



Persepsi Konsumen terhadap Fasilitas Makanan Minuman dan Operasional Hotel Syariah di Jabodetabek

Novita Anggraeni¹, Muhlis^{2*}, Mujito³

¹⁻³ Institut Teknologi dan Bisnis Dewartara, Indonesia

*Penulis Korespondensi: mmuhlis2013@gmail.com

Abstract. Halal tourism has continued to grow as a highly attractive segment for Muslim travelers, particularly in the provision of Sharia-compliant accommodation such as Islamic hotels. This study aims to examine consumer perceptions of halal food-and-beverage facilities and Sharia-based operational standards in Islamic hotels across the Greater Jakarta area (Jabodetabek). A descriptive quantitative approach was employed, involving 150 respondents who had stayed in Sharia hotels. Data were collected through closed-ended Likert-scale questionnaires and analyzed using the Weighted Mean Score (WMS) technique to evaluate respondents' assessments of each indicator. The results indicate that consumer perception of halal food-and-beverage facilities falls into the very high category, with average scores exceeding 4.838. Consumers acknowledged that Sharia hotels maintain halal assurance, hygiene, and food safety through proper processing and the availability of halal certification. Regarding operational aspects, consumer perception is also classified as very good, with an average score of 4.606, particularly for policies prohibiting unmarried couples from sharing a room and banning entertainment deemed inappropriate or immoral. However, the use of Sharia-compliant financial institutions still requires improvement. Overall, the findings affirm that Sharia hotels in Jabodetabek have successfully implemented most Sharia principles, although further enhancement of internal operational practices is needed to achieve more comprehensive Sharia compliance.

Keywords: Consumer Perceptions; Halal Food and Beverage Facilities; Halal Tourism; Sharia-Based Operations; Sharia-Compliant Hotels.

Abstrak. Pariwisata halal terus berkembang sebagai salah satu segmen yang memiliki daya tarik kuat bagi wisatawan Muslim, termasuk dalam penyediaan akomodasi berupa hotel syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap fasilitas makanan-minuman halal serta operasional hotel syariah di wilayah Jabodetabek. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan melibatkan 150 responden yang pernah menginap di hotel syariah. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berbasis skala Likert dan dianalisis dengan teknik Weighted Mean Score (WMS) untuk menilai tingkat apresiasi responden terhadap masing-masing indikator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap fasilitas makanan-minuman halal berada pada kategori sangat tinggi, dengan skor rata-rata di atas 4,838. Konsumen menilai hotel syariah telah menjaga kehalalan, kebersihan, serta keamanan pangan melalui proses pengolahan yang sesuai syariat dan ketersediaan sertifikasi halal. Pada aspek operasional, persepsi konsumen juga berada pada kategori sangat baik dengan skor rata-rata 4,606, terutama terkait kebijakan larangan pasangan belum menikah menginap sekamar dan larangan hiburan bermuatan maksiat. Namun, penggunaan lembaga keuangan syariah masih perlu ditingkatkan. Temuan ini menegaskan bahwa hotel syariah di Jabodetabek telah menerapkan sebagian besar prinsip syariah dengan baik, meskipun masih diperlukan penguatan pada aspek operasional internal agar kepatuhan syariah lebih komprehensif.

Kata Kunci: Fasilitas Makanan-Minuman Halal; Hotel Syariah; Operasional Berbasis Syariah; Pariwisata Halal; Persepsi Konsumen.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Sektor ini berkontribusi secara signifikan melalui peningkatan devisa negara, penciptaan lapangan kerja, penguatan ekonomi kreatif, serta percepatan pembangunan infrastruktur di berbagai daerah (BPS, 2022). Dalam satu dekade terakhir, pariwisata tidak hanya berkembang dari sisi kuantitas kunjungan, tetapi juga mengalami transformasi bentuk layanan yang semakin dipengaruhi oleh nilai dan preferensi

wisatawan. Salah satu bentuk perkembangan yang menonjol adalah meningkatnya minat terhadap pariwisata halal, sebuah segmen wisata yang menyediakan layanan selaras dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

