

PREFERENSI DAN PENGALAMAN TAMU MENGINAP DI HOTEL SYARIAH DI KOTA BANDUNG

Tapiuray Alhira Sandra¹⁾, Ersy Ervina²⁾, Ratna Gema Maulida³⁾

¹Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

E-mail: uraysandra2002@gmail.com

²Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

E-mail: ersyervina@telkomuniversity.ac.id

³Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

E-mail: ratnagemamaulida@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This study discusses the incompatibility of preferences and guest experiences that are not in accordance with the theory explained by experts. This study uses a descriptive quantitative method using a questionnaire whose measurement uses a Likert scale. This study intends to determine the characteristics of guests, preferences and experiences of guests while staying at Hotel Syariah in the city of Bandung. This study used 152 respondents, namely hotel guests who had stayed at Syariah Hotels in the city of Bandung. Based on the results of the study, it can be seen that the Halal dimension is the most dominant dimension in the preference variable for guests staying at Syariah Hotels in the city of Bandung. This shows that the majority of Guests choose to stay at Syariah Hotels in the city of Bandung based on halal preferences. Meanwhile, the emotional experience dimension is the most dominant dimension in the guest experience variable. This indicates that the majority of guest experiences stay based on emotional experience. Based on the results of the chi-square test, it was found that guest experience has a significant relationship to preference for staying at Syariah Hotels in the city of Bandung.

Keywords : Sharia Hotels, Consumer Behavior, Tourism, Guest Experience, Preferences

1. PENDAHULUAN

Kota Bandung adalah salah satu kota yang populer sebagai destinasi wisata, termasuk bagi masyarakat dari berbagai latar belakang, termasuk umat beragama. Karena mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim, tidak mengherankan jika banyak wisatawan yang ingin melakukan perjalanan wisata halal di Bandung. Wisata halal telah menjadi fenomena baru dalam industri pariwisata dan mulai berkembang di berbagai wilayah di Indonesia. Jawa Barat, termasuk Kota Bandung, dianggap memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan wisata halal. Kota Bandung saat ini menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam pembangunan kota terkemuka sebagai parastatal perkotaan.

Permintaan yang meningkat dari wisatawan Muslim terhadap wisata halal telah meningkatkan segmentasi akomodasi, terutama di sektor hotel. Salah satu jenis akomodasi yang banyak dipilih oleh wisatawan adalah hotel syariah. Konsep hotel syariah telah ada di negara-negara Timur Tengah selama beberapa tahun terakhir, dan saat ini jumlah hotel syariah di Indonesia juga semakin bertambah.

Hotel syariah memiliki ciri khas, seperti menyediakan makanan halal, mewajibkan penutupan aurat, menyediakan mukena, sarung, dan Al-Quran di setiap kamar, serta menghadirkan musik Arab. Hotel syariah menawarkan pelayanan dan fasilitas sesuai dengan prinsip syariah, dan tidak seperti hotel konvensional yang beberapa kali bertentangan dengan aturan Islam. Hotel syariah semakin diminati oleh wisatawan di Kota Bandung, tidak hanya oleh umat Muslim, tetapi juga oleh mereka yang mencari suasana hotel yang tenang dan nyaman. Seiring dengan meningkatnya permintaan wisatawan Muslim yang mencari penginapan sesuai

dengan aturan syariah, jumlah hotel syariah di Kota Bandung juga semakin banyak. Meskipun demikian, jumlah hotel syariah masih terbatas dibandingkan dengan hotel konvensional di Kota Bandung.

Preferensi konsumen berperan penting dalam memilih hotel syariah. Preferensi adalah pilihan seseorang terhadap suatu produk atau jasa. Beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih hotel meliputi kualitas, harga, promosi, dan tampilan produk. Preferensi konsumen terhadap hotel syariah dapat dilihat dari aspek kehalalan, kesesuaian harga, kualitas pelayanan, kepopuleran hotel, dan suasana hotel.

Namun, terdapat pengalaman tamu yang tidak selalu sesuai dengan preferensi. Pengalaman tamu mencakup pengalaman selama menginap di hotel, kepuasan terhadap pelayanan dan fasilitas, serta kesesuaian dengan aturan dan nilai-nilai syariah yang diterapkan di hotel tersebut. Meskipun konsep wisata halal dan hotel syariah sedang populer di kalangan wisatawan, masih ada beberapa wisatawan yang kurang memahami konsep hotel syariah dan preferensi dalam memilihnya.

Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Preferensi dan Pengalaman Tamu Menginap di Hotel Syariah di Kota Bandung”.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan statistik deskriptif. Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif sebagai metode pendukung melalui wawancara. Sekaran (2017) Metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan pengumpulan data yang dapat diukur secara numerik. Menurut Ghozali (2016) Statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan atau memberikan gambaran mengenai karakteristik dari serangkaian data tanpa mengambil kesimpulan umum. Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data sehingga dapat disajikan dalam tampilan yang lebih baik. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner dan dokumentasi.

Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif, statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalis Sugiyono (2015). Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai preferensi dan pengalaman Tamu Pengalaman Tamu Menginap di Hotel Syariah di Kota Bandung.

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair. Menurut Hair et al (2010:101) adalah tergantung dari jumlah indikator dikali 5-10. Jumlah indikator pada penelitian ini dikalikan 10. Dalam penelitian ini terdapat 15 indikator dikali 10 = minimum 150 responden. Oleh karena ini berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sample dalam penelitian ini adalah 152 orang yang pernah menginap di hotel syariah di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu Preferensi dan Pengalaman Tamu. Instrumen penelitian dengan menggunakan skala Likert dengan menggunakan lima skala. Adapun masing-masing variabel secara operasional didefinisikan pada Tabel 1:

Tabel 1. Operasional Variabel

Variable	Dimensi	Indikator	Item	Skala
1	2	3	4	5
Preferensi Abdullah, dkk (2011)	Kehalalan (<i>permissible in islam</i>)	a. Menerapkan syariat islam	Menyediakan makanan halal dan tayyib	Likert
	Kesesuaian harga (<i>price</i>)	b. Harga yang sesuai dengan fasilitas hotel	Fasilitas yang diberikan sesuai dengan harga yang dibayarkan	Likert
	Kualitas pelayanan (<i>quality of service</i>)	c. Pelayanan yang diberikan	Pelayanan yang diberikan dapat memuaskan tamu	Likert
	Kepopuleran hotel (<i>branding</i>)	d. Hotel berbintang	Memenuhi syarat sebagai hotel berbintang	Likert
	Suasana hotel (<i>tangibles</i>)	e. Suasana islami	Adanya suasana arab yang diberikan tiap hotel	Likert
Pengalaman Tamu (Nasermoadeli dkk. 2013)	<i>Sensory Experience</i>	a. Aroma yang sedap	Adanya wewangian yang membuat para tamu rileks ketika memasuki area hotel	Likert
		b. pencahayaan yang bagus (<i>Ambient light</i>)	Adanya ambient light yang membuat para tamu merasa nyaman dan disambut dengan lampu yang memanjakan mata	
		c. Dekorasi interior yang menarik	Hotel mempunyai dekorasi yang menarik untuk menciptakan atmosfer yang nyaman dan menyenangkan	
	<i>Emotional Experience</i>	a. Empati staff hotel	Staff yang empatis membuat tamu merasa dihargai dan diperhatikan	Likert
		b. Keterlibatan	Hotel memberikan pengalaman yang interaktif dan memungkinkan tamu untuk terlibat dalam aktivitasnya	Likert
		c. Karakteristik hotel	Ketika suatu hotel memiliki karakteristik yang kuat maka tamu akan merasa lebih tertarik dan terhubung dengan hotel tersebut	Likert
	<i>Social Experience</i>	a. Kesempatan bersosialisasi	Kesempatan untuk bersosialisasi dengan staff yang memberikan pelayanan di hotel sehingga menciptakan suatu pengalaman	Likert
		b. Interaksi dengan tamu lain	Pengalaman saat berinteraksi dengan tamu lain	Likert
		c. Budaya dan tradisi	Memiliki budaya dan tradisi tersendiri sehingga tamu memiliki pengalaman yang tak terlupakan.	Likert

(sumber: peneliti 2023)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Profil Hotel Syariah di Kota Bandung

Kota Bandung menjadi salah satu kota yang menjadi pilihan terbaik untuk berlibur. Banyaknya tempat wisata yang ada di Kota Bandung, menjadi daya tarik tertentu bagi wisatawan yang akan berkunjung ke Kota Bandung. Berlibur ke Kota Bandung, tentu saja memerlukan akomodasi sebagai tempat tinggal. Salah satu akomodasi yang banyak diminati di Kota Bandung adalah hotel. Berbagai macam hotel yang tersedia di Kota Bandung, salah satunya Hotel Syariah. Berikut beberapa Hotel Syariah yang ada di Kota Bandung: Berikut adalah beberapa hotel syariah yang terletak di Kota Bandung:

Tabel 2. Nama Hotel Syariah Di Kota Bandung

No	Nama hotel syariah di kota Bandung	Alamat
1	Daarul Jannah Hotel	Jalan Geger Kalong Girang No.67, Gegerkalong, Bandung, Gegerkalong, Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40152
2	Orange Home's Syariah	Jalan Babakan Jeruk 1 No.76, Sukagalih, Sukajadi, Sukagalih, Sukajadi, Kota Bandung
3	Narapati Indah Hotel Syariah	Jl. Pelajar Pejuang 45 No.31-35, Lkr. Sel., Lengkong, Kota Bandung and convention
4	Noor Hotel	Jl. Madura No.6, Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115
5	Ruby Hotel	Jalan Dr. Rubini No.4, Pasirkaliki, Pasir Kaliki, Cicendo, Kota Bandung 7
6	Cinnamon Hotel	Jalan Dr. Setiabudhi No. 300, Ledeng, Cidadak, Ledeng, Cidadak, Kota Bandung

Karakteristik Tamu yang Menginap di Hotel Syariah di Kota Bandung

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa Tamu yang menginap di Hotel Syariah di Kota Bandung didominasi oleh Perempuan sebanyak 60% dengan jumlah 91 orang, sisanya 40% laki laki atau 61 orang laki laki (pria). tamu yang menginap di hotel syariah di Kota Bandung berkisar di rentang usia 50.7% dengan usia 1-25 tahun yaitu berjumlah 77 orang. Pekerjaan tamu yang menginap mayoritas adalah pelajar/mahasiswa yang berjumlah 54 orang dengan persentasi 35,5%. Tamu yang pernah menginap di hotel syariah di Kota Bandung memiliki pendapatan yang beragam diantaranya ada yang memiliki pendapatan Rp. 2.500.000-Rp.5.000.000 yang berjumlah 53,3% yaitu berjumlah 81 orang. Tamu yang pernah menginap di hotel syariah di Kota Bandung memiliki frekuensi menginap yang bermacam macam diantaranya 49,3% menginap sebanyak 2 - 4 kali dengan jumlah 75 orang. Tamu hotel yang menginap didominasi dengan tujuan berlibur sebanyak 62,5% yang berjumlah 95 orang dengan durasi tamu selama menginap di hotel syariah di Kota Bandung 50% diantaranya menginap selama 1 malam dengan jumlah 76 orang. Hasil dari survei yaitu 61,8% tamu yang menginap di hotel syariah di Kota Bandung menginap bersama keluarga yang berjumlah 94 orang 48% tamu yang menginap di hotel syariah di Kota Bandung menginap di kamar dengan harga menengah dengan jumlah 73 orang, 42,8% diantaranya menginap di kamar dengan harga standar dengan jumlah 65 orang dan terakhir berjumlah 9,2% tamu yang menginap di kamar dengan harga tinggi dengan jumlah 14 orang.

Preferensi Tamu Menginap di Hotel Syariah di Kota Bandung

Preferensi tamu menginap di Hotel Syariah di Kota Bandung dapat diperoleh melalui survei dengan menggunakan kuesioner. Berikut adalah beberapa indikator preferensi yang dapat digunakan dalam kuesioner tersebut:

Suasana Hotel (*Tangible*):

Berdasarkan data survei kuisioner yang dilakukan terhadap 152 responden, terdapat beberapa temuan terkait preferensi tamu menginap di hotel syariah di Kota Bandung berdasarkan suasana hotel (*tangible*). Berikut hasil dari temuan tersebut:

Tabel 1 Preferensi Tamu Menginap Berdasarkan Suasana Hotel

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		Mean	% Total Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Fasilitas kolam renang (pool) hotel syariah bersih dan nyaman	0	0	2	1,32	12	7,89	80	52,6	58	38,2	152	100	4,28	85,5
2	Konsep bangunan hotel syariah sesuai dengan unsur syariah	0	0	0	0	16	10,5	82	53,9	54	35,5	152	100	4,25	85,0
3	Fasilitas kamar yang disediakan oleh hotel syariah sesuai dengan standar	1	0,66	1	0,66	4	2,63	89	58,5	57	37,5	152	100	4,32	86,3

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2023

Pada Tabel 1, ditemukan data tamu yang memilih preferensi menginap sesuai dengan suasana hotel (*tangible*). Setelah mendapatkan data preferensi berdasarkan suasana hotel yang terdiri dari 3 indikator pertanyaan, dapat disimpulkan bahwa preferensi tamu dalam memilih hotel didasarkan pada suasana (*tangible*) yang paling dominan adalah Fasilitas kamar yang disediakan oleh hotel syariah sesuai dengan standar, yang memperoleh nilai *mean* tertinggi yaitu 4,32 dengan persentasi sebesar 86,3%. Dalam memilih preferensi untuk fasilitas kamar yang disediakan oleh hotel syariah, tamu Hotel Syariah dapat merasa lebih puas dan nyaman selama menginap, karena fasilitas yang disediakan secara konsisten mengikuti prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor suasana hotel (*tangible*) sangat mempengaruhi preferensi tamu untuk memilih hotel syariah di Kota Bandung. Khususnya fasilitas kamar yang memenuhi standar, menjadi pertimbangan utama bagi tamu dalam memilih hotel syariah.

