

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Penjelasan Singkat Hotel Abbas Syariah Kudus

Peminat wisata di Kudus sekarang sudah mulai bertambah seiring banyak sekali tempat wisata yang di bangun di Kudus. Oleh sebab itu membuat Hotel dan penginapan menjamur di kota kretek tersebut. Contohnya saja **Hotel Abbas di Kota Kudus** ini. **Hotel Abbas** adalah salah satu **Hotel murah** yang sering di pakai peziarah ke makam Sunan Kudus. Hotel ini berjarak sekitar 1 km dari Masjid Aqso Menara Kudus. Kawasan hotel pun sangat ramai karena berdekatan dengan Parkir Bus Sunan Kudus.

Pengunjung selain berziarah di Makam Sunan Kudus, banyak juga yang memang memilih Hotel ini sebagai tempat persinggahan untuk wisata di kudus. Banyak sekali destinasi wisata di Kudus yang bisa di Kunjungi seperti Kawasan GOR Kudus, Taman Krida, The Peak View Waterboom, Museum Kretek Kudus, Desa Wisata Colo, Air Terjun Montel, Gunung Muria, Desa Wisata Rahtawu dan masih banyak lagi.

Tarif Hotel Abbas sangatlah terjangkau yaitu mulai dari Rp 350.000/malam sampai Rp 500.000/malam. Suasana warga sekitar adalah religious, karena berdekatan dengan makam Sunan Kudus. Biasanya yang bermalam di sini adalah keluarga dan rombongan. Fasilitas Hotel Abbas terbilang cukup. Ada Full Wifi yang bisa kita gunakan. Kamar Full AC, Parkir luas dan 24 jam layanan dari Hotel.

Hotel ini jarang sepi pengunjung. Sebab posisinya yang penting serta harga yang terjangkau. Untuk pemesanan online juga bisa demi mengamankan bookingan kamu. **Lokasi Hotel** ini yang mudah di jangkau membuat hotel Abbas menjadi priority untuk menginap. Hotel ini mendapat nilai 7.5 di mata costumer. Untuk bisa merasakan pelayanan di Hotel Abbas Kudus, silahkan booking sekarang juga.¹

¹ Hasil Dokumentasi Penjelasan Singkat Hottel Abbas Syariah Kudus, pada Hari Senin 28 Maret 2022.

2. Letak Hotel Abbas Syariah Kudus

Letak Hotel Abbas Syariah Kudus berada di lokasi strategis, dekat dengan Pasar Jember (1,3 km), Ramayana Simpang Tujuh (2,3 km), Museum Kretek (4,5 km), Kolam Renang Bambu Tirta (900 m), Taman Bunga Celosia (3) (9 km), dan Jank Jank Wings Cafe (1,3 km), Kamu bisa mengakses Penginapan Abbas Syariah dengan bermacam opsi pemindahan biasa semacam bis, taksi, serta pemindahan onlineterletak di Jl. KHR Asnawi No.41, Gendang Sewu, Bakalankrapyak, Kec. Kaliwungu, Jawa Tengah, Kudus, Indonesia.²

3. Fasilitas Hotel Abbas Syariah Kudus

Adapun fasilitas hotel yang dimiliki oleh Hotel Abbas Syariah Kudus adalah sebagai berikut;

- Fasilitas populer, terdiri dari wifi, AC, parkir, dan receptionist 24 jam.
- Fasilitas umum, terdiri dari teras, AC, dan parkir gratis.
- Layanan hotel, terdiri dari rak koran dan receptionist 24 jam.
- Fasilitas kamar, terdiri dari shower.
- Transportasi, disediakan parkir gratis yang sangat luas.
- Konektivitas, terdiri dari konektivitas televisi dan wifi gratis.³

B. Gambaran Umum Responden

Cerminan biasa responden merupakan seluruh suatu yang akrab kaitannya dengan diri responden dengan cara perseorangan yang sudah memakai penginapan Abbas Syariah di Kudus. Pengumpulan informasi dalam riset ini memakai metode tata cara purposive sampling sebab pengumpulan badan ilustrasi dari populasi dicoba dengan memutuskan identitas spesial yang cocok dengan tujuan riset alhasil diharapkan bisa menanggapi kasus riset. Ada pula bukti diri responden merupakan selaku selanjutnya:

1. Jenis Kelamin Responden

Ada pula informasi hal tipe kemaluan responden pelanggan yang sudah memakai penginapan Abbas Syariah di Kudus merupakan selaku selanjutnya:

² Hasil Dokumentasi Letak Hotel Abbas Syariah Kudus, pada Hari Senin 28 Maret 2022.

³ Hasil Dokumentasi Fasilitas Hotel Abbas Syariah Kudus, pada Hari Senin 28 Maret 2022.

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin⁴

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Laki- laki	78	67,8%
2	Perempuan	37	32,2%
Jumlah		115	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Bersumber pada bagan di atas, bisa dikenal kalau dari 115 responden konsumen yang telah menggunakan hotel Abbas Syariah di Kudus mayoritas adalah laki-laki dikarenakan hotel Abbas Syariah digunakan oleh peziarah-peziarah yang ingin ke Makam Sunan Kudus dan berniat menetap paling tidak 1 sampai 2 hari yang datang dari jauh untuk beristirahat di hotel tersebut. Jangkauan laki-laki lebih luas daripada perempuan, di mana mereka bisa menetap di manapun mereka berada, contohnya seperti melakukan perjalanan kurang lebih 2 hari untuk rombongan berziarah.

2. Usia Responden

Ada pula informasi hal umur responden pelanggan yang telah menggunakan hotel Abbas Syariah di Kudus merupakan selaku selanjutnya:

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia⁵

No.	Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	17-22 tahun	14	12,2%
2	22-27 tahun	21	18,3%
3	27-32 tahun	27	23,5%
4	32-37 tahun	10	8,7%
5	37-42 tahun	16	13,9%
6	42-47 tahun	7	6,1%
7	47-52 tahun	9	7,8%
8	52-57 tahun	6	5,2%
9	>57 tahun	5	4,3%
Jumlah		115	100%

⁴ Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari jenis kelamin.

⁵ Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari usia.

Sumber: Data diolah, 2022

Bersumber pada bagan di atas, bisa dikenal kalau dari 115 responden pelanggan yang sudah memakai hotel Abbas Syariah di Kudus rata-rata respondennya adalah berusia 27-32 tahun. Hal ini dikarenakan pengunjung di Hotel Abbas Syariah Kudus adalah peziarah-peziarah dan terlebih masih muda-muda yang datang dari jauh untuk ke Makam Sunan Kudus. Kebanyakan mereka menetap karena belum berkeluarga dan jangkauannya luas untuk melakukan rombongan menetap bersama.

