

Faktor-Faktor Mempengaruhi Minat Wisatawan dalam Pemilihan Hotel Bunda Syariah pada Masa New Normal

Pepy Afrilian¹, Latifah Hanum²

¹² Pariwisata Syariah, FAKultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Batusangkar
Email: pepyafrilian@iainbatusangkar.ac.id¹, Latifahhanum765@gmail.com²

Abstract

Covid-19 virus has changed the order of human life and this situation must be adapted to the tourism industry, one of which is the Bunda Sharia hotel Bukittinggi, to be able to survive the Covid-19 pandemic, what needs to be done by analyzing the interest of tourists to still choose Sharia hotels even in the new normal during the Covid-19 pandemic. The purpose of this study is to find out and analyze what factors affect tourists' interest in the selection of Syariah hotels in the new normal with quantitative methods and data analysis techniques used the stages of affirmative factor analysis. Using 6 factors, namely facility factors, service factors, religiosity factors, price factors, location factors, and standard covid-19 factors. The results showed that having a positive regression and t-value coefficient means a significant effect on the interest of tourists staying in Bunda Sharia hotels, namely facility factors, service factors, religiosity factors, location factors, and price factors. The study also revealed that the covid-19 standard factor has a regression coefficient of -0.33 and a t-value of -2.12 means that the standard factor of covid-19 becomes a factor that affects tourist interest but significantly affects its influence.

Keywords: *Syariah Tourism, Hospitality, Tourism Industri, Acomodation*

Abstrak

Virus covid-19 telah merubah tatanan kehidupan manusia dan keadaan ini harus diadaptasi pada industri pariwisata salah satunya adalah industri hotel syariah di Bukittinggi, untuk bisa bertahan pada masa pandemic covid-19 maka yang perlu dilakukan dengan menganalisa minat wisatawan untuk tetap memilih hotel syariah meski dalam keadaan new normal masa pandemic covid-19. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam pemilihan hotel syariah dimasa new normal pada tahun 2021 dengan metode kuantitatif dan teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan tahapan analisis faktor konfirmatori. Penelitian ini menggunakan 6 faktor yaitu faktor fasilitas, faktor pelayanan, faktor religiusitas, faktor harga, faktor lokasi, faktor standar covid-19. Hasil penelitian menunjukkan yang memiliki koefisien regresi dan t-value yang positif berarti berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan menginap di hotel syariah Bunda yaitu faktor fasilitas, faktor pelayanan, faktor religiusitas, faktor lokasi, dan faktor harga. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa faktor standar covid-19 memiliki koefisien regresi -0,33 dan t-value -2,12 berarti faktor standar covid-19 menjadi faktor yang berpengaruh terhadap minat wisatawan tetapi tidak signifikan pengaruhnya.

Kata kunci: *Pariwisata Syariah, Industri Pariwisata, Akomodasi, Covid-19*

Informasi Artikel

Diterima Redaksi: 23 April 2022

| Selesai Revisi: 18 Juli 2022

| Diterbitkan Online: 31 Oktober 2021

PENDAHULUAN

Industri pariwisata halal berkembang sejalan dengan kebutuhan manusia dengan gaya hidup sesuai dengan nilai agama sehingga mendorong industri untuk memfasilitasi wisatawan untuk kenyamanan yang lebih dikenal wisata Ramah Muslim yang telah diadopsi oleh berbagai daerah di Indonesia dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga menargetkan wisatawan mancanegara Muslim yang datang ke Indonesia bisa mencapai enam juta pengunjung pada tahun 2024 (Ayatina et al. 2021; Nesvianda, Malik, and Hidayat 2016). Target tersebut dioptimalisasi oleh Kota Bukittinggi yang selaras dengan tujuan pariwisatanya adalah wisata Ramah Muslim dengan nilai agama sesuai dengan budaya Kota Bukittinggi (Wibowo 2020). Kota Bukittinggi sebagai kota wisata juga mendorong akomodasi Ramah Muslim, hal ini diperkuat oleh data BPS kota Bukittinggi menjelaskan jumlah hotel/ jasa akomodasi di Kota Bukittinggi tahun 2019 mencapai 118 hotel/ jasa akomodasi dengan 50% dari data ini adalah hotel syariah (Nugroho, Utami, and Doktoralina 2019).