Perkembangan pariwisata halal tidak terlepas dari dinamika global yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah wisatawan Muslim. Laporan Global Muslim Travel Index (GMTI) 2022 menempatkan Indonesia pada peringkat kedua sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia, setelah Malaysia. Posisi ini mencerminkan keunggulan Indonesia baik dari sisi potensi budaya, demografi, maupun komitmen pemerintah dalam mengembangkan ekosistem wisata halal yang ramah terhadap kebutuhan spiritual wisatawan Muslim. Peringkat tersebut juga menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya tarik unik, mulai dari kekayaan kuliner halal, fasilitas ibadah yang memadai, hingga keberadaan hotel-hotel syariah yang semakin berkembang di berbagai kota besar.

Dalam konteks kebutuhan wisatawan Muslim, keberadaan hotel syariah merupakan elemen penting yang menjadi salah satu indikator kesiapan suatu destinasi wisata halal. Hotel syariah tidak hanya berfungsi sebagai sarana akomodasi, tetapi juga menjadi ruang yang harus mampu memberikan kenyamanan spiritual, keamanan, serta kepastian bahwa seluruh layanan operasional selaras dengan prinsip Islam. Prinsip operasional hotel syariah telah diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 108/2016 yang mengatur berbagai aspek mulai dari penyediaan makanan dan minuman halal, kebijakan pelayanan tamu, kebersihan, standar etika hiburan, hingga penggunaan jasa lembaga keuangan syariah.

Dari berbagai aspek tersebut, fasilitas makanan–minuman halal merupakan salah satu pilar utama dalam hotel syariah karena makanan merupakan kebutuhan yang bersifat terus-menerus dan sangat sensitif terhadap unsur kehalalan. Wisatawan Muslim tidak hanya membutuhkan makanan yang terbebas dari unsur haram, tetapi juga membutuhkan kepastian bahwa proses pengolahan dilakukan secara benar, higienis, tidak terkontaminasi bahan tidak halal, dan mengikuti standar sertifikasi MUI. Berbagai penelitian sebelumnya menegaskan pentingnya makanan halal sebagai identitas budaya dan kebutuhan dasar wisatawan Muslim (Wright & Annes, 2013; Samori & Sabtu; Zailani et al., 2019). Bahkan, dalam beberapa penelitian ditemukan bahwa makanan halal menjadi faktor penentu kepuasan dan keputusan untuk kembali menginap.

Aspek operasional hotel berbasis syariah juga memiliki peran penting dalam membedakan hotel syariah dengan hotel konvensional. Operasional hotel syariah mencakup berbagai unsur seperti larangan akses pornografi, pengendalian konten hiburan yang berbau maksiat, penerapan standar pakaian karyawan yang sopan sesuai syariah, kebijakan larangan

pasangan yang belum menikah menginap sekamar, hingga penggunaan jasa perbankan syariah dalam setiap transaksi. Keberhasilan sebuah hotel dalam menerapkan operasional syariah secara konsisten akan meningkatkan tingkat kepercayaan dan kepuasan tamu Muslim. Sebaliknya, kekurangan dalam aspek operasional dapat menurunkan kredibilitas hotel sebagai akomodasi yang benar-benar mematuhi syariah.

Jabodetabek sebagai pusat pergerakan ekonomi, bisnis, dan industri menjadi kawasan dengan tingkat permintaan hotel syariah yang terus meningkat. Banyaknya kegiatan bisnis, seminar, perjalanan dinas, dan wisata religius menjadikan wilayah ini sebagai pasar potensial bagi hotel syariah. Kehadiran beragam hotel syariah di Jabodetabek memberikan pilihan alternatif bagi wisatawan Muslim yang menginginkan akomodasi yang sesuai syariah. Namun, perkembangan ini juga menimbulkan tantangan kompetitif antar-hotel, sehingga kualitas layanan, terutama dalam hal makanan–minuman halal dan operasional berbasis syariah, menjadi aspek yang sangat penting untuk dievaluasi melalui persepsi konsumen.