3. Pekerjaan Responden

Ada pula informasi hal profesi responden pelanggan yang sudah memakai penginapan Abbas Syariah di Kudus merupakan selaku selanjutnya:

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan⁶

No.	Pekerjaan Responden	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Pelajar/mahasiswa	13	11,3%
2	PNS	32	27,8%
3	Karyawan	17	14,8%
4	Wiraswasta	14	12,2%
5	Guru	24	20,9%
6	IRT	7	6,1%
7	Dokter	5	4,3%
8	Lain-lain	3	2,6%
Jumlah		115	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Bersumber pada bagan di atas, bisa dikenal kalau dari 115 responden pelanggan yang sudah memakai hotel Abbas Syariah di Kudus rata-rata respondennya adalah bekerja sebagai PNS. Hal ini dikarenakan mereka memakai durasi liburnya buat aktivitas yang berguna dan berniat untuk menetap beberapa hari di sana.

⁶ Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari pekerjaan.

4. Pendapatan Responden

Ada pula informasi hal pemasukan responden pelanggan yang sudah memakai penginapan Abbas Syariah di Kudus merupakan selaku selanjutnya:

Tabel 4.4

Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan⁷

No.	Pendapatan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	< 1 juta	17	14,8%
2	1 juta -2 juta	24	20,9%
3	2 juta - 3 juta	38	33,0%
4	3 juta – 4 juta	16	13,9%
5	4 juta – 5 juta	8	7,0%
6	5 juta – 6 juta	7	6,1%
7	> 6 juta	5	4,3%
Jumlah		115	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Bersumber pada bagan di atas, bisa dikenal kalau dari 115 responden pelanggan yang sudah memakai hotel Abbas Syariah di Kudus rata-rata respondennya berpendapatan 2–3 juta. Hal ini dikarenakan sebagian besar adalah mereka bekerja sebagai PNS. Di mana biasanya terkadang para pegawai pemerintah melakukan rekreasi rutin tiap libur misalnya seperti suasana religi.

5. Jumlah Kunjungan Responden

Ada pula informasi hal pemasukan responden pelanggan yang sudah memakai penginapan Abbas Syariah di Kudus merupakan selaku selanjutnya:

⁷ Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari pendapatan.

Tabel 4.5
Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan⁸

No.	Jumlah Kunjungan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	1-5 kali	32	27,8%
2	5-10 kali	39	33,9%
3	10-15 kali	32	27,8%
4	>15 kali	12	10,4%
Jumlah		115	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Bersumber pada bagan di atas, bisa dikenal kalau dari 115 responden pelanggan yang sudah memakai hotel Abbas Syariah di Kudus rata-rata respondennya pernah berkunjung sebanyak 5-10 dalam satu tahun. Hal ini dikarenakan paling tidak mereka melakukan ziarah dijadwal satu bulan sekali khususnya yang datang dari jauh karena terbatas oleh jarak tempuh. Peneliti dapat simpulkan bahwa banyak dari mereka yang datang dari jauh dan tidak bisa kapanpun untuk melakukan ziarah tanpa dilakukan jadwal tiap bulan sekali.

C. Deskripsi Data Penelitian

1. Variabel *Halal Life Style* (X1)

Halal lifestyle bisa dibilang selaku gimana metode hidup yang betul serta bagus. Menjajaki prinsip Syariah serta koridor determinasi mengenai halal serta tabu. Tutur Halal berawal dari bahasa Arab yang memiliki arti pada pengertian al-Qur'an ialah seluruh suatu yang sudah diizinkan oleh Syariah. Syariah menarangkan aturan hidup, serta seluruh suatu pantangan yang nyata buat makan serta minum, bermuamalah serta dan menata mengenai tindakan orang dalam kehidupan individu serta sosialnya.⁹

⁸ Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari jumlah kunjungan dalam setahun.

⁹Bahatma Baca, "*Halal Life Style* sebagai Dakwah Determinasi Diri dan Sosial Masyarakat Indonesia", *Jurnal Al-Hikmah* 19, No. 1, (April 2021): 3.

Penanda yang dipakai buat mengukur elastis halal life gaya merupakan selanjutnya ini:

- Produk disertifikasi oleh MUI/BPJH
- Menggunakan produk halal
- Mengikuti aturan Islam
- Menguasai mengenai halal serta tabu
- Produk atau jasa yang dilarang Islam
- Produk atau jasa yang diperbolehkan dan dilarang Islam.¹⁰

Adapun hasil *halal life style* bisa diamati dalam bagan di dasar ini:

Tabel 4.6
Frekuensi Variabel *Halal Life Style* (X₁)¹¹

Item Pertanyaan	Jumlah Jawaban Responden					Mean
	Tota I STS	Total TS	Total N	Tota I S	Tota I SS	
Saya selalu menggunakan produk yang bersertifikasi MUI	0	10	35	39	31	3,79
Saya sebagai umat Islam selalu menggunakan produk halal	0	10	34	39	32	3,80
Saya selalu mengikuti semua proses menurut aturan Islam	0	9	24	48	34	3,93
Saya selalu memahami tentang produk halal dan haram	0	9	29	48	29	3,84
Saya selalu menjauhi bahan produk yang dilarang Islam	0	10	22	52	31	3,90

¹⁰Lisa Adriani dan Ma'ruf, "Pengaruh *Islamic Religiosity* dan *Halal Knowledge* terhadap *Purchase Intention* Kosmetik Halal Dimediasi oleh *Attitude* terhadap Produk Halal di Indonesia", *Al-Muzara'ah* 8, No. 1, (2020): 62.

¹¹ Hasil olah data SPSS berdasarkan variabel *Halal Life Style* (X₁).

Saya memahami produk yang diperbolehkan dan dilarang Islam	0	10	18	55	32	3,94
--	---	----	----	----	----	------

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 4.6 membuktikan penyaluran balasan responden dan angka pada umumnya buat masing- masing item dari elastis *halal life* gaya. Hasil pengerjaan informasi pada riset yang sudah dilaksanakan, bisa disimpulkan kalau responden menyatakan bahwa gaya hidup halal dapat mempengaruhi mereka dalam memilih hotel Syariah di kudus. Perihal ini diperkuat akuisisi pada umumnya sebesar 3.79 hingga dengan 3,94 dari pengganti balasan yang ada ialah 1 (satu) hingga dengan 5 (5), yang maksudnya responden kebanyakan setuju bahwa dengan *halal life style*, “Mereka selalu menggunakan produk yang bersertifikasi MUI”, “Mereka sebagai umat Islam selalu menggunakan produk halal”, “Mereka selalu mengikuti semua proses menurut aturan Islam”, “Mereka selalu memahami tentang produk halal dan haram”, “Mereka selalu menjauhi bahan produk yang dilarang Islam”, dan “Mereka memahami produk yang diperbolehkan dan dilarang Islam”.