Kehalalan (*Permissible in Islam*):

Dalam preferensi tamu memilih hotel syariah di Kota Bandung, faktor kehalalan memiliki pengaruh yang signifikan. Berikut adalah hasil survei mengenai faktor kehalalan dalam preferensi tamu

Tabel 2 Preferensi Tamu Menginap Berdasarkan Kehalalan

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		Mean	% Total Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Pegawai hotel menutup aurat/ memakai hijab yang sesuai dengan konsep hotel yaitu hotel syariah	1	0,66	0	0	4	2,63	72	47,4	75	49,3	152	100	4,45	88,9
2	Hotel syariah memberikan kepastian akan kehalalan makanan dan minuman yang disediakan	0	0	1	0,66	0	0	69	45,4	82	53,9	152	100	4,53	90,5
3	Musholla yang disediakan hotel memiliki tempat wudhu terpisah antara laki laki dan perempuan	1	0,66	2	1,32	4	2,63	69	45,4	76	50,0	152	100	4,43	88,6

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2023

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa mayoritas tamu memilih hotel berdasarkan “Hotel syariah memberikan kepastian akan kehalalan makanan dan minuman yang disediakan”, dengan

nilai *mean* tertinggi sebesar 4,53 atau persentasi sebesar 90,5%. Hotel-hotel syariah sangat memperhatikan pelayanan makanan dan minuman kepada tamu mereka, karena sertifikasi syariah mengharuskan mereka menyajikan makanan halal dan *tayyib*. Bukti dari hal ini adalah ketiadaan bar dan minuman beralkohol di setiap hotel syariah di Kota Bandung. Beberapa hotel syariah di Kota Bandung bahkan menyambut tamu dengan menyediakan air zam zam sebagai *welcome drink*.

Kualitas Pelayanan (*Quality of Service*)

Kualitas pelayanan (*quality of service*) adalah faktor penting dalam preferensi tamu menginap di hotel syariah di Kota Bandung. Berikut hasil survei mengenai faktor kualitas pelayanan:

Tabel 3 Preferensi Tamu Menginap Berdasarkan Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		Mean	% Total Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Hotel syariah memiliki room service dengan layanan yang baik	0	0	0	0	7	4,61	79	52	66	43,4	152	100	4,39	87,8
2	staff hotel ramah dan sopan saat berurusan dengan tamu	0	0	0	0	3	1,97	77	50,7	72	47,4	152	100	4,45	89,1
3	Staff hotel responsif (cepat tanggap) saat tamu melakukan check in	0	0	1	0,66	6	3,95	80	52,6	65	42,8	152	100	4,38	87,5

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 3 di atas, mayoritas tamu memprioritaskan kualitas pelayanan saat memilih hotel syariah di Kota Bandung. Faktor yang paling berpengaruh dalam preferensi ini adalah sikap ramah dan sopan dari *staff* hotel saat berinteraksi dengan tamu, dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 4,45 atau sebesar 89,1%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik merupakan elemen penting dalam pengalaman menginap di hotel syariah Kota Bandung. Dengan memiliki staf hotel yang ramah dan sopan, hotel menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan bagi tamu. Interaksi positif dengan staf hotel dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan meninggalkan kesan yang baik pada tamu, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas tamu dan reputasi hotel secara keseluruhan

Kepopuleran (*Branding*):

Kepopuleran merupakan faktor penting dalam preferensi tamu memilih hotel syariah di Kota Bandung. Berikut hasil survei mengenai faktor kepopuleran:

Tabel 4 Preferensi Tamu Menginap Berdasarkan Kepopuleran

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		Mean	% Total Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Anda bersedia untuk merekomendasikan Hotel syariah tersebut.	0	0	4	2,63	8	5,26	88	57,9	52	34,2	152	100	4,24	84,7
2	Hotel berlokasi strategis sehingga dapat diakses dengan mudah	1	0,66	0	0	12	7,89	79	51,9	60	39,5	152	100	4,30	85,9
3	Konsep yang dihadirkan oleh hotel memiliki unsur syariah	1	0,66	2	1,32	5	3,29	77	50,7	67	44,1	152	100	4,36	87,2

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2023

Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa mayoritas tamu yang pernah menginap di hotel syariah di Kota Bandung memilih konsep hotel dengan unsur syariah sebagai preferensi utama mereka, dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 4,36 dengan persentase sebesar 87,2%. Hotel syariah menawarkan konsep yang unik dan berbeda dari hotel-hotel lainnya di Kota Bandung. Konsep ini meliputi desain bangunan dan interior yang mengusung konsep syariah sebagai ciri khasnya. Keunikan dan daya tarik konsep syariah ini menjadi alasan utama mengapa tamu tertarik untuk menginap di hotel-hotel syariah di Kota Bandung. Konsep hotel syariah mencerminkan kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah dalam berbagai aspek operasional dan fasilitas yang ditawarkan. Unsur-unsur tersebut dirancang untuk memenuhi kebutuhan tamu yang menginginkan pengalaman menginap yang sesuai dengan nilai-nilai agama dan mematuhi prinsip-prinsip syariah.