Persepsi konsumen memiliki peran penting dalam menentukan keberlanjutan dan daya saing hotel syariah. Melalui persepsi, konsumen menilai apakah sebuah hotel benar-benar mampu menyediakan layanan sesuai ekspektasi mereka. Penelitian tentang persepsi konsumen menjadi relevan karena dapat memberikan gambaran apakah fasilitas dan operasional hotel syariah telah diterapkan secara optimal. Selain itu, pemahaman mengenai persepsi ini dapat membantu pengelola hotel dalam mengidentifikasi kelemahan, memperbaiki standar layanan, serta meningkatkan kualitas pengalaman tamu.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini secara khusus bertujuan untuk menilai persepsi konsumen terhadap fasilitas makanan–minuman halal dan operasional syariah pada hotel syariah di wilayah Jabodetabek. Kajian ini menjadi penting tidak hanya untuk memperkaya literatur mengenai hotel syariah di Indonesia, tetapi juga memberikan masukan praktis bagi pengelola hotel syariah dalam meningkatkan kualitas pelayanan sesuai tuntutan wisatawan Muslim yang terus berkembang.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan bantuan data angka untuk menggambarkan persepsi konsumen terhadap fasilitas makanan–minuman halal dan operasional hotel syariah di Jabodetabek. Pendekatan ini dipilih karena mampu menyajikan data secara objektif melalui angka dan memberikan gambaran nyata mengenai penilaian responden berdasarkan pengalaman mereka. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner

tertutup yang disusun menggunakan skala Likert 1–5, yang memungkinkan responden memberikan tingkat persetujuan secara berjenjang terhadap setiap pernyataan.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 150 orang, dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu responden yang pernah menginap minimal satu kali di hotel syariah di wilayah Jabodetabek. Teknik ini dipilih untuk memastikan bahwa responden benar-benar memiliki pengalaman langsung sehingga jawaban yang diberikan relevan dengan kondisi nyata hotel syariah.

Indikator penelitian mencakup dua aspek utama, yaitu fasilitas makanan–minuman halal dan operasional hotel syariah. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik Weighted Mean Score (WMS) untuk mengetahui rata-rata penilaian responden secara tertimbang. Hasil WMS kemudian diinterpretasikan dalam kategori sangat baik hingga sangat kurang. Metode ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi indikator yang paling dihargai konsumen sekaligus aspek yang masih perlu ditingkatkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap fasilitas makanan–minuman halal di hotel syariah wilayah Jabodetabek berada pada kategori sangat tinggi berdasarkan hasil penghitungan Weighted Mean Score (WMS) yang konsisten berada di atas angka 4,838 untuk seluruh indikator. Tingginya skor tersebut menunjukkan bahwa konsumen memiliki tingkat kepercayaan yang kuat terhadap komitmen hotel syariah dalam menyediakan makanan dan minuman yang sepenuhnya sesuai dengan prinsip halal. Persepsi positif ini tercermin dari apresiasi responden terhadap beberapa aspek.

Tabel 1. Hasil persepsi konsumen terhadap fasilitas makanan dan minuman di hotel syariah Jabodetabek.