2. Variabel Muslim Friendly Facilities (X2)

Fasilitas ramah Muslim merupakan suatu fasilitas yang hanya menyediakan tempat beribadah, makanan dan minuman halal, musholla hotel, Al-Qur'an, dan perlengkapan sholat lengkap di masing-masing ruang hotel. Pengertian lain bahwa fasilitas ramah Muslim merupakan segala jenis pelayanan serta sarana yang ditawarkan buat penuhi keinginan turis Mukmin serta wajib halal serta menjajaki peraturan Syariah.¹²

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel *Muslim Friendly Facilities* di antaranya merupakan selaku selanjutnya:

- Makanan dan minuman halal
- Sarana beribadah
- Mengakomodasi layanan kesehatan serta layanan rekreasi
- Fasilitas yang ramah

¹²Ali Akbar Hidayat, dkk, “*Influence of Muslim-Friendly Facilities, Prices, and Locations on Decisions to Stay at Three and Four-Star Hotels in Mataram City*”, *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)* 5, Issue-1, (2021): 416.

e. Tidak tersedianya minuman beralkohol

f. Adanya karyawan muslim.¹³

Adapun hasil *muslim friendly facilities* bisa diamati dalam bagan di dasar ini:

Tabel 4.7
Frekuensi Variabel Muslim Friendly Facilities (X₂)¹⁴

Item Pertanyaan	Jumlah Jawaban Responden					Mean
	Tota l STS	Tota l TS	Tota l N	Tota l S	Tota l SS	
Saya memilih berkunjung ke Hotel Syariah karena tersedianya makanan dan minuman halal	0	9	31	38	37	3,89
Saya memilih berkunjung ke Hotel Syariah karena tersedianya sarana beribadah	0	6	30	43	36	3,94
Saya memilih berkunjung ke Hotel Syariah karena tersedianya layanan rekreasi	0	7	31	45	32	3,88
Saya memilih berkunjung ke Hotel Syariah karena tersedianya akomodasi ramah keluarga	0	7	31	42	35	3,91
Saya memilih berkunjung ke Hotel Syariah karena tidak tersedianya minuman beralkohol	0	9	25	50	31	3,89

¹³Rafika Isya Rasyid, “*Factors of Muslim-Friendly Amenities & Lifestyle and Service Quality Affecting Halal Travel Intention to Indonesia*”, (2019): 38.

¹⁴ Hasil olah data SPSS berdasarkan variabel *Muslim Friendly Facilities* (X₂).

Saya memilih berkunjung ke Hotel Syariah karena tersedianya karyawan muslim	0	7	27	44	37	3,96
---	---	---	----	----	----	------

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 4.7 membuktikan penyaluran balasan responden dan angka pada umumnya buat masing-masing item dari elastis mukmin friendly facilities. Hasil pengerjaan informasi pada riset yang sudah dilaksanakan, bisa disimpulkan kalau responden melaporkan kalau sarana ramah area bisa pengaruhi mereka dalam memilah penginapan Syariah di Kudus. Perihal ini diperkuat akuisisi pada umumnya sebesar 3.88 hingga dengan 3,96 dari pengganti balasan yang ada ialah 1 (satu) hingga dengan 5 (lima), yang maksudnya responden kebanyakan setuju bahwa dengan *muslim friendly facilities*, “Mereka memilih berkunjung ke Hotel Syariah karena tersedianya makanan dan minuman halal, tersedianya sarana beribadah, tersedianya layanan rekreasi, tersedianya akomodasi ramah keluarga, tidak tersedianya minuman beralkohol dan tersedianya karyawan muslim”.

3. Variabel Knowledge (X3)

Wawasan berarti kemampuan serta keahlian yang didapat seorang ataupun golongan lewat sesuatu uraian filosofi ataupun praktek sesuatu poin. Wawasan mengenai produk merupakan aspek berarti dalam pengumpulan ketetapan pelanggan. Perihal ini bisa pengaruhi gimana pelanggan melaksanakan evaluasi kepada sesuatu produk. Wawasan pelanggan merupakan arsitektur yang berarti dalam sikap pelanggan serta berakibat dalam pencarian data. Pelanggan bisa memastikan opsi sehabis mereka mendapatkan data serta mengenang data berlainan bersumber pada pada perbandingan pola pengumpulan ketetapan. Mereka membuat ketetapan bersumber pada data yang terdapat di dalam ingatan.¹⁵

Penanda yang dipakai buat mengukur elastis knowledge, di antara lain merupakan:

¹⁵Novita Kusuma Maharani, “Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal”, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam* 3, No. 1, (Juni 2019): 86.

- Wawasan adil ialah ketahui hendak data yang cermat mengenai produk yang tersembunyi dalam ingatan waktu panjang
- Wawasan individual ialah ketahui mengenai apa ataupun gimana mengenali produk cuma didasarkan pada interpretasi individual.¹⁶

Ada pula hasil knowledge bisa diamati dalam bagan di dasar ini:

Tabel 4.8
Frekuensi Variabel Knowledge (X3)¹⁷

Item Pertanyaan	Jumlah Jawaban Responden					Mean
	Total STS	Total TS	Total N	Total S	Total SS	
Saya mengetahui atau memahami hotel-hotel yang syariah dan sesuai dengan hukum Islam	0	15	29	34	37	3,80
Saya memiliki pengetahuan yang cukup tentang hotel yang tidak syariah dan tidak sesuai dengan hukum Islam	0	14	27	33	41	3,87
Saya dapat membedakan hotel yang syariah dan tidak Syariah	0	14	26	44	31	3,80
Saya mengetahui tentang hotel-hotel yang bersertifikasi halal	0	12	34	45	24	3,70

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 4.8 membuktikan penyaluran balasan responden dan angka pada umumnya buat masing- masing item dari elastis

¹⁶Novita Kusuma Maharani, “Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal”, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam* 3, No. 1, (Juni 2019): 86.

¹⁷ Hasil olah data SPSS berdasarkan variabel Knowledge (X₃).

knowledge. Hasil pengerjaan informasi pada riset yang sudah dilaksanakan, bisa disimpulkan kalau responden menyatakan bahwa faktor pengetahuan dapat mempengaruhi mereka dalam memilih hotel Syariah di kudus. Perihal ini diperkuat akuisisi pada umumnya sebesar 3.70 hingga dengan 3,87 dari pengganti balasan yang ada ialah 1 (satu) hingga dengan 5 (lima), yang maksudnya responden kebanyakan setuju bahwa dengan *knowledge*, “Mereka mengetahui atau memahami hotel-hotel yang syariah serta cocok dengan hukum Islam”, “Mempunyai wawasan yang lumayan mengenai penginapan yang tidak syariah serta tidak cocok dengan hukum Islam”, “bisa melainkan penginapan yang syariah serta tidak syariah”, serta“ mengenali mengenai hotel-hotel yang bersertifikasi halal”.