Kesesuaian Harga (*Price*)

Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap 152 responden, ditemukan bahwa tamu memilih kesesuaian harga sebagai preferensi utama dalam memilih hotel syariah di Kota Bandung. Kesesuaian harga mengacu pada hubungan antara harga yang ditawarkan oleh hotel dengan nilai atau manfaat yang diberikan kepada tamu.

Berikut hasil survei mengenai faktor kesesuaian harga:

Tabel 5 Preferensi Tamu Menginap Berdasarkan Kesesuaian Harga

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		Mean	% Total Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Harga yang ditawarkan hotel syariah sesuai dengan fasilitas yang tamu peroleh	1	0,66	0	0	3	1,97	88	57,9	60	39,5	152	100	4,36	87,1
2	Harga yang ditawarkan hotel syariah sesuai dengan pelayanan yang di dapatkan	1	0,66	0	0	2	1,32	91	59,9	58	38,2	152	100	4,35	86,9
3	Promo yang ditawarkan oleh hotel syariah sangat menarik	1	0,66	2	1,32	14	9,21	81	53,3	54	35,5	152	100	4,22	84,3

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 5, mayoritas tamu yang pernah menginap di hotel syariah di Kota Bandung memilih harga yang sesuai dengan fasilitas yang mereka dapatkan sebagai preferensi utama, diketahui bahwa nilai *mean* tertinggi sebesar 4,36 dengan persentase sebesar 87,1%. Hotel-hotel syariah di Kota Bandung menyediakan fasilitas unik yaitu sesuai prinsip syariah dengan harga yang ditawarkan, baik itu fasilitas umum maupun fasilitas kamar. Mereka memperhatikan kenyamanan tamu dengan menyediakan fasilitas yang memadai.

3.2. Pembahasan

Pengalaman Tamu Menginap di Hotel Syariah di Kota Bandung

Sensory Experience

Sensory experience adalah pengalaman yang melibatkan panca indera manusia seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, perasaan, dan perasaan rasa. Pengalaman sensorik ini terjadi ketika rangsangan dari lingkungan fisik atau situasi tertentu mempengaruhi indra kita dan memberikan sensasi yang dapat dipersepsikan. Untuk mengetahui pengalaman tamu yang menginap di hotel syariah di Kota Bandung, dilakukan survei dengan membagikan kuisioner kepada 152 responden sehingga didapatkan data sebagai berikut:

Tabel 6 Pengalaman Tamu Menginap Berdasarkan *Sensory Experience*

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		Mean	% Total Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Wewangian yang dimiliki hotel syariah sangat khas sehingga meninggalkan kesan bagi tamu yang menginap	0	0	1	0,66	18	11,8	80	52,6	53	34,9	152	100	4,22	84,3
2	Fasilitas kamar yang disediakan hotel syariah seperti bantal, kasur, selimut memberikan kenyamanan selama menginap	0	0	1	0,66	3	1,97	87	57,2	61	40,1	152	100	4,37	87,4
3	Hotel syariah sangat tenang dan nyaman (tidak ada keributan) sehingga memberikan kesan relax saat menginap	0	0	0	0,00	6	3,95	84	55,3	62	40,8	152	100	4,37	87,4

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 6 di atas, secara keseluruhan tamu yang menginap di hotel syariah di Kota Bandung memilih “Fasilitas kamar yang disediakan hotel syariah seperti bantal, kasur, selimut memberikan kenyamanan selama menginap” dan “Hotel syariah sangat tenang dan nyaman (tidak ada keributan) sehingga memberikan kesan relax saat menginap” dengan nilai *mean* sebesar 4,37 atau sebesar 87,4%. *Sensory experience* adalah pengalaman langsung yang melibatkan kelima panca indera manusia. Suasana hotel yang tenang dan bebas dari polusi suara ditunjang dengan fasilitas kamar yang disediakan saat menginap membuat tamu merasa relax dan nyaman menginap di hotel syariah di Kota Bandung. Beberapa alasan seperti kebijakan Hotel terkait menjaga suasana ketenangan, pengaturan privasi, desain yang menenangkan, dan penghargaan terhadap keamanan menciptakan lingkungan yang tenang dan nyaman di hotel syariah. Ini memberikan kesan relaksasi dan memberikan tamu kesempatan untuk beristirahat dan melepaskan diri dari kehidupan sehari-hari yang sibuk. Hal ini sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Ervina, dkk (2021) yang menyebutkan bahwa Fasilitas kamar yang disediakan hotel seperti juga termasuk ke dalam *Critical Success Factors* (CSFs) pada Hotel Operator Virtual Hotel di Kota Bandung.

