

# **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**

<b>Rank</b>	<b>Overall GMTI 2015 rank</b>	<b>Destinations</b>	<b>Score</b>
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 dunia<sup>1</sup>. 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 hotelnya<sup>2</sup>.

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 Malaysia<sup>3</sup>.

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

---

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

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

<sup>3</sup>Noor, 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 hotel<sup>4</sup>. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Noor & Kumar pada tahun 2014 juga mengenai minat mengunjungi hotel oleh pada turis asing di Malaysia<sup>5</sup>. Hal yang sama juga dilakukan oleh Aman *et al.* pada tahun 2012, dalam penelitiannya mengenai minat mengunjungi tempat wisata di Selangor, Malaysia<sup>6</sup>. Kemudian juga pada penelitian yang dilakukan oleh Hashim *et al.* pada tahun 2013 mengenai minat mengunjungi tempat wisata di Malaysia.<sup>7</sup>

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 mengunjungi<sup>8</sup>. Hal yang sama juga dilakukan oleh Bajs dalam penelitiannya pada tahun 2015 mengenai minat mengunjungi tempat wisata di Dubrovnik, Rusia<sup>9</sup>. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Raza *et al.* pada tahun 2012 mengenai minat mengunjungi hotel mewah di Pakistan<sup>10</sup>.

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

---

<sup>4</sup>*Ibid.*

<sup>5</sup>Noor 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

<sup>6</sup>Aman, 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

<sup>7</sup>Hashim, 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

<sup>8</sup>Shen, 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

<sup>9</sup>Bajs, *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

<sup>10</sup>Raza, 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 tersebut<sup>11</sup>.

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 hotel<sup>12</sup>. Hal yang sama juga dilakukan oleh Rashid dalam penelitiannya pada tahun 2013 mengenai minat mengunjungi pada turis dimasa yang akan datang<sup>13</sup>. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Boulding pada tahun 1993<sup>14</sup>.

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 wisata<sup>15</sup>. Hal yang sama juga dilakukan oleh Boorzoei & Asgari dalam penelitiannya pada tahun 2014 mengenai minat mengunjungi dan melakukan pembelian.<sup>16</sup> Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhtar & Butt pada tahun 2011 mengenai minat mengunjungi dan memilih produk halal<sup>17</sup>.

---

<sup>11</sup>*Ibid.*

<sup>12</sup>Lee, 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

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

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

<sup>15</sup>Huang, 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

<sup>16</sup>Boorzoei 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

<sup>17</sup>Mukhtar 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 tersebut<sup>18</sup>.

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 tersebut<sup>19</sup>.

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 representatif<sup>20</sup>.

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

---

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

<sup>19</sup>*Ibid.*

<sup>20</sup><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 diperbolehkan<sup>21</sup>.

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.

---

<sup>21</sup>Hal 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 bermoral<sup>22</sup>.

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.

---

<sup>22</sup><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.