4. Variabel Keputusan Konsumen (Y)

Keputusan konsumen adalah suatu dorongan yang mencuat dari dalam diri seorang buat membeli benda ataupun pelayanan dalam bagan pelampiasan kebutuhannya.¹⁸ Ketetapan pelanggan merupakan seluruh pengalaman dalam penataran, penentuan, pemakaian, serta apalagi menghilangkan produk. Ketetapan pelanggan merupakan seluruh pengalaman dalam penataran, penentuan, pemakaian, serta apalagi menghilangkan produk. Langkah dalam cara pengumpulan ketetapan pembelian ialah sesuatu langkah di mana klien betul- benar membeli. Pengumpulan ketetapan yakni suatu kegiatan orang yang dengan metode langsung turut dan dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.¹⁹ Penanda yang dipakai buat mengukur elastis ketetapan pelanggan di antara lain merupakan selaku selanjutnya:

- a. *Product choice* (Pilihan produk). Pelanggan dapat mengutip ketetapan buat membeli produk ataupun mengenakan uangnya buat kebutuhan lain.
- b. *Brand choice* (Pilihan merek). Pelanggan mengutip ketetapan tentang sebuah julukan bisnis pada dikala membeli suatu produk.

¹⁸ Lisa Adriani dan Ma'ruf, “Pengaruh *Islamic Religiosity* dan *Halal Knowledge* terhadap *Purchase Intention* Kosmetik Halal Dimediasi oleh *Attitude* terhadap Produk Halal di Indonesia”, *Al-Muzara'ah* 8, No. 1, (2020): 62.

¹⁹ Anjeli Oktavia dan Delila Firi Harahab, “*Life Style* dan Kepercayaan Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Wardah”, *Jurnal Manajemen Sains* 1, No. 2, (Juli 2021): 139.

- c. *Dealer choice* (Pilihan tempat penyalur). Tahap berikutnya merupakan mengutip ketetapan hal saluran penyaluran yang dikunjungi.
- d. *Purchase amount* (Jumlah pembelian atau kuantitas). Pelanggan hendak menyudahi berapa jumlah produk yang dibelinya.
- e. *Purchase timing* (Durasi pembelian). Durasi pembelian yang diseleksi yang tidak serupa jadi ketetapan pelanggan.
- f. *Payment method* (Tata cara pembayaran). Langkah selanjutnya tidak hanya produk, saluran penyaluran, merk serta durasi, pelanggan dapat membuat ketetapan hal metode beri uang yang didapat tata cara pembayaran yang didapat.²⁰

Adapun hasil keputusan konsumen bisa diamati dalam bagan di dasar ini:

Tabel 4.9
Frekuensi Variabel Keputusan Konsumen (Y)²¹

Item Pertanyaan	Jumlah Jawaban Responden					Mean
	Total STS	Total TS	Total N	Total S	Total SS	
Saya memilih menginap di hotel Syariah Kabupaten Kudus karena kualitas hotel yang ditawarkan bagus	0	9	31	38	37	3,89
Saya memilih menginap di hotel Syariah Kabupaten Kudus karena kualitas hotel yang ditawarkan menarik	0	6	30	43	36	3,94
Saya memilih menginap di hotel Syariah Kabupaten Kudus melihat	0	7	31	45	32	3,88

²⁰ Ita Karnita, “Pengaruh Persepsi dan Preferensi Tamu terhadap Keputusan Menginap di Hotel Syariah Kota Bandung”, *Tourism Scientific Journal* 6, No. 2, (Juni 2021): 172-173.

²¹ Hasil olah data SPSS berdasarkan variabel Keputusan Konsumen (Y).

berdasarkan citra hotel						
Saya memilih menginap di hotel Syariah Kabupaten Kudus karena hotel ini populer dibandingkan hotel sejenis lainnya	0	14	26	44	31	3,80
Saya memilih menginap di hotel Syariah Kabupaten Kudus karena lokasinya strategis	0	12	34	45	24	3,70
Saya memilih menginap di hotel Syariah Kabupaten Kudus karena ketersediaannya tinggi	0	7	32	42	34	3,89
Saya sering menginap di hotel Syariah Kabupaten Kudus	0	9	27	47	32	3,88
Selain menyewa kamar, saya selalu dinner dan lunch di restoran hotel Syariah Kabupaten Kudus	0	7	30	41	37	3,93
Saya selalu menginap di hotel Syariah Kabupaten Kudus rutin 1 bulan sekali	0	6	29	40	40	3,99
Metode pembayaran yang disediakan cukup lengkap	0	9	26	44	36	3,93

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 4.9 menunjukkan penyaluran balasan responden dan angka pada umumnya buat masing-masing item dari elastis ketetapan pelanggan. Hasil pengerjaan informasi pada riset yang

sudah dilaksanakan, bisa disimpulkan kalau responden menyatakan bahwa faktor *halal life style*, *muslim friendly facilities*, dan pengetahuan dapat mempengaruhi mereka dalam memilih hotel Syariah di kudus. Perihal ini diperkuat akuisisi pada umumnya sebesar 3.70 hingga dengan 3,99 dari pengganti balasan yang ada ialah 1 (satu) hingga dengan 5 (lima), yang maksudnya responden kebanyakan setuju bahwa dengan keputusan konsumen, “mereka memilih menginap di penginapan Syariah Kabupaten Bersih sebab mutu penginapan yang ditawarkan bagus, kualitas hotel yang ditawarkan menarik, memilih menginap di hotel Syariah Kabupaten Kudus melihat bersumber pada pandangan penginapan, memilah menginap di penginapan Syariah Kabupaten Kudus sebab penginapan ini popular dibanding penginapan semacam yang lain, memilah menginap di penginapan Syariah Kabupaten Kudus karena lokasinya strategis, menginap di hotel Syariah Kabupaten Kudus karena ketersediaannya tinggi, sering menginap di hotel Syariah Kabupaten Kudus, carter kamar, aku senantiasa dinner serta lunch di restoran hotel Syariah Kabupaten Kudus, dan selalu menginap di hotel Syariah Kabupaten Kudus rutin 1 bulan sekali, dan Metode pembayaran yang disediakan cukup lengkap.

Bersumber pada bagan di atas, informasi hasil nilai buat elastis ketetapan pelanggan (Y) hendak dipaparkan selaku selanjutnya:

- a) Pada item persoalan awal, 7 responden ataupun 6,1% melaporkan tidak sepakat, sebaliknya 32 responden ataupun 27,8% melaporkan adil, 42 responden ataupun 36,5% melaporkan sepakat, serta 34 responden ataupun 29,6% melaporkan amat sepakat.
- b) Pada item persoalan kedua, 9 responden ataupun 7,8% melaporkan tidak sepakat, sebaliknya 27 responden ataupun 23,5% melaporkan adil, 47 responden ataupun 40,9% melaporkan sepakat, serta 32 responden ataupun 27,8% melaporkan amat sepakat.
- c) Pada item persoalan ketiga, 7 responden ataupun 6,1% melaporkan tidak sepakat, sebaliknya 30 responden ataupun 26,1% melaporkan adil, 41 responden ataupun 35,7% melaporkan sepakat, serta 37 responden ataupun 32,2% melaporkan amat sepakat.
- d) Pada item persoalan keempat, 6 responden ataupun 5,2% melaporkan tidak sepakat, sebaliknya 29 responden ataupun 25,2% melaporkan adil, 40 responden ataupun 34,8%

melaporkan sepakat, serta 40 responden ataupun 34,8% melaporkan amat sepakat.