Emotional Experience

Emotional experience adalah pengalaman yang melibatkan perasaan dan reaksi emosional seseorang terhadap situasi, peristiwa, atau interaksi tertentu. Ini mencakup cara seseorang merasakan dan menghubungkan diri secara emosional dengan pengalaman yang mereka alami. Dalam rangka mengetahui bagaimana gambaran mengenai *emotional experience* tamu yang menginap di hotel syariah di Kota Bandung, dilakukan survei dengan membagikan kuisioner kepada 152 responden sehingga didapatkan data sebagai berikut:

Tabel 7 Pengalaman Tamu Menginap Berdasarkan *Emotional Experience*

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		Mean	% Total Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Hotel syariah memberikan hadiah (<i>compliment</i>) kepada tamu yang berulang tahun saat melakukan <i>check in</i>	0	0	1	0,66	8	5,26	86	56,6	57	37,5	152	100	4,31	86,2

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		Mean	% Total Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
2	Event yang pernah diselenggarakan di hotel syariah ini mampu memberikan pengalaman tak terlupakan selama menginap	0	0	0	0,00	7	4,61	82	53,9	63	41,5	152	100	4,37	87,4

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 7 di atas, tanggapan keseluruhan responden mayoritas menjawab “Event yang pernah diselenggarakan di hotel syariah ini mampu memberikan pengalaman tak terlupakan selama menginap”, dimana nilai *mean* tertinggi sebesar 4,37 atau sebesar 87,4%. Dengan adanya fasilitas hotel yang baik, pelayanan yang berkualitas, suasana dan lingkungan yang nyaman, makanan dan minuman yang sesuai dengan prinsip syariah, dan fasilitas penunjang lainnya, hotel syariah mampu menciptakan pengalaman tak terlupakan selama menginap dalam acara yang diselenggarakan di dalamnya Hal ini memberikan pengalaman emosional yang menyenangkan bagi tamu.

Social Experience

Social experience adalah pengalaman yang melibatkan interaksi dan hubungan sosial antara individu dengan orang lain atau kelompok orang. Ini mencakup komunikasi, interaksi, dan partisipasi dalam aktivitas sosial bersama. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, mengenai pengalaman tamu yang berdasarkan *Sosial Experience* dapat diketahui yaitu:

Tabel 8 Pengalaman Tamu Menginap Berdasarkan Sosial Experience

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		Mean	% Total Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Menyajikan makanan atau minuman yang memperhatikan citarasa dan kepuasan tamu	2	1,32	6	3,95	18	11,8	79	51,9	47	30,9	152	100	4,07	81,5
2	Pelayanan yang diberikan berhasil menciptakan kenyamanan dan suasana yang santai saat menginap	1	0,66	1	0,66	18	11,8	82	53,9	50	32,9	152	100	4,18	83,6

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 8 di atas, diketahui nilai *mean* tertinggi yaitu 4,18 atau sebesar 83,6%, responden memilih Pelayanan yang diberikan berhasil menciptakan kenyamanan dan suasana yang santai saat menginap sebagai pengalaman sosial yang mereka alami di hotel syariah di Kota Bandung. Interaksi dengan staf dan tamu lainnya menjadi faktor utama yang mempengaruhi pengalaman sosial mereka. Pelayanan yang baik memberikan pengalaman sosial yang positif bagi tamu yang menginap di hotel tersebut.

Pengalaman Tamu Berdasarkan Preferensi Menginap di Hotel Syariah di Kota Bandung

Pada bagian ini penulis ingin menjabarkan kondisi Pengalaman Tamu Berdasarkan Preferensi Suasana Hotel, kehalalan, kualitas pelayanan, kepopuleran, dan kesesuaian harga di Hotel Syariah di Kota Bandung. Secara lengkap dibahas berikut ini:

Tabel 9. Pengalaman Tamu Berdasarkan Preferensi Menginap di Hotel Syariah di Kota Bandung

Preferensi	Sensory Experience (%)	Emotional Experience (%)	Social Experience (%)
------------	------------------------	--------------------------	-----------------------

Suasana Hotel	66,7	80,4	74,5
Kehalalan	60,5	73,7	64,5
Kualitas Pelayanan	68,7	80,6	67,2
Kepopuleran	69,1	83,6	76,4
Kesesuaian Harga	71,7	86,8	73,6

Berdasarkan Tabel 9, maka dapat diketahui Pengalaman Tamu Berdasarkan Preferensi Menginap di Hotel Syariah di Kota Bandung didominasi oleh *Emotional Experience*. *Emotional experience* adalah pengalaman yang melibatkan perasaan dan reaksi emosional seseorang terhadap situasi, peristiwa, atau interaksi tertentu. Hal ini berarti menunjukkan cara seseorang merasakan dan menghubungkan diri secara emosional dengan pengalaman menginap di Hotel Syariah di Kota Bandung.

