlihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.
4. Dari tabel Kolmogrov-Smirnov di atas, variabel tingkat religiusitas (X_4) dengan variabel minat mengunjungi (Y) memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,171, tingkat signifikansi ini $> 0,05$ dan dapat terlihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Dengan demikian, data variabel sikap (X_1), nilai penerimaan (X_2), hasil yang diharapkan (X_3), dan tingkat religiusitas (X_4) dengan minat mengunjungi (Y) dalam penelitian ini dapat digunakan dalam analisis selanjutnya dengan metode statistik.

b. Uji Linearitas

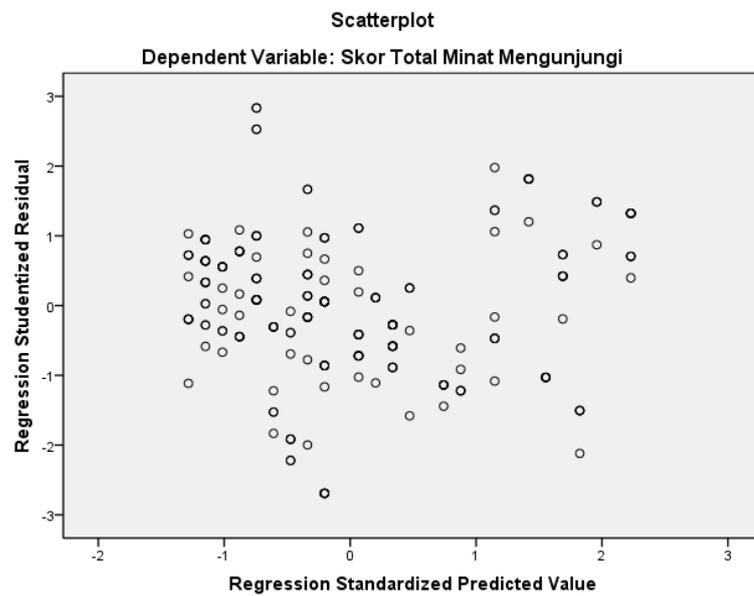
Pengujian linieritas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi berganda bersifat linier atau tidak. Untuk mengetahuinya dapat dilihat dari hasil scatterplot of residual dengan menggunakan SPSS dari masing-masing variabel yaitu sikap (X_1), nilai penerimaan (X_2), hasil yang diharapkan (X_3), dan tingkat religiusitas (X_4) terhadap minat mengunjungi (Y) yaitu sebagai berikut:

Gambar IV.5 Scatterplot Uji Linieritas Variabel Sikap → Minat Mengunjungi



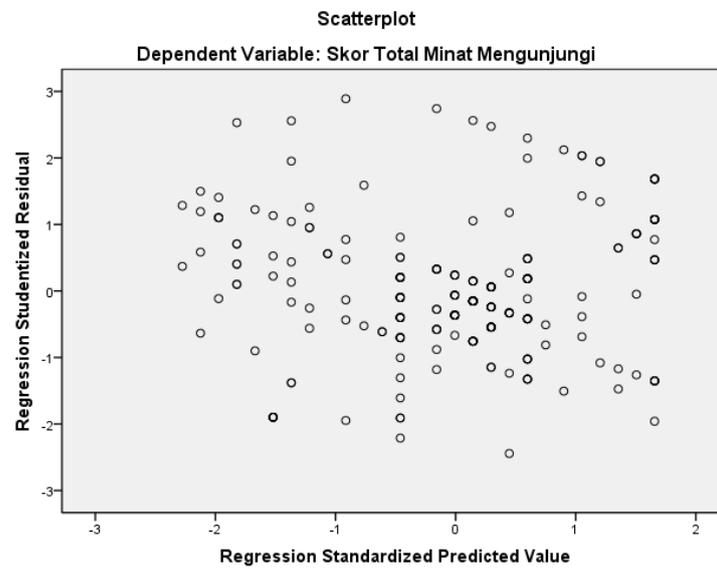
Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Gambar IV.6 Scatterplot Uji Linieritas Variabel Nilai Penerimaan → Minat Mengunjungi



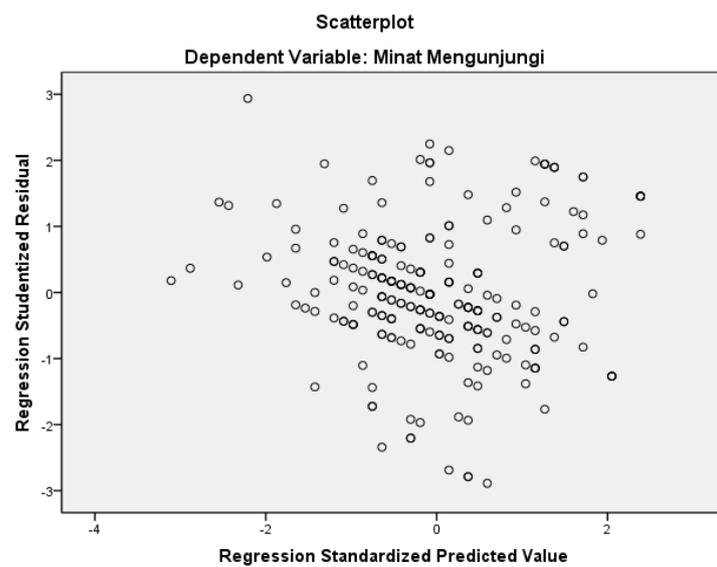
Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Gambar IV.7 Scatterplot Uji Linieritas Variabel Hasil yang Diharapkan → Minat Mengunjungi



Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Gambar IV.8 Scatterplot Uji Linieritas Variabel Tingkat Religiusitas → Minat Mengunjungi



Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan hasil perhitungan linieritas dengan scatterplot menggunakan SPSS 18,00 menyatakan bahwa:

1. Dari gambar scatterplot uji linieritas di atas antara variabel sikap (X_1) dengan variabel minat mengunjungi (Y) terlihat bahwa titik-titik penyebaran terletak antara -2 dan +2, hal ini menyatakan bahwa asumsi linieritas antara variabel sikap (X_1) dengan variabel minat mengunjungi (Y) terpenuhi.
2. Dari gambar scatterplot uji linieritas di atas antara variabel nilai penerimaan (X_2) dengan variabel minat mengunjungi (Y) terlihat bahwa titik-titik penyebaran terletak antara -2 dan +2, hal ini menyatakan bahwa asumsi linieritas antara variabel nilai penerimaan (X_2) dengan variabel minat mengunjungi (Y) terpenuhi.
3. Dari gambar scatterplot uji linieritas di atas antara variabel hasil yang diharapkan (X_3) dengan variabel minat mengunjungi (Y) terlihat bahwa titik-titik penyebaran terletak antara -2 dan +2, hal ini menyatakan bahwa asumsi linieritas antara variabel hasil yang diharapkan (X_3) dengan variabel minat mengunjungi (Y) terpenuhi.
4. Dari gambar scatterplot uji linieritas di atas antara variabel tingkat religiusitas (X_4) dengan variabel minat mengunjungi (Y) terlihat bahwa titik-titik penyebaran terletak antara -2 dan +2, hal ini

menyatakan bahwa asumsi linieritas antara variabel tingkat religiusitas (X_4) dengan variabel minat mengunjungi (Y) terpenuhi.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Multikolinearitas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara variabel bebas dengan variabel terikat terdapat hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinearitas.

Tabel IV.20 Koefisien Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-.233	1.371		-.170	.865			
	Sikap	.482	.047	.526	10.365	.000	.722	1.385	
	Nilai Penerimaan	.073	.033	.141	2.227	.027	.467	2.142	
	Hasil Diharapkan	.073	.031	.126	2.340	.020	.642	1.557	
	Tingkat Religiusitas	.071	.024	.164	2.931	.004	.595	1.681	

a. Dependent Variable: Minat Mengunjungi

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi linier mengenai uji multikolinieritas menggunakan SPSS 18,00 menyatakan bahwa:

1. Dari tabel koefisien regresi linier di atas dapat diketahui nilai tolerance antara variabel sikap (X_1) terhadap minat mengunjungi (Y) adalah 0,722 yang berarti lebih dari 0,1 dan VIF sebesar 1,385

yang berarti kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi antara variabel sikap (X_1) terhadap minat mengunjungi (Y) tidak terdapat masalah multikolinieritas.

2. Dari tabel koefisien regresi linier di atas dapat diketahui nilai tolerance antara variabel nilai penerimaan (X_2) terhadap minat mengunjungi (Y) adalah 0,467 yang berarti lebih dari 0,1 dan VIF sebesar 2,142 yang berarti kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi antara variabel nilai penerimaan (X_1) terhadap minat mengunjungi (Y) tidak terdapat masalah multikolinieritas.
3. Dari tabel koefisien regresi linier di atas dapat diketahui nilai tolerance antara variabel hasil yang diharapkan (X_3) terhadap minat mengunjungi (Y) adalah 0,642 yang berarti lebih dari 0,1 dan VIF sebesar 1,557 yang berarti kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi antara variabel hasil yang diharapkan (X_3) terhadap minat mengunjungi (Y) tidak terdapat masalah multikolinieritas.
4. Dari tabel koefisien regresi linier di atas dapat diketahui nilai tolerance antara variabel tingkat religiusitas (X_4) terhadap minat mengunjungi (Y) adalah 0,595 yang berarti lebih dari 0,1 dan VIF sebesar 1,681 yang berarti kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi antara variabel tingkat religiusitas (X_4)

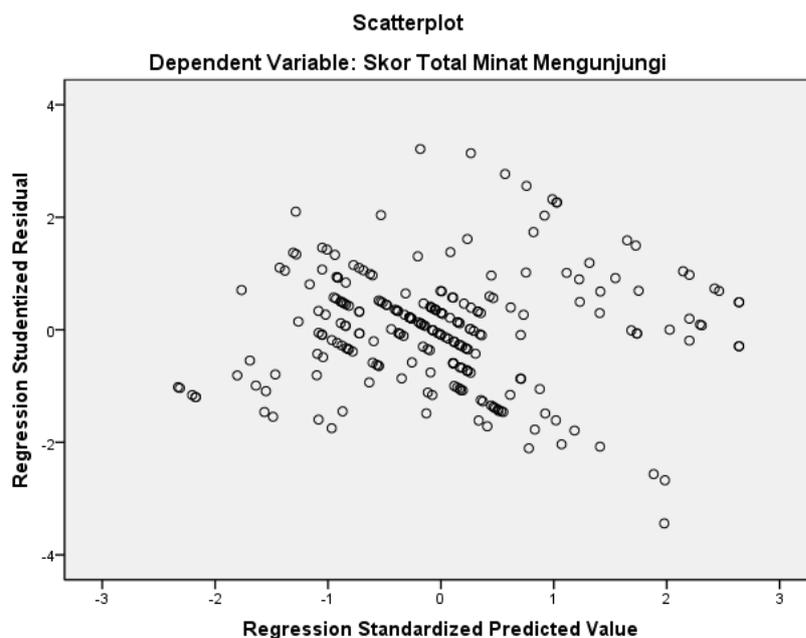
terhadap minat mengunjungi (Y) tidak terdapat masalah multikolinieritas.

b. Heterokedestisitas

Heterokedestisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heterokedestisitas. Heterokedestisitas menyebabkan penaksir atau estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya yang dapat dilakukan dengan melihat pola titik-titik pada scatterplots regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka masalah heterokedestisitas tidak terjadi. Scatterplot dapat dilihat pada output regresi di bawah ini:

Gambar IV.9 Scatterplot Regresi Uji Heteroskedesitas



Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Berdasarkan scatterplot diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas, yaitu di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Regresi Linier Sederhana