- e) Pada item persoalan kelima, 9 responden ataupun 7,8% melaporkan tidak sepakat, sebaliknya 26 responden ataupun 22,6% melaporkan adil, 44 responden ataupun 38,3% melaporkan sepakat, serta 36 responden ataupun 31,3% melaporkan amat sepakat.

D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Percobaan keabsahan riset ini dicoba dengan menyamakan angka r jumlah dengan r hitung. Bila angka r jumlah $>$ dari r bagan serta berharga positif hingga biji persoalan ataupun penanda itu diklaim asi. Angka r jumlah didapat dari hasil output SPSS For Windows 21.0 pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Sebaliknya angka r hitung dihitung dengan memakai metode $df = n - 2$.²² Dengan metode itu hingga di bisa $df = n - 2 = 115 - 2 = 113$ dengan alpha sebesar 5% hingga menciptakan r hitung sebesar 0,1832. Selanjutnya hasil percobaan keabsahan instrumen:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
<i>Halal Life Style</i> (X1)	P1	0,702	0,1832	<i>Valid</i>
	P2	0,682	0,1832	<i>Valid</i>
	P3	0,653	0,1832	<i>Valid</i>
	P4	0,700	0,1832	<i>Valid</i>
	P5	0,534	0,1832	<i>Valid</i>
	P6	0,444	0,1832	<i>Valid</i>
<i>Muslim Friendly Facilities</i> (X2)	P1	0,726	0,1832	<i>Valid</i>
	P2	0,802	0,1832	<i>Valid</i>
	P3	0,794	0,1832	<i>Valid</i>
	P4	0,766	0,1832	<i>Valid</i>
	P5	0,719	0,1832	<i>Valid</i>
	P6	0,203	0,1832	<i>Valid</i>

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 49.

Knowledge (X3)	P1	0,884	0,1832	Valid
	P2	0,723	0,1832	Valid
	P3	0,881	0,1832	Valid
	P4	0,753	0,1832	Valid
Keputusan Konsumen (Y)	P1	0,694	0,1832	Valid
	P2	0,691	0,1832	Valid
	P3	0,714	0,1832	Valid
	P4	0,801	0,1832	Valid
	P5	0,719	0,1832	Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Bersumber pada bagan di atas, hingga bisa dikenal kalau *Corrected Item-Total Correlation* mempunyai angka r jumlah yang lebih besar dari angka r bagan 0,1832, yang berarti seluruh biji persoalan ataupun penanda diklaim asi.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas merupakan percobaan buat mengukur sesuatu penanda dari elastis riset. Reliabilitas dicoba buat mengenali sepanjang mana sesuatu hasil pengukuran relatif tidak berubah-ubah bila perlengkapan ukur itu dipakai kesekian kali. Buat melaksanakan percobaan reliabilitas bisa dipakai program SPSS dengan memakai percobaan statistik *Cronbach Alpha*. Serta kebalikannya bila *Cronbach Alpha* $> 0,60$ hingga dibilang tidak reliabel.²³ Selanjutnya hasil percobaan reliabilitas dalam riset ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficient	Cronbach's Alpha ($>0,60$)	Keterangan
Halal Life Style (X1)	6 item	0,840	Reliabel
Muslim Friendly Facilities (X2)	6 item	0,864	Reliabel
Knowledge (X3)	4 item	0,916	Reliabel

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 46.

Keputusan Konsumen (Y)	5 item	0,886	<i>Reliabel</i>
------------------------------	--------	-------	-----------------

Sumber: Data diolah, 2022

Bersumber pada bagan di atas, hingga bisa dikenal kalau angka Cronbach Alpha dari semua elastis yang dicoba lebih dari 0,60, hingga bisa disimpulkan kalau semua konstruk ataupun elastis dalam riset ini diklaim reliabel.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Percobaan multikolinearitas dipakai buat mencoba apa dalam bentuk regresi ada hubungan dampingi elastis leluasa yang diwajibkan hubungan itu tidak terdapat. Bila ada hubungan dampingi elastis leluasa hingga variabel- variabel itu maksudnya tidak ortogonal ataupun tidak mempunyai angka hubungan serupa dengan nihil. Multikolinearitas bisa ditunjukkan dengan angka *Tolerance and Variance Inflation Factor* (VIF) yang tiap- tiap wajib mempunyai angka Tolerance lebih dari 0,10 dan angka VIF lebih kecil dari 10.²⁴ Dari hasil pengetesan SPSS didapat angka hubungan dampingi kedua variabel- variabel leluasa merupakan selaku selanjutnya:

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinierity Statistics	
	Nilai Tolerance	Nilai VIF
<i>Halal Life Style</i>	0,956	1,046
<i>Muslim Friendly Facilities</i>	0,880	1,137
<i>Knowledge</i>	0,895	1,117

Sumber: Data diolah, 2022

Bagi hasil pengetesan multikolonieritas yang dicoba dikenal kalau angka *tolerance elastis halal life* gaya, mukmin *friendly facilities*, serta *knowledge* tiap-tiap sebesar: 0,956 ; 0,880 ; 0,895 serta VIF tiap-tiap sebesar: 1,046; 1,137; 1,117. Perihal ini membuktikan kalau tidak terdapat elastis leluasa yang mempunyai angka Tolerance lebih dari 0, 10 dan tidak terdapat elastis leluasa

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 95-96.

yang mempunyai angka VIF lebih dari 10. Jadi bisa disimpulkan kalau tidak terdapat multikolonieritas dampingi elastis leluasa dalam bentuk regresi.

2. Uji Autokorelasi

Percobaan autokorelasi merupakan percobaan buat mengenali apakah terdapat hubungan dampingi kekeliruan saat ini dengan kekeliruan lebih dahulu. Regresi yang baik merupakan bentuk regresinya wajib leluasa dari autokorelasi. Percobaan autokorelasi dapat ditunjukkan dengan memandang angka Durbin Watson (DW Test) cocok dengan anggapan yang periset percobaan.²⁵ Bentuk regresi yang bagus sepatutnya tidak terjalin autokorelasi. Selanjutnya hasil percobaan autokorelasi pada riset ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1.813

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil pengetesan autokorelasi di atas, membuktikan kalau angka DW sebesar 1,813. Buat mengenali terdapat tidaknya autokorelasi hingga nilai DW itu wajib dibanding dengan angka d teoritis (du serta dl) pada bagan Durbin Watson dengan tingkatan penting sebesar 5%. Dengan $n = 115$ serta $k = 3$, hingga di bisa angka du sebesar 1,7472 serta dl sebesar 1, 6373. Hasil pengujiannya merupakan $du < d < 4 - du$ ($1,7472 \leq 1,813 \leq 4 - 1,7472$) sebesar ($1,7472 \leq 1,813 \leq 2,2528$) hingga bisa disimpulkan kalau dalam riset ini tidak terdapat autokorelasi bagus positif atau minus.