No	Indikator	SS	S	CS	TS	STS	Jumlah	Mean
1	Hotel menyediakan makanan atau minuman tidak mengandung babi	139	11	0	0	0	739	4,927
2	Hotel menyediakan makanan dari hewan yang disembelih dengan membaca "Bismillahirrohmanirrohim"	119	26	5	0	0	714	4,760
3	Hotel tidak menyediakan makanan yang mengandung bahan-bahan yang diharamkan (seperti: bahan yang berasal dari darah, organ manusia, kotoran-kotoran, dsb)	133	13	4	0	0	729	4,860
4	Tempat penyimpanan, pengolahan dan transportasi makanan yang disediakan Hotel tidak digunakan atau digabungkan dengan babi	130	18	2	0	0	728	4,853
5	Hotel tidak menyediakan makanan dan minuman yang mengandung khamar	122	25	3	0	0	719	4,793

Pertama, ketersediaan makanan yang bebas dari unsur babi dan turunannya merupakan indikator yang mendapat nilai tertinggi. Konsumen menilai bahwa hotel syariah telah berhasil menjaga integritas kehalalan bahan baku makanan secara konsisten. Kedua, aspek kebersihan dalam proses pengolahan makanan dan minuman juga dinilai sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya mengaitkan kehalalan dengan bahan baku, tetapi juga dengan kebersihan, keamanan pangan, dan tata kelola dapur yang sesuai syariat. Ketiga, responden memberikan penilaian tinggi terhadap upaya hotel mencegah kontaminasi silang dengan bahan haram melalui pemisahan peralatan dapur, zona penyimpanan, dan alur pengolahan makanan. Keempat, keberadaan sertifikasi halal dari lembaga resmi seperti MUI meningkatkan kepercayaan konsumen secara signifikan. Sertifikasi ini memberikan legitimasi formal bahwa seluruh rangkaian penyajian makanan dan minuman telah memenuhi standar halal yang dapat dipertanggungjawabkan.

Secara akademik, temuan ini menguatkan literatur sebelumnya yang menyatakan bahwa makanan halal merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas wisatawan Muslim (Henderson, 2016; Iranmanesh et al., 2019). Persepsi positif yang sangat tinggi terhadap fasilitas makanan–minuman halal menunjukkan bahwa hotel syariah telah berhasil memenuhi dimensi halal assurance, yaitu jaminan kehalalan yang tidak hanya meliputi bahan pangan tetapi mencakup proses, peralatan, dan sertifikasi. Temuan ini juga memperlihatkan bahwa dimensi functional quality dalam layanan hotel syariah, khususnya terkait kualitas makanan, telah diterapkan secara efektif dan memberikan pengalaman konsumsi yang selaras dengan ekspektasi syariah tamu Muslim.

Tabel 1. Hasil persepsi konsumen terhadap aspek operasional di hotel syariah Jabodetabek

No	Indikator	SS	S	CS	TS	STS	Jumlah	Mean
1	Staf hotel menggunakan pakaian yang sesuai dengan Syariah	112	32	5	1	0	705	4,700
2	Staf hotel menyapa dengan Salam	114	30	5	1	0	707	4,713
3	Hotel memiliki peraturan yang melarang pasangan belum menikah menginap dalam satu kamar	125	23	1	1	0	722	4,813
4	Hotel menggunakan jasa keuangan syariah untuk melakukan transaksi Pembayaran	97	23	14	4	3	630	4,200

Pada aspek operasional berbasis syariah, penelitian ini juga menemukan bahwa konsumen memberikan penilaian positif dengan rata-rata skor WMS sebesar 4,606. Indikator yang mendapat apresiasi tertinggi adalah kebijakan larangan pasangan yang belum menikah menginap dalam satu kamar. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menilai hotel syariah tidak hanya menyediakan fasilitas fisik yang sesuai syariat, tetapi juga menegakkan nilai-nilai moral

Islam dalam interaksi dan pelayanan. Kebijakan ini pada dasarnya tidak hanya berkaitan dengan aspek hukum syariah, tetapi juga mencerminkan upaya hotel menjaga suasana lingkungan yang etis dan kondusif bagi tamu Muslim. Selanjutnya, larangan terhadap seluruh bentuk hiburan yang bermuatan maksiat, pornografi, atau unsur yang bertentangan dengan nilai Islam juga mendapat penilaian sangat baik dari responden. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen mengapresiasi jaminan hotel dalam menjaga atmosfer spiritual yang aman dan bebas dari konten negatif.