Pengujian selanjutnya dalam penelitian ini adalah uji persamaan regresi. Persamaan yang digunakan adalah regresi linier sederhana yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu variabel pada variabel lainnya, yaitu sikap (X_1), nilai penerimaan (X_2), hasil yang diharapkan (X_3), dan tingkat religiusitas (X_4) terhadap minat mengunjungi (Y). Analisis regresi linier sederhana menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel IV.21 Regresi Linier Sederhana Sikap → Minat Mengunjungi

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.223	1.130		4.624	.000
	Sikap	.624	.043	.681	14.353	.000

a. Dependent Variable: Minat Mengunjungi

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

$$\hat{Y} = 5,223 + 0,624X_1$$

Tabel IV.22 Regresi Linier Sederhana Nilai Penerimaan → Minat Mengunjungi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.393	1.266		7.418	.000
	Nilai Penerimaan	.272	.029	.524	9.479	.000

a. Dependent Variable: Minat Mengunjungi

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

$$\hat{Y} = 9,393 + 0,272X_2$$

Tabel IV.23 Regresi Linier Sederhana Hasil Diharapkan → Minat Mengunjungi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.133	.810		17.446	.000
	Hasil Diharapkan	.295	.032	.507	9.077	.000

a. Dependent Variable: Minat Mengunjungi

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

$$\hat{Y} = 14,133 + 0,295X_3$$

Tabel IV.24 Regresi Linier Sederhana Tingkat Religiusitas → Minat Mengunjungi

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.972	1.518		7.230	.000
Tingkat Religiusitas	.175	.026	.405	6.833	.000

a. Dependent Variable: Minat Mengunjungi

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

$$\hat{Y} = 10,972 + 0,175X_4$$

Dari persamaan di atas dapat dianalisis beberapa hal, antara lain:

1. Nilai koefisien regresi X1 sebesar 0,624 menunjukkan bahwa setiap kenaikan sikap sebesar 1 persen dengan konstanta 5,223 maka minat mengunjungi akan meningkat sebesar 0,624 persen.
2. Nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,272 menunjukkan bahwa setiap kenaikan nilai penerimaan sebesar 1 persen dengan konstanta 9,393 maka minat mengunjungi akan meningkat sebesar 0,272 persen.
3. Nilai koefisien regresi X3 sebesar 0,295 menunjukkan bahwa setiap kenaikan hasil yang diharapkan sebesar 1 persen dengan konstanta 14,113 maka minat mengunjungi akan meningkat sebesar 0,295 persen.
4. Nilai koefisien regresi X4 sebesar 0,175 menunjukkan bahwa setiap kenaikan tingkat religiusitas sebesar 1 persen dengan konstanta

10,972 maka minat mengunjungi akan meningkat sebesar 0,175 persen.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji kevalidan persamaan regresi linier berganda secara parsial dan tingkat signifikansi pengaruh setiap variabel bebas dengan variabel terikat, penulis membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh yang signifikan. Nilai t tabel dari penelitian ini adalah $(n-k-1)$ n adalah jumlah sampel, k adalah jumlah variabel bebas) maka $(240-4-1=235)$ t tabel dapat dicari pada tabel statistik dengan signifikansi $0,05/2 = 0,025$ (uji dua sisi). Didapat t tabel adalah 1,970. Dari tabel koefisien regresi linier di atas maka dapat dinyatakan:

1. Untuk variabel sikap diperoleh t hitung yaitu $14,353 > t$ tabel (1,970), maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel sikap dengan minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.
2. Untuk variabel nilai penerimaan diperoleh t hitung yaitu $9,479 > t$ tabel (1,970), maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel nilai penerimaan dengan minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.
3. Untuk variabel hasil yang diharapkan diperoleh t hitung yaitu $9,077 > t$ tabel (1,970), maka terdapat pengaruh signifikan antara

variabel hasil yang diharapkan dengan minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.

4. Untuk variabel tingkat religiusitas diperoleh t hitung yaitu 6,833 > t tabel (1,970), maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel tingkat religiusitas dengan minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.

4. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan suatu model mempengaruhi variabel terikat. Koefisien determinasi dalam penelitian ini dilakukan secara parsial, dengan melihat pengaruh masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat secara terpisah dari tabel model summary sebagai berikut:

Tabel IV.25 Koefisien Determinasi Sikap → Minat Mengunjungi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 ^a	0.464	0.462	2.82115

a. Predictors: (Constant), Sikap

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Tabel IV.26 Koefisien Determinasi Nilai Penerimaan → Minat Mengunjungi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.524 ^a	0.274	0.271	3.28313

a. Predictors: (Constant), Nilai Penerimaan

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Tabel IV.27 Koefisien Determinasi Hasil Yang Diharapkan → Minat Mengunjungi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.507 ^a	0.257	0.254	3.32108

a. Predictors: (Constant), Hasil Diharapkan

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Tabel IV.28 Koefisien Determinasi Tingkat Religiusitas → Minat Mengunjungi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.405 ^a	0.164	0.161	3.52317

a. Predictors: (Constant), Tingkat Religiusitas

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Tabel IV.29 Koefisien Determinasi Sikap, Nilai Penerimaan, Hasil yang Diharapkan, dan Tingkat Religiusitas→Minat Mengunjungi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	0.562	0.555	2,58500

a. Predictors: (Constant), Tingkat Religiusitas, Sikap, Hasil Diharapkan, Nilai Penerimaan

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Dari tabel di atas dapat dianalisis beberapa hal, antara lain:

1. Untuk variabel sikap koefisien determinasi yaitu sebesar 0,464%. Jadi artinya variabel sikap dalam penelitian ini mampu mempengaruhi minat mengunjungi sebesar 46,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel sikap.
2. Untuk variabel nilai penerimaan, koefisien determinasi yaitu sebesar 0,274%. Jadi artinya variabel nilai penerimaan dalam penelitian ini mampu mempengaruhi minat mengunjungi sebesar 27,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel nilai penerimaan.
3. Untuk variabel hasil yang diharapkan, koefisien determinasi yaitu sebesar 0,257%. Jadi artinya variabel hasil yang diharapkan dalam penelitian ini mampu mempengaruhi minat mengunjungi sebesar 25,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel hasil yang diharapkan.

4. Untuk variabel tingkat religiusitas, koefisien determinasi yaitu sebesar 0,164%. Jadi artinya variabel tingkat religiusitas dalam penelitian ini mampu mempengaruhi minat mengunjungi sebesar 16,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel tingkat religiusitas.
5. Untuk variabel tingkat sikap, nilai penerimaan, hasil yang diharapkan, dan tingkat religiusitas, koefisien determinasi yaitu sebesar 0,562%. Jadi artinya variabel tingkat religiusitas dalam penelitian ini mampu mempengaruhi minat mengunjungi sebesar 56,2%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel sikap, nilai penerimaan, hasil yang diharapkan, dan tingkat religiusitas.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh sikap, nilai penerimaan, hasil yang diharapkan, dan tingkat religiusitas pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) yaitu signifikan artinya ketika sikap, nilai penerimaan naik, hasil yang diharapkan naik, dan tingkat religiusitas meningkat, maka minat mengunjungi hotel syari'ah akan meningkat dan sebaliknya.

Pengaruh antara sikap dengan minat mengunjungi hotel syari'ah positif dan signifikan artinya hipotesis 1 (H1) yaitu terdapat pengaruh signifikan antara sikap dengan minat mengunjungi hotel syari'ah terbukti benar pada 240 karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD).

Pengaruh antara nilai penerimaan dengan minat mengunjungi hotel syari'ah signifikan artinya hipotesis 2 (H2) yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara nilai penerimaan dengan minat mengunjungi hotel syari'ah terbukti benar pada 240 karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD).

Pengaruh antara hasil yang diharapkan dengan minat mengunjungi hotel syari'ah signifikan artinya hipotesis 3 (H3) yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap dengan minat mengunjungi hotel syari'ah terbukti benar pada 240 karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD).

Pengaruh antara tingkat religiusitas dengan minat mengunjungi hotel syari'ah signifikan artinya hipotesis 4 (H4) yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tingkat religiusitas dengan minat mengunjungi hotel syari'ah terbukti benar pada 240 karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD).

Hasil penelitian mengenai pengaruh sikap terhadap minat mengunjungi sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Noor, Shaari, dan Kumar di tahun 2014 yang berjudul "*Exploring Tourists Intention to Stay at Green Hotel: The Influences of Environmental Attitudes and Hotel Attributes*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut hotel dan sikap terhadap minat turis asing mengunjungi hotel ramah lingkungan sebagai akomodasi yang mereka pilih dari pada yang lain.

Penelitian ini tidak menjelaskan metode yang digunakan. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 216 orang yang dilakukan dengan cara survey kepada turis asing beumur 26-40 tahun yang berada di Kuala Lumpur International Airport (KLIA). Fokus datanya yaitu atribut hotel dan sikap pada minat mengunjungi hotel ramah lingkungan.

Data kemudian dianalisis dengan menggunakan Cronbach Alpha, Descriptive Statistic, Pearson correlation coefficients dan Multiple Regression Analysis. Hasilnya $F_{hitung} 14,1 > 0,05$ maka atribut hotel dan sikap berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi hotel ramah lingkungan.

Hasil penelitian mengenai pengaruh nilai penerimaan terhadap minat mengunjungi sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bajs pada tahun 2015 yang berjudul “Tourist Perceived Value, Relationship to Satisfaction, and Behavioral Intention: The Example of the Croatian Tourist Destination Dubrovnik”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara nilai penerimaan dan hubungannya dengan kepuasan dan minat mengunjungi pada turis Kroasia yang berkunjung ke Dubrovnik.

Penelitian ini tidak menjelaskan metode yang digunakan. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 285 orang. Data dianalisis dengan menggunakan descriptive analysis, uji normalitas, factor analysis, dan hipotesisnya diuji dengan menggunakan uji signifikansi dan *Structural Equation Model (SEM)*.

Hasilnya nilai signifikansi $0,716 > 0,05$ maka nilai penerimaan berhubungan signifikan dengan kepuasan dan minat mengunjungi di masa yang akan datang pada turis Kroasia yang berkunjung ke Dubrovnik.

Hasil penelitian mengenai pengaruh hasil yang diharapkan terhadap minat mengunjungi sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee, Han, dan Willson pada tahun 2011 yang berjudul "*The Role of Expected Outcomes in The Formation of Behavioral Intentions in The Green-Hotel Industry*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hasil yang diharapkan terhadap minat mengunjungi industry hotel ramah lingkungan dari perspektif pelanggan dan mengetahui hubungan antara faktor apa saja yang teridentifikasi dengan minat mengunjungi hotel tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 428 orang yang dilakukan dengan cara survey online. Rerata umur respondennya 44,5 tahun terdiri atas 48,8% pria. 51,2 wanita. Data kemudian dianalisis dengan metode analisis regresi dengan uji t.

Hasilnya $t_{hitung} 18,83 > t_{tabel}$ maka hasil yang diharapkan untuk menginap di hotel ramah lingkungan berpengaruh signifikan dengan behavioral intention. Hal lain ditemukan bahwa analisis ruang tamu yang sehat, tindakan ramah lingkungan, and pengurangan harapan terasosiasi positif dengan minat mengunjungi industri hotel ramah lingkungan.

Hasil penelitian mengenai pengaruh tingkat religiusitas terhadap minat mengunjungi sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Mukhtar dan Butt di tahun 2011 yang berjudul "*Intention to Choose Halal Products: The Role of Religiosity*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara sikap terhadap produk halal, norma dan tingkat religiusitas terhadap produk halal.