Pengalaman Tamu Berdasarkan Preferensi Suasana Hotel

Pada Tabel 9, dapat diketahui bahwa pengalaman tamu berdasarkan preferensi suasana hotel didominasi oleh *emotional experience*, dengan nilai 80,4%. *Emotional experience* adalah pengalaman yang melibatkan perasaan dan reaksi emosional seseorang terhadap situasi, peristiwa, atau interaksi tertentu. Ini mencakup cara seseorang merasakan dan menghubungkan diri secara emosional dengan pengalaman yang mereka alami. Dalam memilih preferensi untuk fasilitas kamar yang disediakan oleh hotel syariah, tamu Hotel Syariah dapat merasa lebih puas dan nyaman selama menginap, karena fasilitas yang disediakan secara konsisten mengikuti prinsip-prinsip syariah salah satunya suasana hotel yang mencerminkan prinsip syariah. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor suasana hotel (*tangible*) sangat mempengaruhi preferensi tamu untuk memilih hotel syariah di Kota Bandung. Pengalaman tamu berdasarkan *sensory experience* yang dialami oleh tamu didasari oleh suasana hotel yang tenang dan tidak ada keributan yang menciptakan suasana relax dan nyaman, dilanjutkan dengan *emotional experience* tamu yang merasa senang terhadap compliment yang diberikan ketika mereka check in bertepatan dengan ulang tahun dan terakhir *social experience* yang di alami oleh tamu yang menginap merasakan pelayanan yang diberikan menciptakan suasana yang santai saat menginap.

Berdasarkan hasil uji Chi Square memiliki nilai signifikansi yaitu sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengalaman tamu memiliki hubungan yang signifikan terhadap preferensi suasana hotel. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Huda (2017) yang menyebutkan bahwa tamu hotel memilih menginap di Hotel Syariah karena memprioritaskan suasana hotel syariah tersebut.

Pengalaman Tamu Berdasarkan Preferensi Kehalalan

Pada Tabel 9, dapat diketahui bahwa pengalaman tamu berdasarkan preferensi kehalalan didominasi oleh *emotional experience*, dengan nilai 73,7%. Berdasarkan hasil uji *Chi Square* memiliki nilai signifikansi yaitu sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengalaman tamu memiliki hubungan yang signifikan terhadap preferensi kehalalan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Martiasari dan Hendratmi, (2022) yang menyebutkan bahwa tamu hotel memilih menginap di Hotel Syariah karena memprioritaskan kehalalan makanan di hotel tersebut.

Pengalaman Tamu Berdasarkan Preferensi Kualitas Pelayanan

Pada Tabel 9, dapat diketahui bahwa pengalaman tamu berdasarkan preferensi kualitas pelayanan didominasi oleh *emotional experience*, dengan nilai 80,6%. Berdasarkan hasil uji *Chi Square* memiliki nilai signifikansi yaitu sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengalaman memiliki hubungan yang signifikan terhadap preferensi kualitas pelayanan hotel.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prianto dan Wulansari, (2021) yang menyebutkan bahwa tamu hotel memilih menginap di hotel karena memprioritaskan kualitas pelayanan di hotel tersebut.

Pengalaman Tamu Berdasarkan Preferensi Kepopuleran

Pada Tabel 9, dapat diketahui bahwa pengalaman tamu berdasarkan preferensi kepopuleran didominasi oleh *emotional experience*, dengan nilai 86,8%. Berdasarkan hasil uji *Chi Square* memiliki nilai signifikansi yaitu sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengalaman memiliki hubungan yang signifikan terhadap preferensi kepopuleran hotel.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Atan, (2021) yang menyebutkan bahwa tamu hotel memilih menginap di hotel karena memprioritaskan kepopuleran (*Brand Image*) di hotel tersebut.