Dorongan yang kuat akan Wisata Ramah Muslim membuat hotel syariah terus memperkuat posisinya seperti Hotel Bunda Syariah yang memiliki fasilitas hotel berbintang empat mengalami peningkatan persentase *accopancy* dari tahun 2016 sampai 2018 sebesar 1% dan peningkatan 3% pada tahun 2018 ke 2019. Dari data ini dapat disimpulkan Hotel Syariah Bunda terus mengalami peningkatan jumlah tamu yang menginap. Peningkatan ini juga membuat Hotel Syariah Bunda Bukittinggi berharap lebih pada tahun 2020 namun pada awal tahun 2020 harus dihadapkan oleh wabah virus covid-19. Wabah ini membuat Kota Bukittinggi menerapkan berbagai kebijakan, dimulai dari kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan pada bulan Agustus 2020 kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) sehingga segala kebijakan ini meminimalisir pergerakan masyarakat keluar dan bertujuan mengurangi mobilisasi wisatawan sehingga berdampak pada tingkat kunjungan yang menurun. Dan wisatawan tidak bisa bebas melakukan aktivitas wisata (Herdiana 2020).

Keadaan dengan wabah covid-19 membuat industri akomodasi mencari alternatif agar tetap bertahan yaitu dengan adaptasi pariwisata pada masa *new normal* yang dikenal dengan CHSE (*cleanliness, health, safety, environment*) (Sanjaya, Putu, and Sari 2021; Siagian, Berybe, and Panjaitan 2020). CHSE (*cleanliness, health, safety, environment*) hadir sebagai solusi untuk menyakinkan wisatawan dapat berwisata dalam penerapan protokol kesehatan. Untuk mengoptimalkan CHSE (*cleanliness, health, safety, environment*) pada seluruh sektor wisata, maka Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menghadirkan sertifikasi CHSE (*cleanliness, health, safety, environment*) dengan matriks indikator penilaian protokol kesehatan dan sertifikat CHSE (*cleanliness, health, safety, environment*) telah menjadi angin segar untuk Hotel Syariah Bunda Bukittinggi.

Pada tahun 2021 hotel Syariah Bunda Bukittinggi lolos sertifikasi CHSE oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan katagori memuaskan. Pencapaian ini disambut baik oleh wisatawan untuk melakukan aktivitas pariwisata di masa *new normal* dengan berwisata menginap di hotel syariah Bunda yang dikenal dengan *staycation*. *Staycation* adalah berlibur hanya di hotel yang dekat dengan tempat tinggal (Bafadhal 2021; Erarkana, Wahyuningrum, and Prianto 2020; Vicy Andriany 2021). *Staycation* juga menjadi peluang wisata baru pada hotel syariah terutama Hotel Syariah Bunda Bukittinggi untuk terus melakukan strategi dalam menarik wisatawan ada masa *new normal* untuk melakukan pemesanan kamar melalui pendekatan faktor-faktor minat menginap.

Penelitian terdahulu (Karnita 2021; Kholilah 2022) disimpulkan bahwa minat wisatawan terhadap pemilihan hotel syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang pertama yaitu faktor fasilitas (Adriansyah et al. 2021). Fasilitas dalam hotel syariah secara umum hampir sama dengan hotel konvensional seperti fasilitas utama yaitu kamar, restaurant, lobby dan tempat khusus untuk meeting, yang membedakan konsep hotel Syariah terletak pada fasilitas tambahan yaitu tempat beribadah, fasilitas tempat bersuci dan fasilitas lembaga keuangan syariah (Irza 2018; Nesvianda et al. 2016). Pada masa *new normal*, untuk fasilitas ini juga mengalami perubahan yaitu adanya fasilitas pendukung berupa fasilitas yang disediakan sesuai dengan protokol kesehatan standar covid-19 yaitu fasilitas sarana cuci tangan dengan sabun (CTPS)/hand, fasilitas area dan peralatan pemeriksaan suhu tubuh dan kondisi kesehatan tamu dan karyawan, fasilitas area dan peralatan untuk membersihkan barang tamu dan karyawan dengan disinfektan/ cairan pembersih lain yang aman, fasilitas peta lokasi jalur evakuasi dan titik kumpul dan fasilitas pelindung transparan/partisi antara resepsionis dan tamu. Faktor minat selanjutnya adalah pelayanan. Pelayanan yang berbeda dari sebelum pandemic dan masa pandemic adalah adanya mengecek suhu.