Penelitian ini tidak menjelaskan metode yang digunakan. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 150 orang. Data diolah dengan Theory of Reasoned Action (TRA). Hasilnya $F(3, 140) = 38.20$, $p < 0.001$, $R^2 = 0.44$, maka sikap, norma, dan tingkat religiusitas berpengaruh positif dengan minat mengunjungi dan memilih produk halal.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dikemukakan di atas, terdapat berbagai hasil penelitian mengenai pengaruh sikap, nilai penerimaan, hasil yang diharapkan, dan tingkat religiusitas terhadap minat mengunjungi dengan uji regresi maupun Structural Equation Model (SEM).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan regresi linier berganda secara parsial (uji t) melalui uji persyaratan analisis atau uji asumsi dasar dengan uji normalitas dan linieritas. Penulis juga melakukan uji asumsi klasik dengan uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas. Hasilnya sikap, nilai penerimaan, hasil yang diharapkan, dan tingkat religiusitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian mengenai minat mengunjungi hotel syari'ah ini berhasil memberikan kesimpulan dan membuktikan bahwa hipotesis yang dikemukakan diawal adalah benar. Penelitian yang dilakukan kepada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) memberikan hasil sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara sikap terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta dengan nilai $t_{hitung} 10,365 > t_{tabel} 1,970$ maka hipotesis 1 diterima.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara nilai penerimaan terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta dengan nilai $t_{hitung} 2,227 > t_{tabel} 1,970$ maka hipotesis 2 diterima.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara hasil yang diharapkan terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta dengan nilai $t_{hitung} 2.340 > t_{tabel} 1,970$ maka hipotesis 3 diterima.
4. Terdapat pengaruh signifikan antara tingkat religiusitas terhadap minat mengunjungi hotel syari'ah pada karyawan di kawasan Sudirman Central

Business District (SCBD) Jakarta dengan nilai $t_{hitung} 2,931 > t_{tabel} 1,970$ maka hipotesis 4 diterima.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka beberapa implikasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini diantaranya adalah:

1. Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel minat mengunjungi (Y), faktor terendah yang mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syari'ah adalah faktor menjadikan hotel syariah pilihan utama ketika mencari tempat penginapan sebesar 15,18%. Hal ini karena jumlah dan promosi mengenai hotel syari'ah yang belum banyak ditemui membuat karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta lebih memilih hotel konvensional saat mencari tempat penginapan.
2. Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel sikap, faktor terendah yang mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syari'ah adalah faktor keinginan berpartisipasi dalam acara yang diadakan hotel syariah sebesar 12,64%. Hal ini karena acara yang diadakan hotel syari'ah belum banyak diketahui oleh karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta sehingga kurang mau berpartisipasi dalam acara yang diadakan hotel syari'ah.
3. Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel nilai penerimaan, faktor terendah yang mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syari'ah adalah faktor merasa hotel syariah

sudah banyak diketahui orang lain sebesar 7,02%. Hal ini karena karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta belum mengetahui keberadaan dan kebiasaan untuk memilih hotel konvensional dari pada hotel syariah sehingga belum banyak diketahui secara luas.

4. Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel hasil yang diharapkan, sedangkan faktor terendah yang mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syariah adalah faktor menginap di hotel syariah ketika bepergian akan dapat menjaga kesehatan dan faktor menginap di hotel syariah ketika bepergian akan dapat mengurangi pengeluaran sebesar 13,9%. Hal ini karena faktor menjaga kesehatan dan mengurangi pengeluaran tergantung pola dan gaya hidup dari masing-masing karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta sehingga belum menjadi jaminan dengan menginap di hotel syariah dapat membuat pengunjung menjaga kesehatan dan mengurangi pengeluaran.
5. Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel tingkat religiusitas, faktor terendah yang mempengaruhi karyawan dalam mengunjungi hotel syariah adalah memilih hotel syariah karena produk dan jasa yang ditawarkan sebesar 5,62%. Hal ini karena produk dan jasa yang ditawarkan belum banyak diketahui oleh karyawan di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta karena kurangnya informasi dan promosi hotel syariah.

C. Saran

Berdasarkan implikasi yang telah dikemukakan, maka beberapa saran dari hasil penelitian ini diantaranya adalah:

1. Perlu lebih banyak jumlah hotel syari'ah yang diikuti oleh promosi hotel syari'ah dari berbagai pihak terkait hotel syari'ah tersebut karena hotel syari'ah belum menjadi pilihan utama bagi banyak orang saat bepergian, karena hal ini juga dapat mendorong tren ekonomi dengan sistem syari'ah maka hotel syari'ah pun memiliki nilai yang strategis dalam mengembangkan ekonomi syari'ah di Indonesia.
2. Perlu pembentukan nilai positif mengenai hotel syari'ah dengan pembentukan nilai menuju citra yang lebih positif, orang-orang akan tertarik untuk ikut berpartisipasi dalam hal yang berkaitan dengan hotel syari'ah disamping itu perlu adanya kegiatan positif yang menarik yang dapat mengundang banyak orang untuk ikut dalam kegiatan tersebut.
3. Perlu tambahan akses informasi diikuti dengan promosi menarik agar hotel syari'ah dapat lebih dikenal dikalangan orang banyak, kemudian hotel syari'ah yang ada sekarang juga meningkatkan mutu dan kualitasnya agar orang-orang dapat melihat keunggulan hotel syari'ah dibandingkan dengan hotel konvensional pada umumnya.

4. Perlu adanya nilai tambah dari hotel syari'ah tersebut, seperti dengan membuat konsep hotel syari'ah adalah hotel yang sehat, kegiatan bermanfaat, promo tarif menginap dan hal menarik lainnya sehingga dapat membentuk pola harapan seseorang untuk menginap di hotel syari'ah menjadi lebih positif.
5. Perlu adanya kemudahan untuk mengenal lebih jauh tentang hotel syari'ah dimulai dari konsep syari'ah pada hotel itu sendiri sampai kepada produk dan jasa yang ditawarkan dari sebuah hotel syari'ah serta keunggulan hotel syari'ah dibandingkan dengan hotel konvensional lainnya melalui media cetak maupun elektronik, seperti koran, majalah, situs iklan, media social, website hotel syari'ah tersebut dan media promosi lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aman, Harun, Hussein, 2012, *The Influence of Environmental Knowledge and Concern on Green Purchase Intention the Role of Attitude as a Mediating Variable*, British Journal of Arts and Sciences, Vol.7 No.11
- Anthony, Ingold, Una McMahoan-Beattie dan Ian Yoeman, 2012, *Yield Management Strategies for The Service Industries*, London: Thomson Learning
- Bajs, 2015, *Tourist Perceived Value, Relationship to Satisfaction, and Behavioral Intentions: The Example of The Croatiaoan Tourist Destination Dubrovnik*, Journal of Travel Research, Vol. 54
- Bilson, 2008, *Analisis Multivariat Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Boorzoei dan Asgari, 2014, *The Effect of Religious Commitment on Halal Brand Relationship and Purchase Intention*, Research Journal of Economics & Business Studies, Vol. 03 No. 04
- Boulding, Kalra, Staelin, dan Zeithaml, 2013 *A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions*, Journal of Marketing Research Clemes *et al.*, , 2009, *An Empirical Study of Behavioral Intentions in Taiwan Hotel Industry*, Innovative Marketing, Vol. 5, Issue 3
- Dermawan, Wibisono, 2008, *Riset Bisnis Panduan Bagi Praktisi dan Akademisi* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Djaali, 2008, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara
- Gerard Elizabeth Macombe Margaret, 2000, *Intention*, Oxford: Harvard University Press
- Ghozali, Imam. 2009, *Ekonometrika Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS17*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair *et al.*, 2007, *Multivariat Data Analisis*, Upper Saddle River: Pearson
- Harsh, V. Verma, 2012, *Services Marketing Text and Cases*, New Delhi: Dorling Kindersley Pvt. Ltd.
- Hashim, Zakariah, Mohamad, Merican, 2013, *Exploring Visitors' Attitude towards Green Practices and Revisit Intentions of a Tourist Destination*, Journal of Management, 3(7)

- Huang, Chuang, dan Lin, 2008, *Folk Religion and Tourist Intention A Voiding Tsunami-Affected Destination*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 35 No. 4
- Kim, 2007, *Destinations and Accommodations-How Linked Are They From A Customer's Perspective*, *Proceedings of the 2007 Northeastern Recreation Research Symposium*
- Hutami Permita Sari, 2014, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 11
- Kuswadi dan Erna Mutiara, 2004, *Delapan Langkah dan Tujuh Alat Statistik Statistik untuk Peningkatan Mutu Berbasis Komputer*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Kontogianni dan Kouthoris, 2014, *Investigating Environmentally Friendly Behavior Among Users and Visitors of Greek Ski Resort*, *Trends in Sport Sciences*
- Lee, Han, dan Willson, 2011, *The Role of Expected Outcomes in the Formation of Behavioral Intentions in The Green-Hotel Industry*, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 28
- Michael J.O'Fallon dan Denney G.Rutherford, 2011, *Hotel Management and Operations*, New Jersey, John Willey & Sons, Inc.
- Muhammad Fu'ad Abdul Baqi, 2013, *Hadits Shahih Bukhari Muslim*, Depok: Fathan Prima Media
- Mukhtar dan Butt, 2012, *Intention to Choose Halal Products: The Role of Religiosity*, *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 3 No. 2
- Noor, Shaari, Kumar, 2014, *Exploring Tourists Intention To Stay At A Green Hotel: The Influence of Environmental Attitudes And Hotel Attributes*, *The Macrotheme Review Journal* 3(7)
- Noor dan Kumar, 2014, *ECO Friendly 'Activities' VS ECO Friendly 'Attitude' : Travelers Intention to Choose Green Hotels in Malaysia*, *World Applied Science Journal* 30 (4)
- Rashid, 2013, *Post Visit Assessment: The Influence of Consumption Emotion on Tourist Future Intention*, *IOSR Journal of Business and Management*, Vol. 9
- Raza, Siddiquei, Awan dan Bukhari, 2012, *Relationship Between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction and Revisit Intention in Hotel Industry*, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 4 No. 8

- Redaksi Cmedia, 2012, *UUD 1945 & Perubahannya*, Jakarta: Penerbit Cmedia
- Riyanto Sofyan, 2011, *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Shen, Fan, Zhan, dan Zhao, 2014 *A Study of the Perceived Value and Behavioral Intentions of Chinese Marine Cruise Tourists*, Tourism, Leisure, and Global Change Journal, Vol. 1
- Singgih Santoso, 2012, *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Slameto, 2010, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: PT. Asdi Mahasatya
- Stanislav, Ivanov, 2014, *Hotel Revenue Management From Theory to Practice* Varna: Zangador Ltd.
- Winna Sanjaya, 2013, *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedur* Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri
- <http://pelitaonline.com/news/2014/11/20/jakarta-islamic-centre-kunjungi-syariah-hotel> diakses pada hari Sabtu, 13 April 2015 pukul 13.15
- <http://sukoharjokab.go.id/2015/01/27/tren-baru-hotel-syariah/> diakses pada hari Sabtu 13 April 2015, pukul 13.00