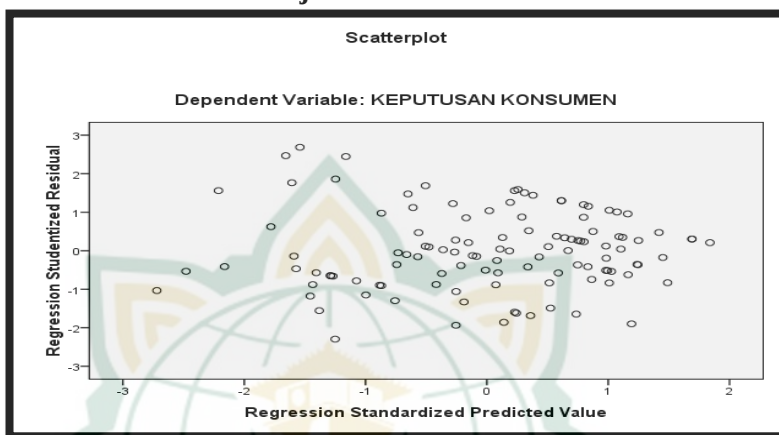
3. Uji Heterokedastisitas

Percobaan heteroskedastisitas dipakai buat mengenali apakah dalam bentuk regresi yang dicoba ada perbandingan ataupun ketidaksamaan dampingi elastis satu ke yang yang lain ataupun tidak. Bila angka elastis dari satu ke yang yang lain senantiasa hingga diucap homoskedastisitas serta bila berlainan dikenal heteroskedastisitas. Percobaan bentuk regresi yang bagus

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 99-

merupakan yang tidak terjaln heteroskedastisitas.²⁶ Ada pula hasil pengetesan heteroskedastisitas merupakan selaku selanjutnya:

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah, 2022

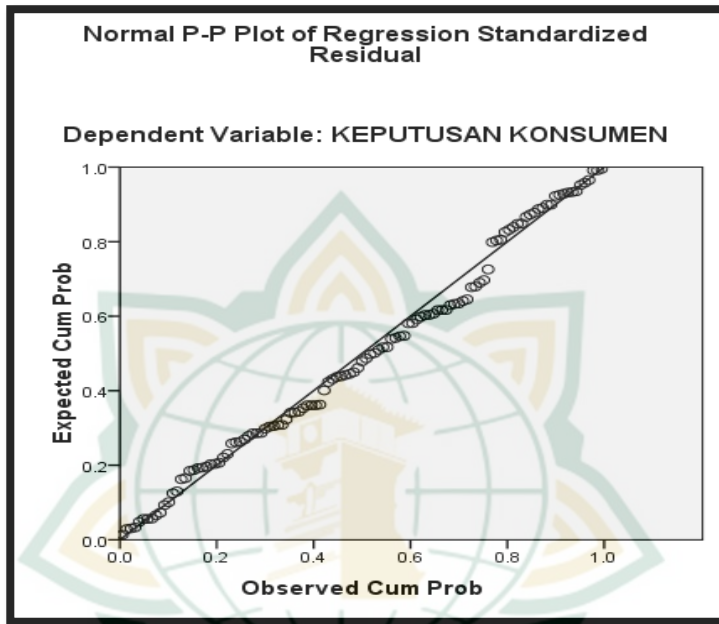
Bersumber pada diagram scatterplot di atas menunjukkan kalau titik- titik tidak membuat pola yang nyata, serta titik menabur di atas serta di dasar nilai 0 pada sumbu Y. Jadi bisa disimpulkan kalau tidak terjaln permasalahan heterokedastisitas pada bentuk regresi.

4. Uji Normalitas

Percobaan normalitas dipakai buat mengenali apakah informasi yang dicoba berdistribusi wajar ataupun tidak. Buat memandang informasi yang dicoba berdistribusi wajar ataupun tidak, dapat diamati dari 2 analisa ialah analisa diagram serta percobaan statistik. Hasil percobaan normalitas informasi bisa diamati dengan mencermati titik Wajar *P-Plat of Regresion Standizzed Residual* dari elastis terikat. Ada pula hasil pengetesan normalitas merupakan selaku selanjutnya:

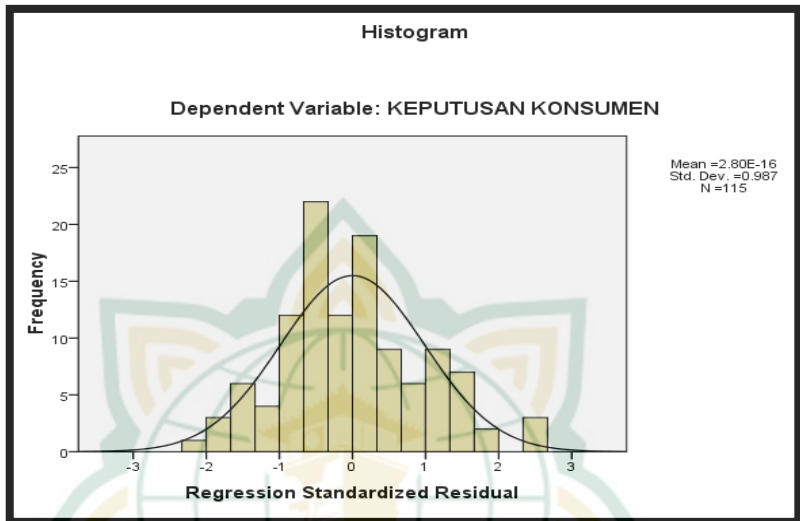
²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 125.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot



Sumber: Data diolah, 2022

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas Histogram



Sumber: Data diolah, 2022

Dari diagram histogram pada lukisan di atas, residual informasi sudah membuktikan kurva wajar yang membuat bel sempurna. Tidak hanya memakai diagram histogram, pula bisa diamati percobaan normalitas dengan memakai diagram wajar P - P Alur bersumber pada lukisan di atas, nampak titik- titik menabur disekitar garis diagonal, dan penyebarannya menjajaki arah garis diagonal. Dengan begitu, informasi yang dipakai sudah penuh anggapan klasik serta bisa dibilang informasi terdistribusi wajar.

F. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisa ini dicoba buat mencoba anggapan dari riset yang sudah diformulasikan lebih dahulu, ialah buat mengenali apakah terdapat akibat antara elastis *halal life style*, *muslim friendly facilities*, dan *knowledge* terhadap keputusan konsumen. Hingga bisa dikenal hasilnya merupakan selaku selanjutnya:

Tabel 4.14
Hasil Regresi Berganda

Variabel	Nilai β
<i>Constant (Y)</i>	7,103
<i>Halal Life Style</i>	0,092
<i>Muslim Friendly Facilities</i>	0,149
<i>Knowledge</i>	0,454

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan hasil bagan di atas, hingga wujud pertemuan regresi dalam penelitian ini merupakan selaku selanjutnya:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 7,103 + 0,092X_1 + 0,149X_2 + 0,454X_3 + e$$

Di mana:

X_1 : *Halal Life Style*

X_2 : *Muslim Friendly Facilities*

X_3 : *Knowledge*

Y : Keputusan Konsumen

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi antara *Halal Life Style* terhadap Keputusan Konsumen.

β_2 : Koefisien regresi antara *Muslim Friendly Facilities* terhadap Keputusan Konsumen.

β_3 : Koefisien regresi antara *Knowledge* terhadap Keputusan Konsumen.

e : Error

Bisa diinterpretasikan selaku selanjutnya:

- Nilai $\beta_1 = 0,092$, menunjukkan bahwa *halal life style* memberi pengaruh positif kepada ketetapan pelanggan dalam memakai Penginapan Abbas Syariah di Kudus sebesar 0,092, maksudnya bila terus menjadi besar *halal life gaya*, hingga hendak tingkatan keputusan konsumen.
- Nilai $\beta_2 = 0,149$, menunjukkan bahwa *muslim friendly facilities* memberi pengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Hotel Abbas Syariah di Kudus sebesar 0,149, maksudnya bila terus menjadi bagus *mukmin friendly facilities*, hingga hendak tingkatan ketetapan konsumen.
- Nilai $\beta_3 = 0,454$, menunjukkan bahwa *knowledge* memberi pengaruh minus kepada ketetapan pelanggan dalam memakai

Penginapan Abbas Syariah di Bersih sebesar 0,454, maksudnya bila terus menjadi bagus knowledge pelanggan, hingga hendak tingkatan ketetapan konsumen.

2. Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi (R^2) digunakan buat mengukur seberapa besar akibat angka bentuk elastis leluasa dalam menarangkan elastis terbatas ataupun terikat.²⁷ Hasil dari analisa koefisien pemastian bisa diamati pada bagan selanjutnya ini:

Tabel 4.15
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.534 ^a	.685	.666

Sumber: Data Diolah, 2022.

Bersumber pada hasil analisa regresi linear berganda Angka Adjusted R Square buat bentuk riset ini pada bagan di atas ialah sebesar 0,666, angka ini berarti 66,6% alterasi dari ketetapan pelanggan bisa dipaparkan oleh alterasi dari elastis halal life gaya, mukmin friendly facilities, serta knowledge. Sebaliknya lebihnya sebesar 0,334 ataupun 33,4% dipaparkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam riset ini. Perihal ini membuktikan kalau faktor- faktor elastis yang dipakai dalam riset ini telah menggantikan variabel- variabel lain yang bisa pengaruhi ketetapan pelanggan.

3. Uji F

Percobaan F dicoba buat membuktikan seberapa besar angka percobaan F yang ditunjukkan pada elastis leluasa yang dengan cara bersama- sama mempengaruhi kepada elastis terbatas ataupun terikat.²⁸ F bagan bisa diamati pada bagan statistik dengan tingkatan signifikansi 5%, hingga df 1 = 3 serta df 2 = (n-k-1) = (115-3-1) = 111 hingga didapat hasil buat F bagan sebesar 2,69.

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 87.

Tabel 4.16
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	460.836	3	153.612	14.756	.000 ^a
Residual	1155.546	111	10.410		
Total	1616.383	114			

Sumber: Data diolah, 2022.

Bersumber pada bagan di atas, hingga dalam riset ini mempunyai angka F jumlah sebesar 14, 756. Dengan begitu angka F jumlah > F_{tabel} (14,756 > 2,69) dan angka signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hingga bisa disimpulkan kalau halal life gaya, mukmin *friendly facilities*, serta *knowledge* dengan cara simultan ataupun bersama- sama mempengaruhi kepada ketetapan pelanggan dalam memakai Penginapan Abbas Syariah di Kudus.

4. Uji t Parsial

Percobaan statistik ataupun percobaan t dipakai buat membuktikan seberapa jauh akibat elastis leluasa dengan cara tiap-tiap perseorangan dalam menerangkan elastis terikat. *Percobaan* statistik ataupun percobaan t dapat diamati dari angka t hitungunya. Bila angka T jumlah lebih besar dari angka t bagan, hingga hipotesisnya di dapat. Kebalikannya bila angka t jumlah kurang dari t bagan, hipotesisnya berarti ditolak.²⁸ Alhasil t bagan didapat $df (n-k) = (115-3)$ ataupun bagian independensi 112 dengan penting 5% hasil t bagan sebesar 1,9814. Uraian lebih lengkapnya dari hasil angka percobaan t pada riset ini, bisa diamati pada bagan selaku selanjutnya:

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 89.

Tabel 4.17
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.103	2.280		3.116	.002
HALAL LIFE STYLE	.092	.072	.106	2.287	.001
MUSLIM FRIENDLY FACILITIES	.149	.077	.166	2.936	.045
KNOWLEDGE	.454	.090	.428	5.042	.000

Sumber: Data Diolah, 2022.

1. Pengaruh Halal Life Style terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Hotel Syariah (H₁)

Bersumber pada hasil percobaan anggapan 1 (H₁), diterima kalau pada tingkatan signifikansi dibawah 0,05. Analogi angka antara t jumlah sebesar 2,287 lebih besar dengan angka t bagan sebesar 1,9814 alhasil membuktikan bahwa *Halal Life Style* (X₁) berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen. Alhasil hasil pengetesan anggapan 1 (H₁) teruji.

2. Pengaruh Muslim Friendly Facilities terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Hotel Syariah (H₂)

Bersumber pada hasil percobaan anggapan 2 (H₂), diterima kalau pada tingkatan signifikansi dibawah 0,05. Analogi angka antara t jumlah sebesar 2,936 lebih besar dengan angka t bagan sebesar 1,9814 alhasil membuktikan bahwa *Muslim Friendly Facilities* (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Alhasil hasil pengetesan anggapan 2 (H₂) teruji.

3. Pengaruh Knowledge terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Hotel Syariah (H₃)

Bersumber pada hasil percobaan anggapan 3 (H₃), diterima kalau pada tingkatan signifikansi dibawah 0,05. Analogi angka antara t jumlah sebesar 5,042 lebih besar dengan angka t bagan sebesar 1, 9814 alhasil membuktikan

Knowledge (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Alhasil hasil pengtesan anggapan 3 (H3) teruji.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh *Halal Life Style* terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Hotel Syariah

Hipotesis pertama menyatakan bahwa variabel *halal life style* (X₁) memiliki akibat positif yang penting kepada keputusan konsumen. Hasil ini dibuktikan angka antara t jumlah sebesar 2,287 lebih besar dengan angka t bagan sebesar 1,9814. Maksudnya terus menjadi besar *halal life* gaya seorang, hingga hendak bisa tingkatkan keputusan konsumen dalam menggunakan hotel Abbas Syariah Kudus.