Penelitian terdahulu (Irza 2018; Karnita 2021) menggunakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tamu menginap adalah faktor fasilitas, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan dimana hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel fasilitas dan lokasi terhadap keputusan sedangkan untuk variabel harga dan kualitas pelayanan terdapat pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan tamu menginap Di Hotel Saudara Syariah Medan.

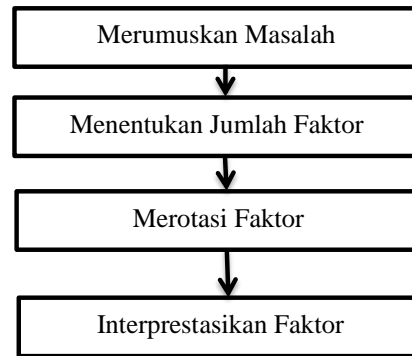
Berdasarkan rujukan penelitian terdahulu, peneliti menggunakan faktor-faktor dalam minat pemilihan hotel syariah antara lain, faktor fasilitas, pelayanan, harga, lokasi, religiusitas dan Standar Covid-19 di masa *new normal* tahun 2021. Membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dengan penambahan variabel *new normal* karena penelitian dilakukan pada masa *pandemic* Covid-19 dengan fokus penelitian ini dari faktor-faktor tersebut apakah faktor yang menjadi minat wisatawan dalam pemilihan hotel syariah dalam kali ini studi kasus hotel syariah Bunda Bukittinggi. Banyaknya alasan yang mendorong wisatawan untuk memilih hotel syariah, maka peneliti ingin sekali menganalisa faktor-faktor tersebut sehingga hasil dari penelitian ini bisa menjadi referensi industri perhotelan syariah secara umum dan khususnya menjadi masukan untuk hotel Syariah Bunda Bukittinggi dalam mempertahankan faktor yang berpengaruh positif dan memperbaiki faktor yang kurang signifikan pengaruhnya sehingga posisi hotel syariah tetap menjadi faktor penarik wisata untuk memilih hotel syariah saat melakukan perjalanan di masa pandemic covid-19 ini.

Berdasarkan latar belakang ini maka rumusan masalah penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh faktor fasilitas, faktor religiusitas, faktor harga, faktor lokasi dan faktor memenuhi standar covid terhadap minat wisatawan dalam pemilihan hotel Syariah Bunda Bukittinggi dan faktor mana saja yang mendominasi secara signifikan mempengaruhi minat wisatawan dalam pemilihan hotel Syariah Bunda Bukittinggi

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori yaitu analisis yang bertujuan untuk menguji teori secara empiris atau melakukan konfirmasi mengenai struktur faktor yang sudah ada dengan tahapan merumuskan masalah,

Menyusun matrik kolerasi dan menentukan jumlah faktor (Efendi and Trijoyo 2012). Analisis faktor konfirmatori terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Analisis faktor konfirmatori

Populasi penelitian ini sebanyak 119 tamu sehingga pemilihan sampel yang digunakan peneliti menggunakan rumus slovin $n = N / (1 + (N \times e^2))$ dan margin eror yang ditetapkan 10%, dari hasil hitungan rumus slovin dapat ditentukan sebanyak 50 orang yang menjadi sampel penelitian ini. Data dalam penelitian ini didapatkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner (angket) dan dokumentasi berupa data dari internal Hotel Bunda Syariah. Instrument penelitian ini berisi pertanyaan mengenai variabel faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam pemilihan Bunda Hotel Bukittinggi sebagai tempat menginap dengan rujukan dengan penelitian terdahulu (Kholilah 2022) yang berjudul, “Analisis Faktor Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pemilihan Hotel Syariah di Kota Medan”. Sebelum instrument digunakan lebih lanjut, maka perlu dilakukan uji validitas yang secara empiric dinyatakan dengan koefisien, yaitu koefisien validitas. Koefisien ini hanya memiliki arti yang positif (+) dan berkisar antara angka 0,0 sampai 1,0 dan reliabilitas terlebih dahulu pada instrument penelitian.