**HASIL WAWANCARA MENGENAI MINAT MENGUNJUNGI HOTEL
SYARI'AH PADA KARYAWAN DI KAWASAN SCBD JAKARTA**

Tanggal: 22-25 April 2015

NO	NAMA	PERUSAHAAN	PERNAH / BELUM PENAH	MINAT / BELUM MINAT	ALASAN BELUM MINAT	KATEGORI FAKTOR PENYEBAB
1	Andi	PT. Padmaraga Pratama Indonesia	Belum pernah	Belum minat	Tidak tahu ada hotel syari'ah	Sikap
2	Ardil	PT. Padmaraga Pratama Indonesia	Belum pernah	Belum minat	Sepertinya sama saja dengan hotel syari'ah	Nilai penerimaan
3	Juni	PT. Padmaraga Pratama Indonesia	Belum pernah	Belum minat	Tidak bisa minum	Tingkat religiusitas
4	Tiwa	PT. Andana Utamagraha	Belum pernah	Belum minat	Pelayanannya masih kurang baik	Kualitas pelayanan
5	Abdullah	Pacific Place Jakarta	Belum pernah	Minat		
6	Bashori	Pacific Place Jakarta	Belum pernah	Minat		
7	Firmansyah	Pacific Place Jakarta	Belum pernah	Minat		
8	Suhandi	Pacific Place Jakarta	Belum pernah	Minat		
9	Hasanah	PT. Ancora Indonesia Resources	Belum pernah	Belum minat	Sepertinya hotel syariah masih belum lengkap fasilisnya	Atribut
10	Fitri	QNB	Belum pernah	Belum minat	Belum ada yang mengajak	Rekomenda si
11	Emi	QNB	Belum pernah	Belum minat	Tidak bisa karaokean	Tingkat religiusitas
12	Koloay	QNB	Belum pernah	Belum minat	Tidak tertarik	Nilai penerimaan
13	Selman	Mandiri	Pernah			

14	Arif	Mandiri	Belum pernah	Belum minat	Tidak bisa bebas	Hasil yang diharapkan
15	Irvan	Mandiri	Belum pernah	Minat		
16	Senna	Mandiri	Belum pernah	Belum minat	Tidak bisa bebas	Hasil yang diharapkan
17	Zulkifli	PT. Automall Indonesia	Belum pernah	Minat		
18	Suryadi	PT. Automall Indonesia	Belum pernah	Minat		
19	Rahmat	PT. Automall Indonesia	Belum pernah	Belum minat	Tidak bisa karaokean	Tingkat religiusitas
20	Sanusi	PT. Automall Indonesia	Belum pernah	Belum minat	Tidak ada hiburan malam	Tingkat religiusitas
21	Taufik	Auto Gallery	Belum pernah	Minat		
22	Rahman	Auto Gallery	Belum pernah	Belum minat	Tidak ingin	Motivasi
23	Dira	Auto Gallery	Belum pernah	Minat		
24	Rasya	Auto Gallery	Belum pernah	Belum minat	Tidak bisa bebas	Hasil yang diharapkan
25	Indah	Auto Gallery	Belum pernah	Belum minat	Fasilitasnya kurang	Atribut
26	Astri	Auto Gallery	Belum pernah	Belum minat	Belum ada yang mengajak	Rekomendasi
27	Slamet	Bursa Efek Indonesia	Belum pernah	Belum minat	Tidak bisa bebas	Tingkat religiusitas
28	Londo	Bursa Efek Indonesia	Belum pernah	Belum minat	Tidak ingin	Motivasi
29	Kinta	Bursa Efek Indonesia	Belum pernah	Belum minat	Kurang baik fasilitasnya	Atribut
30	Mahmud	Bursa Efek Indonesia	Pernah			
31	Anas	PT. Andana Utamagraha	Belum pernah	Belum minat	Pelayanannya kurang memuaskan	Kualitas layanan
32	Sofyan	PT. Andana	Belum	Minat		

		Utamagraha	pernah			
33	Jaka	PT. Prestasi Golf Andalan	Belum pernah	Minat		
34	Frian	PT. Prestasi Golf Andalan	Belum pernah	Belum minat	Tidak tertarik	Nilai penerimaan
35	Ernest	PT. Prestasi Golf Andalan	Belum pernah	Belum minat	Biasa saja tidak tertarik, tidak penting juga	
36	Fabian	PT. Prestasi Golf Andalan	Belum pernah	Belum minat	Tidak bisa bebas	Hasil yang diharapkan
37	Henry	PT. Prestasi Golf Andalan	Belum pernah	Belum minat	Pelayanannya kurang memuaskan	Kualitas pelayanan
38	Widodo	Mandiri	Belum pernah	Belum minat	Tidak tahu ada hotel syari'ah	Sikap
39	Munty	Madiri	Belum pernah	Belum minat	Tidak tahu ada hotel syari'ah	Sikap
40	Winie	Mandiri	Belum pernah	Belum minat	Belum ada keinginan menginap di hotel syari'ah	Motivasi
41	Anggun	PT. Arista Auto Prima	Belum pernah	Minat		
42	Putri	PT. Arista Auto Prima	Belum pernah	Minat		
43	Sayla	PT. Arista Auto Prima	Belum pernah	Belum minat	Belum tahu ada hotel syari'ah	Sikap
44	Sukma	PT. Arista Auto Prima	Belum pernah	Belum minat	Tidak bisa bebas	Hasil yang diharapkan
45	Gina	PT. Automall Indonesia	Belum pernah	Belum minat	Tidak tahu ada hotel syari'ah	Sikap
46	Koko	PT. Andana Utamagraha	Belum pernah	Belum minat	Tidak bisa karaokean	Tingkat religiusitas
47	Fatimah	Auto Gallery	Pernah			
48	Bagus	Auto Gallery	Belum pernah	Belum minat	Tidak bisa bebas	Hasil yang diharapkan
49	Opan	Auto Gallery	Belum	Belum	Tidak tertarik	Nilai

			pernah	minat		penerimaan
50	Boy	Erness Fitness Centre	Belum pernah	Belum minat	Fasilitasnya kurang memadai	Atribut

Tabel Analisis Identifikasi Masalah

NO	VARIABEL	Noor et al. 2014	Noor & Kumar 2014	Aman <i>et al.</i> 2012	Hashim <i>et al.</i> 2013	Shen <i>et al.</i> 2014	Bajs 2015	Raza <i>et al.</i> 2012	Lee <i>et al.</i> 2011	Rashid 2013	Bou <i>et al.</i> 19
1	<i>Visit intention</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	<i>Attributes</i>	<input type="checkbox"/>									
3	<i>Attitudes</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
4	<i>Perceived value</i>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
5	<i>Service quality</i>							<input type="checkbox"/>			
6	<i>Expected outcome</i>								<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	<i>Religiosity</i>										
8	<i>Motivation</i>										
9	<i>Recommendation</i>										

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Analisis Kerangka Teoretik

NO	VARIABLE	HASIL		SUMBER	TAHUN
		+ / -	DITERIMA / DITOLAK		
1	Sikap → Minat mengunjungi	+	Diterima	Noor, Shaari & Kumar	2014
				Aman, Harun & Hussein	2012
				Hashim, Zakariah, Mohamad & Merican	2013
2	Nilai penerimaan → Minat mengunjungi	+	Diterima	Shen, Fan, Zhan & Zhao	2014
				Bajs	2015
				Raza, Siddiquei & Awan	2012
3	Expected Outcomes → Minat mengunjungi	+	Diterima	Lee, Han & Willson	2011
				Rashid	2013
				Boulding, Kalra, Staelin & Zeithaml	2013
4	Tingkat Religiusitas → Minat mengunjungi	+	Diterima	Huang, Chuang & Lin	2008
				Borzoei & Asgari	2014
				Mukhtar & Butt	2011

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2015)

Lampiran 4

Agenda Penelitian Februari-Mei 2015

No	Agenda Penelitian	Februari				Maret				April				Mei				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Menentukan topik penelitian	■																
2	Mencari artikel mengenai topik penelitian yaitu minat mengunjungi hotel syariah sebanyak 20 judul		■	■														
3	Membuat daftar analisis artikel berdasarkan variabel, ringkasan artikel, dan ringkasan isi artikel				■													
4	Menentukan variabel yang akan diteliti dan kerangka Konseptualnya					■												
5	Menentukan tempat penelitian dan respondennya						■											
6	Menentukan judul penelitian dan mulai membuat bab I sampai bab III							■	■									
7	Revisi pertama bab I sampai bab III									■								
8	Revisi kedua bab I sampai bab III										■							
9	Revisi ketiga bab I sampai bab III dan membuat kuesioner untuk validasi kuesioner penelitian											■						
10	Input dan analisis data hasil kuesioner untuk validasi data kuesioner												■					
11	Revisi keempat bab I sampai bab III dan persiapan sidang seminar usulan penelitian (SUP)													■	■	■	■	
12	Revisi hasil sidang seminar usulan penelitian (SUP)														■	■	■	
13	Distribusi kuesioner di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD)															■	■	
14	Input dan analisis data hasil kuesioner untuk bab IV dan bab v																■	
15	Persiapan sidang seminar hasil penelitian (SHP)																	■
16	Revisi hasil sidang seminar usulan penelitian (SHP)																	■
17	Persiapan sidang skripsi																	■
18	Revisi hasil sidang skripsi																	■
19	Pengumpulan hasil skripsi																	■

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Lampiran 5

Analisis Teknik Pengambilan Data

No	Sumber	Tahun	Tempat Penelitian	Jumlah Responden	Teknik Pemilihan Responden	Karakteristik Responden	Teknik Analisis Data
1	Noor Shaari Kumar	2014	Kuala Lumpur International Airport (KLIA)	216 orang	-	turis asing	Cronbach Alpha Descriptive Statistics Pearson Coefisien Correlation Multiple Regression Analysis
2	Noor Kumar	2014	Kuala Lumpur International Airport (KLIA)	216 orang	-	turis asing	Cronbach Alpha Descriptive Statistics Pearson Coefisien Correlation Multiple Regression Analysis
3	Aman Harun Hussein	2012	Sabah, Malaysia	384 orang	-	pengunjung berusia 15-64 tahun	Multiple Regression Analysis Hierarchical Regression Anlysis
4	Hashim Zakariah Mohamad Merican	2013	Tujuan Wisata di Selangor, Malaysia	300 orang	convinence sampling	pengunjung tempat wisata	Descriptive Statistics
5	Shen Fan Zhan Zhao	2014	Wisata laut, China	-	-	-	Faktor Analysis Structural Equation Model (SEM)
6	Bajs	2015	Dubrovnik, Kroasia	285 orang	convinence sampling	pengunjung tempat wisata	Structural Equation Model (SEM)
7	Raza Siddiquei Awan	2012	Luxury Hotel, Pakistan	125 orang	-	pengunjung hotel yang akan check out	Faktor Analysis Regression Analysis
8	Lee Han Willson	2011	Hotel ramah lingkungan di United States	428 orang	random sampling	pelanggan hotel ramah lingkungan	Regression Analysis
9	Rashid	2013	Resort Malaysia	501 orang	random sampling	turis domestik dan turis asing	Regression Analysis
10	Boulding Kalra Staelin	2013	Longitudinal Laboratory Experiment	-	-	-	Coefficient Correlation

	Zeithaml						
11	Huang Chuang Lin	2008	Lokasi yang terkena bencana tsunami	-	-	-	konseptual framework
12	Borzoei Asgari	2014	Toko dengan produk halal	-	-	-	konseptual framework
13	Mukhtar Butt	2011	Toko dengan produk halal	180 orang	-	konsumen yang sudah dewasa	Theory of Reasoned Action (TRA)

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Lampiran 6

Tabel Kisi-Kisi Instrumen Indikator Variabel Y (Minat Beli)

SUMBER	INDIKATOR		NO KUESIONER
	PERNYATAAN ASLI	HASIL ADAPTASI	
Lee <i>et al.</i> (2011)	<i>I am willing to stay at a green hotel when traveling</i>	Saya ingin menginap di hotel syariah ketika bepergian	VI1
	<i>I plan to stay at a green hotel when traveling</i>	Saya berencana menginap di hotel syariah ketika bepergian	VI2
	<i>I will make an effort to stay at a green hotel when traveling</i>	Saya akan mengusahakan untuk menginap di hotel syariah ketika bepergian	VI3
Clemes <i>et al.</i> (2009)	<i>Customer always say positive things about the hotel to other people</i>	Saya selalu mengatakan hal positif tentang hotel syariah kepada orang lain	VI4
	<i>To consider the hotel as the first one on the list when searching for accommodation</i>	Hotel syariah adalah pilihan utama saya ketika mencari tempat penginapan	VI5
	<i>To recommend the hotel to other people</i>	Saya akan merekomendasikan hotel syariah kepada orang lain	VI6