Hasil riset ini, sudah dibantu oleh penemuan yang dicoba Hoiriyah dan Chrismardani (2021) tentang pengaruh gaya hidup halal kepada ketetapan pembelian Ms Glow dengan ilustrasi sebesar 100 responden meyakinkan kalau style hidup halal memiliki dampak positif dan berarti pada ketetapan pembelian. Style hidup yang terus menjadi modern, keinginan pelanggan era dulu dengan era saat ini jelaslah berlainan cocok dengan style hidup yang diaplikasikan pelanggan. Pelanggan pada dikala ini mengarah menjajaki kemajuan tren buat seluruh pandangan keinginan mulai dari keinginan pokok sampai keinginan inferior cocok dengan style hidup yang diaplikasikan ialah style hidup halal.²⁹

Hasil riset ini pula searah dengan riset yang dicoba oleh Yusniar, dkk (2020) yang melaporkan kalau *halal life style* berpengaruh positif serta penting kepada ketetapan pelanggan. Style hidup halal jadi Kerutinan seorang dalam kesehariannya konsumsi, menggunakan serta memakai benda ataupun pelayanan tidak berlawanan dengan angka prinsip agama Islam. Rancangan dari syariah selaku style hidup merupakan style hidup seorang yang diekspresikan dalam aktivitas ataupun aktivitas halal, minatnya serta opini dalam membelanjakan uangnya buat mengkonsumsi tiap hari serta kebahagiaan yang lain dengan cara halal serta triknya membagikan durasi dengan metode yang halal

²⁹Yuliana Ulfidatul Hoiriyah dan Yustina Chrismardani, “Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura)”, *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen* 1, No.2, (Juni 2021): 115.

pula. Style hidup merupakan metode orang menghabiskan lama mereka. Apa yang mereka duga berarti dalam zona, apa yang mereka pikirkan hal diri mereka sendiri serta bumi di dekat mereka. Style hidup merujuk pada style hidup seorang metode hidup tiap hari yang mencampurkan prinsip, angka serta angka standar hidup yang berbeda dengan dirinyabiasanya.³⁰

2. Pengaruh *Muslim Friendly Facilities* terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Hotel Syariah

Hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel *muslim friendly facilities* (X_2) memiliki akibat positif yang penting kepada keputusan konsumen. Hasil ini dibuktikan dengan angka t antara t jumlah sebesar 2,936 lebih besar dengan angka t bagan sebesar 1,9814. Maksudnya terus menjadi bagus muslim *friendly facilities*, hingga ini hendak bisa tingkatkan keputusan konsumen dalam memakai hotel Abbas Syariah Kudus.

Hasil riset ini, sudah dibantu oleh penemuan Hidayat, dkk (2021) membuktikan bahwa *Muslim Friendly Facilities* mempengaruhi positif serta penting kepada ketetapan pembelian. Sarana penginapan sudah jadi salah satu faktor utama seseorang dalam memilih hotel. Menyadari pentingnya faktor fasilitas sebagai dasar bagi konsumen untuk memutuskan menginap, pihak hotel memperluas jangkauan pemasaran dengan mengembangkan fasilitas ramah Muslim. Fasilitas ramah Muslim merupakan suatu fasilitas yang hanya menyediakan tempat beribadah, makanan dan minuman halal, musholla hotel, Al-Qur'an, dan perlengkapan sholat lengkap di masing-masing ruang hotel.³¹

Hasil riset ini pula searah dengan penemuan yang dicoba oleh Rasyid dan Dewi (2019) memperoleh hasil bahwa *muslim friendly facilities* mempengaruhi positif serta penting kepada keputusan konsumen.³² Penelitian tersebut, juga sejalan dengan

³⁰ Yuniar, dkk, "Engaging Halal Lifestyle toward Purchase Intention of Event Marketing: A Study on Car Free Day Activities in Aceh", *International Journal of Business, Economics and Social Development* 1, Issue 3, (2020): 164.

³¹ Ali Akbar Hidayat, dkk, "Influence of Muslim-Friendly Facilities, Prices, and Locations on Decisions to Stay at Three and Four-Star Hotels in Mataram City", *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)* 5, Issue-1, (2021): 416.

³² Rafika Isya Rasyid, "Factors of Muslim-Friendly Amenities & Lifestyle and Service Quality Affecting Halal Travel Intention to Indonesia", (2019): 38.

hasil riset Viranti serta Ginanjar (2015) yang melaporkan pula kalau *muslim friendly facilities* berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.³³

3. Pengaruh *Knowledge* terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Hotel Syariah

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa variabel *knowledge* (X_3) memiliki akibat positif yang penting kepada keputusan konsumen. Hasil ini dibuktikan dengan angka antara t jumlah sebesar 5,042 lebih besar dengan angka t bagan sebesar 1,9814. Maksudnya terus menjadi besar *knowledge* yang dimiliki seseorang pelanggan, hingga ini hendak bisa meningkatkan keputusan konsumen dalam memakai hotel Abbas Syariah Kudus.

Hasil riset ini, sudah dibantu oleh penemuan yang dicoba Rajaguguk, dkk (2021) mempelajari mengenai akibat wawasan produk kepada ketetapan pembelian konsumen *homesmart* dengan sampel sebanyak 96 responden membuktikan bahwa wawasan produk memiliki dampak yang positif dan berarti pada ketetapan pembelian. Wawasan produk ialah elastis abstrak yang berarti dalam sikap pelanggan serta di mempengaruhi oleh pengumpulan data, alhasil pelanggan berfikir kalau mereka mempunyai wawasan produk yang besar hendak percayakan pada petunjuk *intrinsic* dan memperimbangkan kualitas produk karena mereka sadari pentingnya data mengenai sesuatu produk.³⁴

Riset itu pula searah dengan riset Hariyanto (2016) yang melaporkan kalau *knowledge* mempengaruhi positif serta penting kepada ketetapan pelanggan.³⁵ Riset Maharani (2019) pula melaporkan kalau *knowledge* berpengaruh positif serta penting kepada ketetapan pelanggan.³⁶

³³ Firza Aulia Viranti dan Adhitya Ginanjar, “Influence of Facilities, Promotion, Product and Location Islamic Banking on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRIS Case Study in BRI Syariah”,

³⁴ Selfi Dayanti, dkk, “Pengaruh *Perceived Security* dan *Information Quality* terhadap *Trust* serta Dampaknya terhadap *Online Purchase Intention*”, *Jurnal Syntax Admiration* 2, No. 11, (November 2021): 2159.

³⁵ Sonny Hanjaya, “Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk dan Keragaman Menu terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte”, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 1, No. 2, (Juni 2016): 1.

³⁶ Novita Kusuma Maharani, “Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal”, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam* 3, No. 1, (Juni 2019): 1.