Untuk mendapatkan kriteria model yang dapat diterima, diperlukan modifikasi dengan cara menghubungkan butir pertanyaan yang harus dimodifikasi dengan indikatornya dengan hasil goodness-of-fit model yang telah dimodifikasi dengan hasil valid dimana nilai Chi-Square 259, 40, $df= 197$, $P\text{-Value}= 0,00190$, $RMSEA= 0,080$ yang dapat diartikan bahwa semua butir yang telah dimodifikasi sudah baik. Setelah kriteria *goodness of fit* pada model struktural terpenuhi, tahap berikutnya adalah analisis struktural model hubungan antar variabel. Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui survey sehingga menghasilkan kerangka berfikir penelitian kali ini seperti tampak pada Gambar 2.

Berdasarkan kerangka berfikir ini kemudian penulis membuat hipotesis penelitian. Adapun hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

Ho1 = Faktor fasilitas tidak signifikan mempengaruhi minat wisatawan

Ha1 = Faktor fasilitas signifikan mempengaruhi minat wisatawan

Ho2 = Faktor pelayanan tidak signifikan mempengaruhi minat wisatawan

Ha2 = Faktor pelayanan signifikan mempengaruhi minat wisatawan

Ho3 = Faktor harga tidak signifikan mempengaruhi minat wisatawan

Ha3 = Faktor Harga signifikan mempengaruhi minat wisatawan

Ho4= Faktor lokasi tidak signifikan mempengaruhi minat wisatawan

Ha4= Faktor lokasi signifikan mempengaruhi minat wisatawan

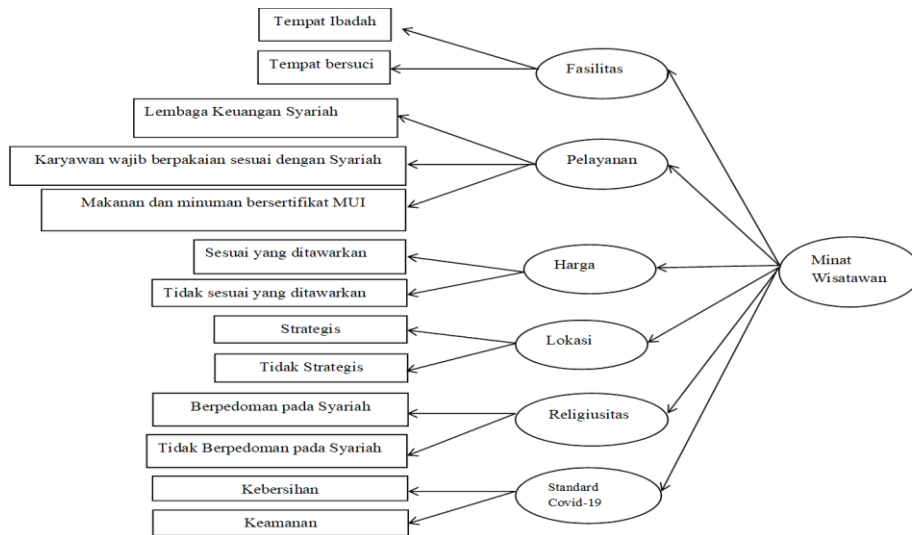
Ho5 = Faktor religiusitas tidak signifikan mempengaruhi minat wisatawan

Ha5 = Faktor religiusitas signifikan mempengaruhi minat wisatawan

Ho6 = Faktor standar covid-19 tidak signifikan mempengaruhi minat wisatawan

Ha6 = Faktor standar covid-19 signifikan mempengaruhi minat wisatawan

Ho7 = Faktor Fasilitas, Pelayanan, Harga, Lokasi, Religiusitas dan standar covid-19 tidak signifikan
Ha7 = Faktor Fasilitas, Pelayanan, Harga, Lokasi, Religiusitas dan standar covid-19 signifikan