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Lampiran 7

Tabel Hasil Uji Instrumen Indikator Minat Mengunjungi

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Minat mengunjungi	Kecenderungan	Saya ingin menginap di hotel syariah ketika bepergian	.858	-	-	1	-	1	-
		Saya berencana menginap di hotel syariah ketika bepergian	.841	-	-	2	-	2	-
		Saya akan mengusahakan untuk menginap di hotel syariah ketika bepergian	.873	-	-	3	-	3	-
		Saya selalu mengatakan hal positif tentang hotel syariah kepada orang lain	.814	-	-	4	-	4	-
		Hotel syariah adalah pilihan utama saya ketika mencari tempat penginapan	.900	-	-	5	-	5	-
		Saya akan merekomendasikan hotel syariah kepada orang lain	.800	-	-	6	-	6	-
Cronbach's Alpha			.922	Butir indikator drop = tidak ada					

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Lampiran 8

Tabel Kisi-Kisi Instrumen Indikator Variabel X₁ (Sikap)

SUMBER	INDIKATOR		NO KUESIONER
	PERNYATAAN ASLI	HASIL ADAPTASI	
Aman et al. (2012)	<i>I like idea of green products</i>	Saya menyukai ide hotel syariah	Att1
	<i>Green product is a good idea</i>	Saya merasa hotel syariah adalah ide hotel yang bagus	Att2
	<i>I have a favorable attitude towards a green version of a product</i>	Saya merasa senang terhadap hotel syariah	Att3
	<i>I feel staying at this resort would be very good</i>	Saya merasa menginap di hotel syariah sangat baik	Att4
Kuntogianni & Kouthoris (2014)	<i>I am willing to participate in environmental protection events</i>	Saya ingin berpartisipasi dalam acara yang diadakan hotel syariah	Att5
	<i>I am willing to contribute to actions to protect the environment</i>	Saya ingin berkontribusi di acara hotel syariah	Att6
	<i>I am willing to restrict personal comforts in my life to help environmental protection</i>	Saya ingin membuat diri saya nyaman dengan adanya hotel syariah	Att7
	<i>I am willing to inform my friends about environmental protection</i>	Saya ingin memberitahukan kepada teman saya tentang hotel syariah	Att8

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Lampiran 9

Tabel Hasil Uji Instrumen Indikator Sikap

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Sikap	Perasaan suka	Saya menyukai ide hotel syariah	.811	-	-	1	-	1	-
		Saya merasa hotel syariah adalah ide hotel yang bagus	.968	-	-	2	-	2	-
		Saya merasa senang terhadap hotel syariah	.776	-	-	3	-	3	-
		Saya merasa menginap di hotel syariah sangat baik	.820	-	-	4	-	4	-
Cronbach's Alpha			.877	Butir indikator drop = tidak ada					
Sikap	Tindakan	Saya ingin berpartisipasi dalam acara yang diadakan hotel syariah	.877	-	-	5	-	6	-
		Saya ingin berkontribusi di acara hotel syariah	.891	-	-	6	-	5	-
		Saya ingin membuat diri saya nyaman dengan adanya hotel syariah	.641	-	-	7	-	7	-
		Saya ingin memberitahukan kepada teman saya tentang hotel syariah	.401	-	□	-	-	-	-
Cronbach's Alpha			.773	Butir indikator drop = 1 (butir 8)					

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Lampiran 10

Tabel Kisi-Kisi Instrumen Indikator Variabel X₂ (Nilai Penerimaan)

SUMBER	INDIKATOR		NO KUESIONER
	PERNYATAAN ASLI	HASIL ADAPTASI	
Raza et al. (2012)	<i>Hotel is well thought of</i>	Saya merasa hotel syariah adalah hal yang baik	PV1
	<i>Hotel is reputable</i>	Saya merasa hotel syariah sudah banyak diketahui orang lain	PV2
	<i>Hotel services are easy to buy</i>	Saya merasa hotel syariah mudah untuk dipesan	PV3
	<i>Hotel is well respected</i>	Saya merasa hotel syariah memiliki tanggung jawab yang baik	PV4
	<i>Quality of this hotel is outstanding</i>	Saya merasa hotel syariah memiliki kualitas yang sangat baik	PV5
	<i>Hotel is very consistent</i>	Saya merasa hotel syariah sangat konsisten dengan konsep islamnya	PV6
	<i>Hotel is very reliable</i>	Saya merasa hotel syariah sangat terbukti nuansa islamnya	PV7
	<i>Hotel service are reasonably priced</i>	Saya merasa hotel syariah tarifnya terjangkau	PV8
	<i>Hotel is economical</i>	Saya merasa hotel syariah tarifnya ekonomis	PV9
	<i>Hotel services are fairly priced</i>	Saya merasa hotel syariah tarifnya sesuai	PV10
	<i>I feel good by visiting this hotel</i>	Saya merasa nyaman dengan mengunjungi hotel syariah	PV11
	<i>Hotel service required little effort to buy</i>	Saya merasa hotel syariah membutuhkan sedikit usaha untuk dipesan	PV12
	<i>By using services of this hotel I feel delighted</i>	Dengan menggunakan layanan hotel syariah saya merasa senang	PV13

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Lampiran 11

Tabel Hasil Uji Instrumen Indikator Nilai Penerimaan

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Nilai penerimaan	Penilaian	Saya merasa hotel syariah adalah hal yang baik	.558	-	-	1	-	1	-
		Saya merasa hotel syariah sudah banyak diketahui orang lain	.754	-	-	2	-	2	-
		Saya merasa hotel syariah mudah untuk dipesan	.838	-	-	3	-	3	-
		Saya merasa hotel syariah memiliki tanggung jawab yang baik	.852	-	-	4	-	4	-
		Saya merasa hotel syariah memiliki kualitas yang sangat baik	.847	-	-	5	-	5	-
		Saya merasa hotel syariah sangat konsisten dengan konsep islamnya	.717	-	-	6	-	6	-
		Saya merasa hotel syariah sangat terbukti nuansa islamnya	.478	-	□	-	-	-	-
		Saya merasa nyaman dengan mengunjungi hotel syariah	.621	-	-	8	-	7	-
		Saya merasa hotel syariah membutuhkan sedikit usaha untuk dipesan	.581	-	-	9	-	8	-
		Dengan menggunakan layanan hotel syariah saya merasa senang	.577	-	-	10	-	9	-
Cronbach's Alpha			.899	Butir tidak valid = 1 (butir 7)					
Nilai penerimaan	Penyesuaian	Saya merasa hotel syariah tarifnya terjangkau	.951	-	-	11	-	10	-
		Saya merasa hotel syariah tarifnya ekonomis	.922	-	-	12	-	11	-
		Saya merasa hotel syariah tarifnya sesuai	.754	-	-	13	-	12	-
Cronbach's Alpha			.921	Butir tidak valid = tidak ada					

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Lampiran 12

Tabel Kisi-Kisi Instrumen Indikator Variabel X₃ (Hasil yang diharapkan)

SUMBER	INDIKATOR		NO KUESIONER
	PERNYATAAN ASLI	HASIL ADAPTASI	
Lee et al. (2011)	<i>Staying at a green hotel when traveling will enable me to protect our environment</i>	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat menjaga lingkungan	EO1
	<i>Staying at a green hotel when traveling will enable me to be more socially responsible</i>	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat lebih bertanggung jawab sosial	EO2
	<i>Staying at a green hotel when traveling will enable me to experience a healthy</i>	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya mendapatkan kesehatan	EO3
	<i>Staying at a green hotel when traveling will enable me to perform environmentally friendly practices</i>	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya peduli terhadap lingkungan	EO4
	<i>Staying at a green hotel when traveling will enable me to enjoy environmentally friendly products and healthy amenities</i>	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat menikmati situasi yang ramah lingkungan	EO5
	<i>Staying at a green hotel when traveling will enable me to eat fresh and healthy foods</i>	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya makan makanan segar dan sehat	EO6
	<i>Staying at a green hotel when traveling will enable me to have reduced expenses</i>	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat mengurangi pengeluaran	EO7

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Lampiran 13

Tabel Hasil Uji Instrumen Indikator Hasil Yang Diharapkan

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Hasil yang diharapkan	Harapan	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat menjaga lingkungan	.821	-	-	1	-	1	-
		Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat lebih bertanggung jawab sosial	.823	-	-	2	-	2	-
		Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya mendapatkan kesehatan	.830	-	-	3	-	3	-
		Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya peduli terhadap lingkungan	.860	-	-	4	-	4	-
		Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat menikmati situasi yang ramah lingkungan	.864	-	-	5	-	5	-
		Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya makan makanan segar dan sehat	.895	-	-	6	-	6	-
		Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat mengurangi pengeluaran	.826	-	-	7	-	7	-
Cronbach's Alpha			.802	Butir tidak valid = Tidak ada					

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Lampiran 14

Tabel Kisi-Kisi Instrumen Indikator Variabel X₄ (Tingkat Religiusitas)

SUMBER	INDIKATOR		NO KUESIONER
	PERNYATAAN ASLI	HASIL ADAPTASI	
Boorzoei & Asgari (2013)	<i>I choose SCH because of my religion</i>	Saya memilih hotel syariah karena sesuai dengan agama saya	Rel1
	<i>I choose SCH because of the product and services offered</i>	Saya memilih hotel syariah karena produk dan jasa yang ditawarkan	Rel2
	<i>I believe that SCH have been effective in introducing Islamic norms and value to non-Muslims</i>	Saya percaya hotel syariah telah efektif memperkenalkan norma dan nilai islam kepada non-Muslim	Rel3
	<i>I agree that alcohol must not be served in the SCH premises</i>	Saya setuju alkohol tidak boleh disediakan di hotel syariah	Rel4
	<i>I think that SCH should not display any art that depicts the human form</i>	Saya berfikir hotel syariah seharusnya tidak memasang lukisan bergambar manusia	Rel5
	<i>I think that SCH should separate male and female events hall</i>	Saya berfikir hotel syariah harus memisahkan pria dan wanita dalam sebuah ruang acara	Rel6
	<i>I agree that SCH must not have nightclubs entertain</i>	Saya setuju hotel syariah tidak menyediakan hiburan malam	Rel7
	<i>I believe that SCH should be furnished according to Islamic rules and regulation</i>	Saya berfikir hotel syariah seharusnya dilengkapi sesuai dengan ajaran dan aturan Islam	Rel8
	<i>I agree that SCH must separate male and female wellness facilities (swimming pool, gyms, etc.)</i>	Saya setuju hotel syariah harus memisahkan fasilitas untuk pria dan wanita (kolam renang, gym, dll)	Rel9
	<i>I agree that SCH should separate floors for single males, females and families</i>	Saya setuju hotel syariah harus memisahkan lantai untuk laki-laki, perempuan dan keluarga	Rel10
	<i>I believe that SCH should not arrange the beds and toilets facing the direction of Mecca</i>	Saya percaya hotel syariah harus tidak mengarahkan tempat tidur dan toilet ke arah Mekkah	Rel11
	<i>I agree that Quran and prayer mats should be available in each room</i>	Saya setuju Al-quran dan sajadah harus ada di setiap ruangan	Rel12
	<i>I agree that male staff should entertain single men and female staff should entertain women and families only</i>	Saya setuju staff hotel syariah pria mengurus tamu pria, staff wanita mengurus tamu wanita dan keluarga saja	Rel13