Indikator lain yang mendapatkan penilaian tinggi adalah penerapan pakaian kerja karyawan yang sesuai syariah. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan hotel menjadi representasi langsung dari identitas hotel syariah. Oleh karena itu, kesesuaian pakaian karyawan bukan hanya dipandang sebagai bentuk kepatuhan terhadap syariat, tetapi juga sebagai cerminan profesionalisme, etika kerja, dan penciptaan suasana Islami di lingkungan hotel. Di samping itu, keberadaan Standar Operasional Prosedur (SOP) berbasis syariah menjadi indikator lain yang dinilai baik oleh responden. Penerapan SOP syariah menunjukkan bahwa hotel memiliki pedoman kerja yang terstruktur dan konsisten dalam menjaga kualitas layanan sesuai standar yang ditetapkan DSN-MUI.

Namun demikian, salah satu temuan penting yang perlu mendapat perhatian adalah bahwa penggunaan lembaga keuangan syariah dalam sistem transaksi hotel merupakan indikator dengan nilai terendah, meskipun masih berada pada kategori baik. Temuan ini mengimplikasikan bahwa belum semua hotel syariah menerapkan prinsip syariah secara menyeluruh pada aspek keuangan. Padahal, berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 108/2016, penggunaan jasa keuangan syariah merupakan salah satu elemen wajib dalam penyelenggaraan hotel syariah. Rendahnya penilaian ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, di antaranya ketersediaan lembaga keuangan syariah di lokasi tertentu, kurangnya sosialisasi kepada tamu mengenai penerapan transaksi syariah, atau belum adanya integrasi sistem pembayaran berbasis syariah di hotel tertentu. Dalam konteks akademik, temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara syariah compliance in practice dan syariah compliance in principle. Dengan demikian, perlu ada penguatan pada aspek keuangan agar implementasi syariah hotel tidak hanya bersifat simbolik atau parsial tetapi benar-benar holistik.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa hotel syariah di Jabodetabek telah berhasil menerapkan sebagian besar standar layanan syariah dengan baik. Persepsi konsumen yang sangat tinggi pada variabel makanan–minuman halal dan operasional syariah menunjukkan bahwa hotel syariah mampu menghadirkan pengalaman menginap yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik tetapi juga memenuhi kebutuhan spiritual dan moral

tamu Muslim. Namun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi adanya ruang perbaikan dalam hal implementasi sistem keuangan syariah dan konsistensi penerapan SOP syariah secara menyeluruh. Penguatan kedua aspek tersebut sangat penting untuk memperkuat identitas hotel syariah, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperkokoh posisi hotel syariah sebagai bagian integral dari pertumbuhan pariwisata halal di Indonesia.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hotel syariah di wilayah Jabodetabek telah mampu memenuhi ekspektasi konsumen terutama dalam aspek penyediaan fasilitas makanan–minuman halal dan penerapan standar operasional berbasis syariah. Skor rata-rata yang sangat tinggi pada variabel makanan–minuman menunjukkan bahwa konsumen memiliki tingkat kepercayaan yang kuat terhadap integritas kehalalan makanan yang disajikan, mulai dari bahan baku, proses pengolahan, kebersihan dapur, hingga keberadaan sertifikasi halal. Sementara itu, tanggapan positif terhadap operasional hotel syariah menunjukkan bahwa hotel telah berhasil menciptakan lingkungan pelayanan yang sesuai dengan prinsip syariah, terutama melalui kebijakan larangan pasangan yang belum menikah menginap sekamar, pakaian karyawan yang sopan, serta tidak tersedianya hiburan yang mengarah pada maksiat. Meski begitu, penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa penggunaan lembaga keuangan syariah dalam transaksi hotel masih belum optimal, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan dalam implementasi syariah secara menyeluruh. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hotel syariah di Jabodetabek telah menerapkan sebagian besar prinsip syariah dengan baik, namun masih memerlukan penguatan pada dimensi-dimensi tertentu agar dapat mencapai kepatuhan syariah yang lebih komprehensif.