Sumber: Olahan penulis (2021)

Gambar 2. Kerangka Berfikir Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan selama 2021 dengan deskripsi data ditemukan dari sisi usia didominasi oleh usia 18 – 25 tahun yakni 36 %, dilanjutkan 31 – 40 tahun (30%), dan usia 26 – 30 tahun (18%), lebih besar dari >40 tahun (16%). Dari sisi pekerjaan, responden yang menginap masih banyak didominasi oleh wiraswasta (46%), dilanjutkan pelajar/mahasiswa (29%), kemudian pegawai negeri (22%), dan terakhir karyawan swasta (3%). Dari data diatas dapat disimpulkan responden peneliti adalah usia 18 tahun – 40 tahun dengan pekerjaan yang dominan wiraswasta.

Data yang sudah didapat kemudian dilakukan uji validitas untuk mendapatkan kriteria model yang dapat diterima, diperlukan modifikasi dengan cara menghubungkan butir pertanyaan yang harus dimodifikasi dengan indikatornya. Holmes-Smith (2001) menyatakan bahwa berdasarkan tingkat $\alpha = 0,05$, parameter yang memiliki nilai $t \geq 1,96$ dianggap signifikan. Parameter dianggap tidak signifikan, apabila nilai $t < 1,96$, sehingga dapat dihapus dari model. Disebutkan juga bahwa variabel terobservasi bersifat valid ketika memiliki $R^2 \geq 0,50$. Tabel 1 merupakan hasil *goodness-of-fit-model* yang telah dimodifikasi.

Model yang disajikan masih belum menunjukkan *Goodness of Fit* maka dilakukan modifikasi kembali terhadap model tersebut, dengan menghubungkan butir 11 dan butir 12 ke indikator 2. Selanjutnya kenapa butir 23 di kosongkan karena butir 23 merupakan jbaran pertanyaan dari standar covid-19 yang memiliki satu pertanyaan saja. Hal ini menyebabkan butir 23 sulit di olah karena kelemahannya yaitu hanya memiliki satu butir pertanyaan saja. Meskipun begitu kemungkinan besar butir 23 itu valid dan tabel 1. diatas adalah hasil uji *Goodness-of-fit-Model* yang sudah dimodifikasi yaitu untuk mendapatkan kriteria model yang dapat diterima, diperlukan modifikasi dengan cara menghubungkan butir pertanyaan yang harus dimodifikasi dengan indikatornya.

Tabel 1. Uji Validitas Pengujian *Goodness of fit model* setelah modifikasi

Butir	Koefisien	T-Value	Keterangan
1	0,38	2,52	Valid
2	0,54	3,70	Valid
3	0,77	5,36	Valid
4	0,43	2,99	Valid
5	0,68	5,12	Valid
6	0,66	4,94	Valid
7	0,80	6,35	Valid
8	0,63	4,64	Valid
9	0,61	4,48	Valid
10	0,46	3,25	Valid
11	0,58	3,69	Valid
12	0,54	3,66	Valid
13	0,93	8,05	Valid
14	0,81	6,58	Valid
15	0,39	2,74	Valid
16	0,50	3,58	Valid
17	0,89	7,51	Valid
18	0,87	7,29	Valid
19	0,68	5,14	Valid
20	0,63	4,43	Valid
21	0,81	6,05	Valid
22	0,64	4,52	Valid
23	-	-	Valid

Sumber : Hasil olahan data Lisrel 8.80, 2021

Setelah kriteria *goodness of fit* pada model struktural terpenuhi, tahap berikutnya adalah analisis struktural model hubungan antar variabel. Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui *survey* (Firdaos 2016). Adapun hasil uji hipotesis sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Hipotesis