<i>I believe that SCH should follow the International standards of service combined with the traditions Islamic hospitality</i>	Saya percaya hotel syariah harus mengikuti standar internasional pelayanan dan dikombinasikan dengan pelayanan sesuai tradisi Islam	Rel14
<i>I agree that SCH should only serve halal food and beverage</i>	Saya percaya hotel syariah hanya menyajikan makanan dan minuman halal	Rel15
<i>I believe that SCH must be financed in line with the Islamic principles</i>	Saya percaya hotel syariah mengurus keuangannya sesuai dengan sistem keuangan yang islami	Rel16
<i>I believe that all males and females dress code for SCH are in line to the Islamic principles</i>	Saya percaya semua pakaian di hotel syariah sesuai dengan pakaian yang islami	Rel17

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Lampiran 15

Tabel Hasil Uji Instrumen Indikator Tingkat Religiusitas

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Tingkat religiusitas	Keyakinan	Saya berfikir hotel syariah seharusnya tidak memasang lukisan bergambar manusia	-	.619	-	-	5	-	5
		Saya berfikir hotel syariah harus memisahkan pria dan wanita dalam sebuah ruang acara	.561	-	-	6	-	6	-
		Saya setuju hotel syariah harus memisahkan lantai untuk laki-laki, perempuan dan keluarga	.751	-	-	10	-	9	-
		Saya percaya hotel syariah harus tidak mengarahkan tempat tidur dan toilet ke arah Mekkah	-	.879	-	11	-	-	10
		Saya setuju staff hotel syariah pria mengurus tamu pria, staff wanita mengurus tamu wanita dan keluarga saja	.824	-	-	13	-	12	-
		Saya percaya hotel syariah harus mengikuti standar internasional pelayanan dan dikombinasikan dengan pelayanan sesuai tradisi Islam	.740	-	-	14	-	13	-
		Saya percaya hotel syariah hanya menyajikan makanan dan minuman halal	.707	-	-	15	-	14	-
		Saya percaya hotel syariah mengurus keuangannya sesuai dengan sistem keuangan yang islami	.774	-	-	16	-	15	-

		Saya percaya semua pakaian di hotel syariah sesuai dengan pakaian yang islami	.825	-	-	17	-	16	-
Cronbach's Alpha			.925	Butir tidak valid = Tidak ada					
Tingkat religiusitas	Ketaatan	Saya setuju alkohol tidak boleh disediakan di hotel syariah	.	.709	-	-	4	-	4
		Saya setuju hotel syariah tidak menyediakan hiburan malam	-	.746	-	-	7	-	7
		Saya berfikir hotel syariah seharusnya dilengkapi sesuai dengan ajaran dan aturan Islam	.479	-	-	□	-	-	-
		Saya setuju hotel syariah harus memisahkan fasilitas untuk pria dan wanita (kolam renang, gym, dll)	.678	-	-	9	-	8	-
		Saya setuju Al-quran dan sajadah harus ada di setiap ruangan	.625	-	-	12	-	11	-
Cronbach's Alpha			.762	Butir tidak valid = 1 (Butir 8)					
Tingkat religiusitas	Kepercayaan	Saya memilih hotel syariah karena sesuai dengan agama saya	.843	-	-	1	-	1	-
		Saya memilih hotel syariah karena produk dan jasa yang ditawarkan	.775	-	-	2	-	2	-
		Saya percaya hotel syariah telah efektif memperkenalkan norma dan nilai islam kepada non-Muslim	.635	-	-	3	-	3	-
Cronbach's Alpha			.812	Butir tidak valid = Butir ke 8					

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

Lampiran 16

Proses Perhitungan Distribusi Frekuensi Variabel Minat Mengunjungi (Y)

1. Banyaknya Interval Kelas

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + (3,3) \text{ Log } n \\
 &= 1 + (3,3) \text{ Log } 240 \\
 &= 1 + (3,3) 2,38 \text{ (dibulatkan menjadi 2)} \\
 &= 1 + 6,6 \\
 &= 7,6 \text{ (dibulatkan menjadi 8 kelas)}
 \end{aligned}$$
2. Panjang Kelas

$$\begin{aligned}
 P &= \frac{\text{rentang}}{\text{kelas}} \\
 &= \frac{19}{8} \\
 &= 2,37 \text{ (dibulatkan menjadi 2)}
 \end{aligned}$$

Proses Perhitungan Distribusi Frekuensi Variabel Sikap (X₁)

1. Banyaknya Interval Kelas

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + (3,3) \text{ Log } n \\
 &= 1 + (3,3) \text{ Log } 240 \\
 &= 1 + (3,3) 2,38 \text{ (dibulatkan menjadi 2)} \\
 &= 1 + 6,6 \\
 &= 7,6 \text{ (dibulatkan menjadi 8 kelas)}
 \end{aligned}$$
2. Panjang Kelas

$$\begin{aligned}
 P &= \frac{\text{rentang}}{\text{kelas}} \\
 &= \frac{21}{8} \\
 &= 2,62 \text{ (dibulatkan menjadi 3)}
 \end{aligned}$$

Proses Perhitungan Distribusi Frekuensi Variabel Nilai Penerimaan (X₃)

1. Banyaknya Interval Kelas

$$K = 1 + (3,3) \text{ Log } n$$

$$\begin{aligned}
 &= 1 + (3,3) \text{ Log } 240 \\
 &= 1 + (3,3) 2,38 \text{ (dibulatkan menjadi 2)} \\
 &= 1 + 6,6 \\
 &= 7,6 \text{ (dibulatkan menjadi 8 kelas)}
 \end{aligned}$$

2. Panjang Kelas

$$P = \frac{\text{rentang}}{\text{kelas}}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{26}{8} \\
 &= 3,25 \text{ (dibulatkan menjadi 3)}
 \end{aligned}$$

Proses Perhitungan Distribusi Frekuensi Variabel Hasil Yang Diharapkan (X₃)

1. Banyaknya Interval Kelas

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + (3,3) \text{ Log } n \\
 &= 1 + (3,3) \text{ Log } 240 \\
 &= 1 + (3,3) 2,38 \text{ (dibulatkan menjadi 2)} \\
 &= 1 + 6,6 \\
 &= 7,6 \text{ (dibulatkan menjadi 8 kelas)}
 \end{aligned}$$

2. Panjang Kelas

$$P = \frac{\text{rentang}}{\text{kelas}}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{26}{8} \\
 &= 3,25 \text{ (dibulatkan menjadi 3)}
 \end{aligned}$$

Proses Perhitungan Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat Religiusitas (X₁)

1. Banyaknya Interval Kelas

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + (3,3) \text{ Log } n \\
 &= 1 + (3,3) \text{ Log } 240 \\
 &= 1 + (3,3) 2,38 \text{ (dibulatkan menjadi 2)} \\
 &= 1 + 6,6 \\
 &= 7,6 \text{ (dibulatkan menjadi 8 kelas)}
 \end{aligned}$$

2. Panjang Kelas

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{rentang}}{\text{kelas}} \\ &= \frac{49}{8} \\ &= 6,12 \text{ (dibulatkan menjadi 6)} \end{aligned}$$

Lampiran 17

No. ____

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/Sdri.

di Tempat

Saya Noorfie Syahri S, mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Saya sedang melakukan penelitian mengenai minat mengunjungi hotel syari'ah. Hotel syari'ah adalah hotel yang dijalankan dengan konsep Islami. Hotel syari'ah menjadi salah satu tren dalam perkembangan industri hotel di Indonesia. Hotel syari'ah menawarkan konsep hidup yang Islami seperti menyediakan sajadah dan Al-quran di setiap ruangan kamar, meniadakan minuman beralkohol, dan memisahkan fasilitas umum untuk laki-laki dan perempuan.

Penelitian ini dilakukan dalam rangka menyelesaikan skripsi sebagai syarat kelulusan sarjana. Oleh karena itu saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri. untuk mengisi daftar pernyataan di bawah ini sesuai dengan petunjuk pengisian yang ada pada setiap bagian. Mohon agar jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr/Sdri diisi dengan tepat agar data hasil penelitian menjadi lebih akurat. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu/Sdr/Sdri saya ucapkan terima kasih.

Noorfie Syahri S.

Petunjuk Pengisian

1. Bagian pertama yaitu mengenai informasi umum, berilah tanda ceklis (\checkmark) untuk jawaban yang paling sesuai dengan diri Anda.
2. Bagian kedua yaitu daftar pernyataan, berilah tanda ceklis (\checkmark) untuk jawaban yang paling sesuai dengan diri Anda berdasarkan petunjuk berikut:
 - Sangat Tidak Setuju (STS) = ceklis nomor 1
 - Tidak Setuju (TS) = ceklis nomor 2
 - Netral (N) = ceklis nomor 3
 - Setuju (S) = ceklis nomor 4
 - Sangat Setuju (SS) = ceklis nomor 5

I. Informasi Umum (diisi dengan menggunakan petunjuk nomor 1)

1. Jenis Kelamin : Laki- laki Perempuan
2. Usia : < 20 tahun 31-40 tahun
 20-30 tahun > 41 tahun
3. Pekerjaan : PNS Dosen/Pengajar
 Karyawan Swasta Mahasiswa/Pelajar
 Wiraswasta Lainnya _____
4. Pendidikan terakhir : SMA/SMK S2
 D3 S3
 S1 Lainnya _____
5. Kapan terakhir Anda menginap di sebuah hotel ?
 dalam 1 bulan terakhir antara 2-4 bulan yang lalu lebih dari 4 bulan yang lalu
6. Apakah Anda pernah menginap di hotel syariah sebelumnya ?
 pernah belum pernah

II. Daftar Pernyataan (diisi dengan menggunakan petunjuk nomor 2)

No	Pernyataan Bagian 1	STS	TS	N	S	SS
1	Saya ingin menginap di hotel syariah ketika bepergian	1	2	3	4	5
2	Saya berencana menginap di hotel syariah ketika bepergian	1	2	3	4	5
3	Saya akan mengusahakan untuk menginap di hotel syariah ketika bepergian	1	2	3	4	5
4	Saya selalu mengatakan hal positif tentang hotel syariah kepada orang lain	1	2	3	4	5
5	Hotel syariah adalah pilihan utama saya ketika mencari tempat penginapan	1	2	3	4	5
6	Saya akan merekomendasikan hotel syariah kepada orang lain	1	2	3	4	5
No	Pernyataan Bagian 2	STS	TS	N	S	SS
1	Saya menyukai ide hotel syariah	1	2	3	4	5
2	Saya merasa hotel syariah adalah ide hotel yang bagus	1	2	3	4	5
3	Saya merasa senang terhadap hotel syariah	1	2	3	4	5
4	Saya merasa menginap di hotel syariah sangat baik	1	2	3	4	5
5	Saya ingin berpartisipasi dalam acara yang diadakan hotel syariah	1	2	3	4	5