Pengalaman Tamu Berdasarkan Preferensi Kesesuaian Harga

Pada Tabel 9, dapat diketahui bahwa pengalaman tamu berdasarkan preferensi kesesuaian harga didominasi oleh *emotional experience*, dengan nilai 86,8%. Berdasarkan hasil uji *Chi Square* memiliki nilai signifikansi yaitu sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengalaman memiliki hubungan yang signifikan terhadap preferensi kesesuaian harga hotel.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Katemung dkk, (2018) yang menyebutkan bahwa tamu hotel memilih menginap di hotel karena memprioritaskan harga hotel tersebut.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa dimensi kehalalan merupakan dimensi yang paling dominan diantara dimensi lainnya pada variabel Preferensi tamu yang menginap di Hotel Syariah di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Tamu memilih menginap di Hotel Syariah di Kota Bandung berdasarkan preferensi kehalalan. Sedangkan dimensi *emotional experience* merupakan dimensi yang paling dominan pada variabel pengalaman tamu. Hal ini menandakan bahwa mayoritas Pengalaman tamu menginap berdasarkan *emotional experience*. Berdasarkan hasil uji *chi-square* didapatkan hasil bahwa pengalaman tamu memiliki hubungan yang signifikan terhadap preferensi menginap di Hotel Syariah di Kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F., Abdurahman, A. A., & Hamali, J. (2011). Managing customer preference for the foodservice industry. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 2(6), 525-533.
- Agustiani, V., Sumarsih, U., & Ervina, E. (2018). Tourist Experience Pada Tiga Lokasi Wisata Edukasi Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(3), 2367–2373.

https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/144945/jurnal_eproc/tourist-experience-pada-tiga-lokasi-wisata-edukasi-di-kota-bandung-studi-kasus-pada-museum-geologi-kebun-binatang-bandung-dan-bandung-science-center-.pdf

- Atan, R. N. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Serta Word of Mouth Terhadap Keputusan Menginap pada Swiss-Belhotel Borneo di Samarinda. *EJournal Administrasi Bisnis*, 9(2), 128–135. <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/download/5273/pdf>
- Basmallah, Anwar. (2011). Hadirnya Kemasan Syariah dalam Bisnis Perhotelan di Tanah Air. *Binus Bussines Review* Vol. 2 No. 2, November 2011.
- Essa, S. P., Rahmi, D., & Riani, W. (2019). Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Wisatawan dalam Memilih Hotel Syariah di Kota Bandung. *Prosiding Ilmu Ekonomi*, 5. Bandung. Retrieved from <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/15032/pdf>.
- Ervina, E., Indra, D., & Taufiq, R. (2021). Critical Success Factors (CSFs) on Virtual Hotel Operators in Bandung City. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 704(1), 012012. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/704/1/012012>
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, et al. (2010). *Multivariate Data Analysis* Seventh Edition. Pearson Prentice Hall.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2015. Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. Edisi 1-10. Jakarta: Rajawali Pers.
- Huda, N., Zulihar, Z., & Rini, N. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Muslim Memilih Hotel Syariah. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 2(4), 490–511. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i4.4033>
- Ismayanti. 2010 pengantar pariwisata . grasindo: Jakarta
- Katemung, L. T. S., Kojo, C., & Rumokoy, F. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Genio Manado. *Jurnal EMBA*, 6(2), 978–987. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/download/20023/20295>
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin Molan: PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. PT. Prehallindo, Jakarta.

- Mappiare, A. (2008). *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*. Surabaya: Usana Offsetprinting
- Martiasari, L. D., & Hendratmi, A. (2022). Menilai Halal Awareness dan Lifestyle Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(4), 523–533. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp523-533>
- Meyer and Schwager, (2007). Experiences are created during the experience journey that incorporates several touchpoints along with the actors' contact with a firm.
- Morissan. (2007). *Periklanan : komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Prenadamedia
- Nasermoadeli, A., Ling, K., & Maghnati, F. (2013). Evaluating the Impacts of Customer Experience on Purchase Intention. *International Journal of Business and Management*, 8(6). doi:<https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n6p128>
- Prianto, J., & Wulansari, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap Tamu di Hotel Kristal Jakarta. *Jurnal Ilmiah Feasible: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, 3(1), 31–40. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JFB/article/view/8719>
- Rahardi, N., & Wiliasih, R. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP HOTEL SYARIAH. *Jurnal Syarikah*, 2(1). doi:<https://doi.org/10.30997/jsei.v2i1.293>
- Schiffman, LG, & Kanuk, LL. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition*. New Jersey (US): Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Simamora, Bilson. (2013). *Paduan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Utama.
- Sofyan, R. (2012). *Prospek bisnis pariwisata syariah*. Jakarta: Republika
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Walter, U., Edvardsson, B., & Öström, Å. (2010). Drivers of customers' service experiences: a study in the restaurant industry. *Managing Service Quality: An International Journal*, 20(3), 236-258. doi:<https://doi.org/10.1108/09604521011041961>
- Widyarini. (2013). Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta. *EKBISI, Jurnal Ilmiah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga*, 8(1), 1-12. Retrieved from <https://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/Ekbisi/article/view/341/318>