Berdasarkan temuan tersebut, beberapa saran dapat diajukan untuk meningkatkan kualitas layanan hotel syariah. Pertama, pengelola hotel perlu memperkuat implementasi transaksi keuangan berbasis syariah melalui kerja sama yang lebih intensif dengan lembaga keuangan syariah, sehingga seluruh aspek operasional, baik yang bersifat internal maupun eksternal, memenuhi ketentuan DSN-MUI. Kedua, diperlukan audit internal syariah secara berkala untuk memastikan bahwa SOP berbasis syariah benar-benar diterapkan secara konsisten oleh seluruh karyawan, terutama pada aspek pelayanan langsung kepada tamu. Ketiga, pelatihan rutin bagi karyawan terkait etika pelayanan syariah dan pemahaman prinsip-prinsip halal perlu ditingkatkan agar kualitas interaksi dengan tamu semakin sesuai dengan identitas hotel syariah. Keempat, hotel perlu memperkuat strategi komunikasi kepada tamu dengan menjelaskan proses kehalalan makanan, kebijakan syariah yang berlaku, serta nilai-

nilai yang menjadi dasar operasional hotel. Komunikasi yang jelas akan meningkatkan transparansi, rasa aman, serta kepercayaan konsumen terhadap hotel. Dengan berbagai langkah tersebut, hotel syariah diharapkan tidak hanya mampu menjaga kepatuhan syariah, tetapi juga meningkatkan daya saing dalam industri pariwisata halal yang semakin berkembang di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qaradawi, Y. (1999). *The lawful and the prohibited in Islam*. Al-Falah Foundation.

Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik wisatawan mancanegara dan domestik Indonesia 2020–2021*. Badan Pusat Statistik.

Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2016). *Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah*. DSN-MUI.

El-Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really halal? *Tourism Management Perspectives*, 19, 124–130. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.013>

Henderson, J. C. (2010). Sharia-compliant hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 10(3), 246–254. <https://doi.org/10.1057/thr.2010.3>

Henderson, J. C. (2016). Halal food, certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives*, 19, 160–164. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.006>

Iranmanesh, M., Moghavvemi, S., Zailani, S., & Hyun, S. S. (2019). The role of halal food availability in destination competitiveness: Muslim travelers' perspectives. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 10–25. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2017-0149>

Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Pearson Education Limited.

Razalli, M. R., Abdullah, S., & Hassan, M. G. (2012). Developing a model for Islamic hotels: Evaluating opportunities and challenges. *International Journal of Business and Management Studies*, 4(2), 25–37.

Samori, Z., & Sabtu, N. (2014). Developing halal standard for Malaysian hotel industry: An exploratory study. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 121, 144–157. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1128>

Sobari, N., Nugroho, A., & Nugrahani, D. (2017). Sharia compliance and consumer trust in Islamic hotel. *Journal of Islamic Marketing*, 8(3), 387–402. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2015-0085>

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sulaiman, N., Hasan, H., & Rahman, F. (2021). Facility and design attributes of sharia-compliant hotels: Influence on Muslim tourists' perception. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 9(1), 12–24. <https://doi.org/10.17265/2328-2169/2021.01.002>

Wright, W., & Annes, A. (2013). Halal tourism, cultural identity and globalization. *Journal of Cultural Geography*, 30(3), 1–20. <https://doi.org/10.1080/08873631.2013.802583>

Yousaf, S., & Xiucheng, F. (2018). Halal food: A gateway to the contemporary Muslim consumer. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 1–20. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2016-0095>

Zailani, S., Iranmanesh, M., Aziz, A. A., & Kanapathy, K. (2019). Halal logistics: Practices and performance. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 1–15. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0068>