6	Saya ingin berkontribusi di acara hotel syariah	1	2	3	4	5
7	Saya ingin membuat diri saya nyaman dengan adanya hotel syariah	1	2	3	4	5
No	Pernyataan Bagian 3	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa hotel syariah adalah hal yang baik	1	2	3	4	5
2	Saya merasa hotel syariah sudah banyak diketahui orang lain	1	2	3	4	5
3	Saya merasa hotel syariah mudah untuk dipesan	1	2	3	4	5
4	Saya merasa hotel syariah memiliki tanggung jawab yang baik	1	2	3	4	5
5	Saya merasa hotel syariah memiliki kualitas yang sangat baik	1	2	3	4	5
6	Saya merasa hotel syariah sangat konsisten dengan konsep islamnya	1	2	3	4	5
7	Saya merasa hotel syariah tarifnya terjangkau	1	2	3	4	5
8	Saya merasa hotel syariah tarifnya ekonomis	1	2	3	4	5
9	Saya merasa hotel syariah tarifnya sesuai	1	2	3	4	5
10	Saya merasa nyaman dengan mengunjungi hotel syariah	1	2	3	4	5
12	Saya merasa hotel syariah mudah untuk dipesan	1	2	3	4	5
13	Dengan menggunakan layanan hotel syariah saya merasa senang	1	2	3	4	5
No	Pernyataan Bagian 4	STS	TS	N	S	SS
1	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat menjaga lingkungan	1	2	3	4	5
2	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat lebih bertanggung jawab social	1	2	3	4	5
3	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya mendapatkan kesehatan	1	2	3	4	5
4	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya peduli terhadap lingkungan	1	2	3	4	5
5	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat menikmati situasi yang ramah lingkungan	1	2	3	4	5
6	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya makan makanan segar dan sehat	1	2	3	4	5
7	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat mengurangi pengeluaran	1	2	3	4	5
No	Pernyataan Bagian 5	STS	TS	N	S	SS
1	Saya memilih hotel syariah karena sesuai dengan agama saya	1	2	3	4	5
2	Saya memilih hotel syariah karena produk dan jasa yang ditawarkan	1	2	3	4	5

3	Saya percaya hotel syariah telah efektif memperkenalkan norma dan nilai Islam kepada non-Muslim	1	2	3	4	5
4	Saya setuju alkohol tidak boleh disediakan di hotel syariah	1	2	3	4	5
5	Saya berfikir hotel syariah seharusnya tidak memasang lukisan bergambar manusia	1	2	3	4	5
6	Saya berfikir hotel syariah harus memisahkan pria dan wanita dalam sebuah ruang acara	1	2	3	4	5
7	Saya setuju alkohol tidak boleh disediakan di hotel syariah	1	2	3	4	5
8	Saya setuju hotel syariah harus memisahkan fasilitas untuk pria dan wanita (kolam renang, gym, dll)	1	2	3	4	5
9	Saya setuju hotel syariah harus memisahkan lantai untuk laki-laki, perempuan dan keluarga	1	2	3	4	5
10	Saya percaya hotel syariah harus tidak mengarahkan tempat tidur dan toilet ke arah Mekkah	1	2	3	4	5
11	Saya setuju Al-quran dan sajadah harus ada di setiap ruangan	1	2	3	4	5
12	Saya setuju staff hotel syariah pria mengurus tamu pria, staff wanita mengurus tamu wanita dan keluarga saja	1	2	3	4	5
13	Saya percaya hotel syariah harus mengikuti standar internasional pelayanan dan dikombinasikan dengan pelayanan sesuai tradisi Islam	1	2	3	4	5
14	Saya percaya hotel syariah hanya menyajikan makanan dan minuman halal	1	2	3	4	5
15	Saya percaya hotel syariah mengurus keuangannya sesuai dengan sistem keuangan yang Islami	1	2	3	4	5
16	Saya percaya semua pakaian di hotel syariah sesuai dengan pakaian yang Islami	1	2	3	4	5

Demikian akhir dari kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih

2. Sikap (Attitude)

a. Uji Validitas

Pattern Matrix^a

	Pernyataan	Component	
	Indikator Sikap	1	2
Att2	Saya merasa hotel syariah adalah ide hotel yang bagus	.968	
Att4	Saya merasa menginap di hotel syariah sangat baik	.819	
Att1	Saya menyukai ide hotel syariah	.809	
Att3	Saya merasa senang terhadap hotel syariah	.768	
Att8	Saya ingin memberitahukan kepada teman saya tentang hotel syariah	.401	
	Cronbach's Alpha	.877	
Att6	Saya ingin berkontribusi di acara hotel syariah		.913
Att5	Saya ingin berpartisipasi dalam acara yang diadakan hotel syariah		.875
Att7	Saya ingin membuat diri saya nyaman dengan adanya hotel syariah		.634
	Cronbach's Alpha		.773

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 4 iterations.

Hasilnya, butir instrument variabel sikap nomor 8 tidak valid karena dibawah 0,5 setelah itu data dianalisis kembali validitasnya

Pattern Matrix^a

	Pernyataan	Component	
	Indikator Sikap	1	2
Att2	Saya merasa hotel syariah adalah ide hotel yang bagus	.968	
Att4	Saya merasa menginap di hotel syariah sangat baik	.819	
Att1	Saya menyukai ide hotel syariah	.809	
Att3	Saya merasa senang terhadap hotel syariah	.768	
	Cronbach's Alpha	.877	
Att6	Saya ingin berkontribusi di acara hotel syariah		.913
Att5	Saya ingin berpartisipasi dalam acara yang diadakan hotel syariah		.875
Att7	Saya ingin membuat diri saya nyaman dengan adanya hotel syariah		.634
	Cronbach's Alpha		.773

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 4 iterations.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.732
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	203.321
	Df
	21
	Sig.
	.000

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.877	4

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.773	3

3. Nilai Penerimaan (Perceived Value)

a. Uji Validitas

Pattern Matrix^a

	Pernyataan	Component	
		1	2
	Indikator Nilai Penerimaan		
PV4	Saya merasa hotel syariah memiliki tanggung jawab yang baik	.851	
PV5	Saya merasa hotel syariah memiliki kualitas yang sangat baik	.848	
PV3	Saya merasa hotel syariah mudah untuk dipesan	.836	
PV2	Saya merasa hotel syariah sudah banyak diketahui orang lain	.751	
PV6	Saya merasa hotel syariah sangat konsisten dengan konsep islamnya	.720	
PV11	Saya merasa nyaman dengan mengunjungi hotel syariah	.628	
PV12	Saya merasa hotel syariah mudah untuk dipesan	.586	

PV1	Saya merasa hotel syariah adalah hal yang baik	.561	
PV13	Dengan menggunakan layanan hotel syariah saya merasa senang	.522	
PV7	Saya merasa hotel syariah sangat terbukti nuansa islamnya	.478	
	Cronbach's Alpha	.899	
PV8	Saya merasa hotel syariah tarifnya terjangkau		-.951
PV9	Saya merasa hotel syariah tarifnya ekonomis		-.922
PV10	Saya merasa hotel syariah tarifnya sesuai		-.754
	Cronbach's Alpha		.921

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

Hasilnya, butir instrument variabel nilai penerimaan nomor 7 tidak valid karena dibawah 0,5 setelah itu data dianalisis kembali validitasnya

Pattern Matrix^a

	Pernyataan	Component	
		1	2
	Indikator Nilai Penerimaan		
PV4	Saya merasa hotel syariah memiliki tanggung jawab yang baik	.851	
PV5	Saya merasa hotel syariah memiliki kualitas yang sangat baik	.848	
PV3	Saya merasa hotel syariah mudah untuk dipesan	.836	
PV2	Saya merasa hotel syariah sudah banyak diketahui orang lain	.751	
PV6	Saya merasa hotel syariah sangat konsisten dengan konsep islamnya	.720	
PV11	Saya merasa nyaman dengan mengunjungi hotel syariah	.628	
PV12	Saya merasa hotel syariah mudah untuk dipesan	.586	
PV1	Saya merasa hotel syariah adalah hal yang baik	.561	
PV13	Dengan menggunakan layanan hotel syariah saya merasa senang	.522	
	Cronbach's Alpha	.899	
PV8	Saya merasa hotel syariah tarifnya terjangkau		-.951
PV9	Saya merasa hotel syariah tarifnya ekonomis		-.922
PV10	Saya merasa hotel syariah tarifnya sesuai		-.754
	Cronbach's Alpha		.921

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.821
--	------

1 Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	454.028
	Df	66
	Sig.	.000

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	3

4. Hasil yang Diharapkan (Expected Outcomes)

a. Uji Validitas

Component Matrix^a

	Pernyataan	Component
	Indikator Hasil yang diharapkan	1
EO6	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya makan makanan segar dan sehat	.895
EO5	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat menikmati situasi yang ramah lingkungan	.864
EO4	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya peduli terhadap lingkungan	.860
EO3	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya mendapatkan kesehatan	.830
EO7	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat mengurangi pengeluaran	.826
EO2	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat lebih bertanggung jawab social	.823
EO1	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat menjaga lingkungan	.821
	Cronbach's Alpha	.932

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Pernyataan	Component
	Indikator Hasil yang diharapkan	1
EO6	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya makan makanan segar dan sehat	.895
EO5	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat menikmati situasi yang ramah lingkungan	.864
EO4	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya peduli terhadap lingkungan	.860
EO3	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya mendapatkan kesehatan	.830
EO7	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat mengurangi pengeluaran	.826
EO2	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat lebih bertanggung jawab social	.823
EO1	Menginap di hotel syariah ketika bepergian akan membuat saya dapat menjaga lingkungan	.821
	Cronbach's Alpha	.932

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.802
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	306.586
	df
	21
	Sig.
	.000

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	7

5. Tingkat Religiusitas (Religiosity)

a. Uji Validitas

Pattern Matrix^a

	Pernyataan	Component

		1	2	3
Rel11	Saya percaya hotel syariah harus tidak mengarahkan tempat tidur dan toilet ke arah Mekkah	.879		
Rel17	Saya percaya semua pakaian di hotel syariah sesuai dengan pakaian yang islami	.825		
Rel13	Saya setuju staff hotel syariah pria mengurus tamu pria,staff wanita mengurus tamu wanita dan keluarga saja	.824		
Rel16	Saya percaya hotel syariah mengurus keuangannya sesuai dengan sistem keuangan yang islami	.774		
Rel10	Saya setuju hotel syariah harus memisahkan lantai untuk laki-laki, perempuan dan keluarga	.751		
Rel14	Saya percaya hotel syariah harus mengikuti standar internasional pelayanan dan dikombinasikan dengan pelayanan sesuai tradisi Islam	.740		
Rel15	Saya percaya hotel syariah hanya menyajikan makanan dan minuman halal	.707		
Rel5	Saya berfikir hotel syariah seharusnya tidak memasang lukisan bergambar manusia	.619		
Rel6	Saya berfikir hotel syariah harus memisahkan pria dan wanita dalam sebuah ruang acara	.561		
	Cronbach's Alpha	.925		
Rel4	Saya setuju alkohol tidak boleh disediakan di hotel syariah		.769	
Rel7	Saya setuju hotel syariah tidak menyediakan hiburan malam		.746	
Rel9	Saya setuju hotel syariah harus memisahkan fasilitas untuk pria dan wanita (kolam renang, gym, dll)		.678	
Rel12	Saya setuju Al-quran dan sajadah harus ada di setiap ruangan		.625	
Rel8	Saya berfikir hotel syariah seharusnya dilengkapi sesuai dengan ajaran dan aturan Islam		.479	
	Cronbach's Alpha		.762	
Rel1	Saya memilih hotel syariah karena sesuai dengan agama saya			.843
Rel2	Saya memilih hotel syariah karena produk dan jasa yang ditawarkan			.775
Rel3	Saya percaya hotel syariah telah efektif memperkenalkan norma dan nilai islam kepada non-Muslim			.635
	Cronbach's Alpha			.812

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

Hasilnya, butir instrument variabel tingkat religiusitas nomor 8 tidak valid karena dibawah 0,5 setelah itu data dianalisis kembali validitasnya

Pattern Matrixa

	Pernyataan	Component		
		1	2	3
Rel11	Saya percaya hotel syariah harus tidak mengarahkan tempat tidur dan toilet ke arah Mekkah	.879		
Rel17	Saya percaya semua pakaian di hotel syariah sesuai dengan pakaian yang islami	.825		
Rel13	Saya setuju staff hotel syariah pria mengurus tamu pria,staff wanita mengurus tamu wanita dan keluarga saja	.824		
Rel16	Saya percaya hotel syariah mengurus keuangannya sesuai dengan sistem keuangan yang islami	.774		
Rel10	Saya setuju hotel syariah harus memisahkan lantai untuk laki-laki, perempuan dan keluarga	.751		
Rel14	Saya percaya hotel syariah harus mengikuti standar internasional pelayanan dan dikombinasikan dengan pelayanan sesuai tradisi Islam	.740		
Rel15	Saya percaya hotel syariah hanya menyajikan makanan dan minuman halal	.707		
Rel5	Saya berfikir hotel syariah seharusnya tidak memasang lukisan bergambar manusia	.619		
Rel6	Saya berfikir hotel syariah harus memisahkan pria dan wanita dalam sebuah ruang acara	.561		
	Cronbach's Alpha	.925		
Rel4	Saya setuju alkohol tidak boleh disediakan di hotel syariah		.769	
Rel7	Saya setuju hotel syariah tidak menyediakan hiburan malam		.746	
Rel9	Saya setuju hotel syariah harus memisahkan fasilitas untuk pria dan wanita (kolam renang, gym, dll)		.678	
Rel12	Saya setuju Al-quran dan sajadah harus ada di setiap ruangan		.625	

	Cronbach's Alpha		.762	
Rel1	Saya memilih hotel syariah karena sesuai dengan agama saya			.843
Rel2	Saya memilih hotel syariah karena produk dan jasa yang ditawarkan			.775
Rel3	Saya percaya hotel syariah telah efektif memperkenalkan norma dan nilai islam kepada non-Muslim			.635
	Cronbach's Alpha			.812

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.825
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	519.628
	df	120
	Sig.	.000

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.762	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	3

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti (2015)

Lampiran 19

Data View SPSS

data view bab 4 final mmm.sav [DataSet1] - PASW Statistics Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

1: Jenis_Kelamin 1.00

	Jenis_Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan_Terakhir	Terakhir_Menginap_di_hotel	Pernah_Menginap_di_Hotel_Syariah	VI1	VI2	VI3	VI4	V
1	1.00	2.00	2.00	3.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	4.00	
2	1.00	2.00	2.00	3.00	3.00	2.00	4.00	4.00	4.00	3.00	
3	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	4.00	
4	2.00	2.00	2.00	2.00	1.00	1.00	2.00	4.00	4.00	4.00	
5	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	4.00	
6	1.00	2.00	2.00	3.00	3.00	2.00	4.00	4.00	4.00	3.00	
7	2.00	3.00	6.00	3.00	3.00	2.00	5.00	4.00	5.00	5.00	
8	2.00	3.00	2.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	4.00	4.00	
9	2.00	3.00	2.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	1.00	3.00	
10	1.00	4.00	6.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	
11	2.00	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	4.00	2.00	
12	2.00	2.00	2.00	3.00	1.00	2.00	3.00	4.00	3.00	4.00	
13	2.00	3.00	2.00	3.00	3.00	2.00	3.00	3.00	3.00	4.00	
14	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	4.00	4.00	
15	2.00	3.00	2.00	3.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	3.00	
16	1.00	4.00	2.00	3.00	2.00	2.00	4.00	3.00	3.00	4.00	
17	1.00	2.00	2.00	3.00	3.00	2.00	5.00	5.00	5.00	2.00	
18	1.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	4.00	3.00	3.00	4.00	
19	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	
20	2.00	2.00	2.00	3.00	3.00	2.00	3.00	4.00	4.00	4.00	
21	1.00	1.00	2.00	3.00	2.00	2.00	4.00	4.00	4.00	3.00	
22	2.00	2.00	2.00	3.00	3.00	2.00	2.00	3.00	2.00	3.00	

Data View Variable View

Variabel View SPSS

data view bab 4 final mmm.sav [DataSet1] - PASW Statistics Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure
1	Jenis_Kela...	Numeric	8	2	Jenis Kelamin	{1.00, laki-la...	None	8	Right	Nominal
2	Usia	Numeric	8	2	Usia	{1.00, < 20 t...	None	8	Right	Ordinal
3	Pekerjaan	Numeric	8	2	Pekerjaan	{1.00, PNS}...	None	8	Right	Nominal
4	Pendidikan_...	Numeric	8	2	Pendidikan Ter...	{1.00, SMA/...	None	8	Right	Ordinal
5	Terakhir_Me...	Numeric	8	2	Terakhir Mengi...	{1.00, dala...	None	8	Right	Scale
6	Pernah_Me...	Numeric	8	2	Pernah Mengin...	{1.00, perna...	None	8	Right	Scale
7	VI1	Numeric	8	2	VI1	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
8	VI2	Numeric	8	2	VI2	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
9	VI3	Numeric	8	2	VI3	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
10	VI4	Numeric	8	2	VI4	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
11	VI5	Numeric	8	2	VI5	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
12	VI6	Numeric	8	2	VI6	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
13	Att1	Numeric	8	2	Att1	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
14	Att2	Numeric	8	2	Att2	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
15	Att3	Numeric	8	2	Att3	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
16	Att4	Numeric	8	2	Att4	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
17	Att5	Numeric	8	2	Att5	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
18	Att6	Numeric	8	2	Att6	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
19	Att7	Numeric	8	2	Att7	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
20	PV1	Numeric	8	2	PV1	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
21	PV2	Numeric	8	2	PV2	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
22	PV3	Numeric	8	2	PV3	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
23	PV4	Numeric	8	2	PV4	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
24	PV5	Numeric	8	2	PV5	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale
25	PV6	Numeric	8	2	PV6	{1.00, STS}...	None	8	Right	Scale

Data View Variable View

Lampiran 21

Uji Analisis Data

1. Asumsi Dasar

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	Standardized Residual
N		240	240
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	2.81523723	.99790576
Most Extreme Differences	Absolute	.073	.073
	Positive	.073	.073
	Negative	-.047	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		1.124	1.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.160	.160

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square
Minat Mengunjungi * Sikap	Between Groups	(Combined)	2022.172	18	112.343
		Linearity	1639.641	1	1639.641
		Deviation from Linearity	382.531	17	22.502
	Within Groups	1511.678	221	6.839	
	Total	3533.850	239		

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	Standardized Residual
N		240	240
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	3.27625323	.99790576
Most Extreme Differences	Absolute	.057	.057
	Positive	.040	.040
	Negative	-.057	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		.885	.885
Asymp. Sig. (2-tailed)		.414	.414

a. Test distribution is Normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	Standardized Residual
N		240	240
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	3.27625323	.99790576
Most Extreme Differences	Absolute	.057	.057
	Positive	.040	.040
	Negative	-.057	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		.885	.885
Asymp. Sig. (2-tailed)		.414	.414

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square
Minat Mengunjungi * Nilai Penerimaan	Between Groups	(Combined)	2267.416	21	108
		Linearity	968.463	1	968.463
		Deviation from Linearity	1298.953	20	64.948
	Within Groups		1266.434	218	5.809
	Total		3533.850	239	

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	Standardized Residual
N		240	240
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	3.31412000	.99790576
Most Extreme Differences	Absolute	.085	.085
	Positive	.085	.085
	Negative	-.058	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		1.319	1.319
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062	.062

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square
Minat Mengunjungi * Hasil Diharapkan	Between Groups	(Combined)	1430.892	25	57.23568
		Linearity	908.819	1	908.819
		Deviation from Linearity	522.072	24	21.75300
	Within Groups		2102.958	214	9.82737
	Total		3533.850	239	

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	Standardized Residual
N		240	240
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	3.51579503	.99790576
Most Extreme Differences	Absolute	.072	.072
	Positive	.072	.072
	Negative	-.068	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		1.109	1.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.171	.171

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square
Minat Mengunjungi * Tingkat Religiusitas	Between Groups	(Combined)	1661.569	43	38.64114
		Linearity	579.615	1	579.615
		Deviation from Linearity	1081.954	42	25.76081
	Within Groups		1872.281	196	9.55245
	Total		3533.850	239	

2. Asumsi Klasik

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.233	1.371		-.170	.865		
	Sikap	.482	.047	.526	10.365	.000	.722	1.385
	Nilai Penerimaan	.073	.033	.141	2.227	.027	.467	2.142
	Hasil Diharapkan	.073	.031	.126	2.340	.020	.642	1.557
	Tingkat Religiusitas	.071	.024	.164	2.931	.004	.595	1.681

a. Dependent Variable: Minat Mengunjungi

3. Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.223	1.130		4.624	.000
	Sikap	.624	.043	.681	14.353	.000

a. Dependent Variable: Minat Mengunjungi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.393	1.266		7.418	.000
	Nilai Penerimaan	.272	.029	.524	9.479	.000

a. Dependent Variable: Minat Mengunjungi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	14.133	.810		17.446	.000
	Hasil Diharapkan	.295	.032	.507	9.077	.000

a. Dependent Variable: Minat Mengunjungi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	10.972	1.518		7.230	.000
	Tingkat Religiusitas	.175	.026	.405	6.833	.000

a. Dependent Variable: Minat Mengunjungi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	-.233	1.371		-.170	.865
	Sikap	.482	.047	.526	10.365	.000
	Nilai Penerimaan	.073	.033	.141	2.227	.027
	Hasil Diharapkan	.073	.031	.126	2.340	.020
	Tingkat Religiusitas	.071	.024	.164	2.931	.004

a. Dependent Variable: Minat Mengunjungi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	-.233	1.371		-.170	.865
	Sikap	.482	.047	.526	10.365	.000
	Nilai Penerimaan	.073	.033	.141	2.227	.027
	Hasil Diharapkan	.073	.031	.126	2.340	.020

Tingkat Religiusitas	.071	.024	.164	2.931	.004
----------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Minat Mengunjungi

4. Koefisien determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.562	.555	2.56500

a. Predictors: (Constant), Tingkat Religiusitas, Sikap, Hasil Diharapkan, Nilai Penerimaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	.681 ^a	.464	.462	2.82115
---	-------------------	------	------	---------

a. Predictors: (Constant), Sikap

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.524 ^a	.274	.271	3.28313

a. Predictors: (Constant), Nilai Penerimaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	.507 ^a	.257	.254	3.32108
---	-------------------	------	------	---------

a. Predictors: (Constant), Hasil Diharapkan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.405 ^a	.164	.161	3.52317

a. Predictors: (Constant), Tingkat Religiusitas

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Noorfie Syahri Sya'bani, lahir di Jakarta tanggal 25 Januari 1994. Mulai menempuh pendidikan di MI. Sirajul Athfal tahun 2000-2005. Selanjutnya mengenyam pendidikan di SMP Negeri 131 Jakarta pada tahun 2005-2008. Setelah itu melanjutkan pendidikannya di SMK Negeri 8 Jakarta, pada tahun 2008-2011. Kemudian melanjutkan studi di Universitas Negeri Jakarta Program Studi Pendidikan Tata Niaga pada tahun 2011. Penulis juga mengenyam pendidikan agama di Pondok Pesantren Sulaimaniyyah Jakarta Selatan. Penulis adalah seorang gooners yaitu sebutan untuk fans Arsenal. Penulis memiliki pengalaman berorganisasi diantaranya pernah menjadi staff marketing Ant Student Company tahun 2009 , ketua rohis SMK Negeri 8 tahun 2009, Kadiv. Pendidikan Association of Islamic Moeslem Student (AIMS) tahun 2012 dan School Coordinator for South of Jakarta dari instansi Non-Governmental Organization (NGO) yaitu Junior Achievement Alumni Indonesia tahun 2015. Penulis pernah menjadi juara II lomba kompetensi siswa bidang marketing tahun 2009 tingkat provinsi, juara I lomba speech contest tingkat fakultas ekonomi tahun 2011, Finalis lomba debat fakultas ekonomi tahun 2012, Peringkat III mahasiswa berprestasi fakultas ekonomi, tahun 2013, dan semifinalis Abang None Jakarta tahun 2014. Saat ini penulis ingin melanjutkan studi pendidikan ke luar negeri.