Faktor	Koefisien	T-Value	Keterangan
Fasilitas	0,52	3,39	Signifikan
Pelayanan	0,70	5,07	Signifikan
Religiusitas	0,77	5,70	Signifikan
Harga	0,68	4,92	Signifikan
Lokasi	0,72	5,26	Signifikan
Standar Covid	-0,33	-2,12	Signifikan

Sumber : Hasil olahan data Lisrel 8.80, 2021

Tabel 2 menjelaskan hasil pengujian dengan program Lisrel 8.80 menunjukkan bahwa pengaruh seluruh faktor yang diteliti pada penelitian ini adalah signifikan dengan hubungan positif, kecuali faktor standar covid-19 yang memiliki hubungan negatif terhadap

minat wisatawan dan kemungkinan besar yang mendasari timbulnya hubungan negatif karena penelitian ini hanya memfokuskan ke satu pertanyaan/ Pernyataan saja ketika pembuatan kuesioner penelitian. Sehingga pertanyaan/ pernyataan mengenai standar covid-19 hanya memiliki satu jawaban saja dan membuat faktor ini mengalami signifikan dengan hubungan yang negatif.

1. Faktor Fasilitas Terhadap Minat Wisatawan

Fasilitas adalah segala sesuatu yang digunakan, dipakai, ditempati, dan dinikmati suatu bentuk untuk menambah nilai suatu produk atau jasa menjadi lebih menarik (Irza 2018). Bunda Syariah Hotel Bukittinggi adalah hotel yang menyajikan konsep ramah muslim. Dalam teori fasilitas dibagi menjadi fasilitas utama, pendukung dan penunjang adapun faktor fasilitas utama seperti kamar yang terdiri dari beberapa type yaitu, kamar *executive, deluxe, superior* dengan kelengkapan Seluruh dengan TV, air panas dan dingin, sajadah, Al-Qur'an, AC, laundry bag yang tetap menggunakan prinsip keamanan covid-19 namun yang diutamakan dilakukan perubahan oleh Bunda Hotel dimasa *new normal* adalah dengan fasilitas pendukungnya seperti tempat beribadah dan tempat bersuci untuk menimbulkan minat wisatawan menginap di Bunda Hotel Bukittinggi saat masa *new normal covid-19*.

Tabel 3. Uji Hipotesisi Faktor Fasilitas Terhadap Minat Wisatawan

Faktor	Koefisien	T-Value	Keterangan
Fasilitas	0,52	3,39	Signifikan

Sumber : Hasil olahan data Lisrel 8.80, 2021

Tabel 3 menjelaskan bahwa pengaruh faktor fasilitas terhadap minat wisatawan menginap di Bunda Hotel Bukittinggi adalah signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,52 dan t-value 3,39 yang artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin tinggi perubahan fasilitas hotel selama masa *new normal* maka semakin tinggi minat wisatawan untuk menginap di Bunda Hotel saat masa *new normal covid-19*. Hubungan positif ini terjadi karena pihak hotel selalu memperhatikan perubahan fasilitasnya dimasa *new normal covid-19* mengikuti standar covid-19.

2. Faktor Pelayanan Terhadap Minat Wisatawan

Pelayanan adalah ciri, karakteristik atau sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen dinyatakan atau yang tersirat. Pelayanan adalah jadi poin yang tidak kalah penting dalam pemilihan hotel terutama hotel syariah dengan pelayanan yang ramah berkonsep syariah yaitu memberikan pelayanan ikhlas, menyapa dengan salam dan memberikan senyuman sebagai ibadah berhasil menyentuh qolbu tamu dan memberikan rasa tenang saat menginap di Hotel Syariah Bunda Bukittinggi pada masa *pandemic covid-19* dengan tabel dibawah ini:

Tabel 4. Uji Hipotesisi Faktor Pelayanan Terhadap Minat Wisatawan

Faktor	Koefisien	T-Value	Keterangan
Pelayanan	0,70	5,70	Signifikan

Sumber : Hasil olahan data Lisrel 8.80, 2021

Tabel 4 menunjukkan faktor pelayanan terhadap minat wisatawan menginap di Bunda Hotel mempunyai pengaruh signifikan. Hal itu ditunjukkan dengan memiliki

koefisien regresi sebesar 0,70 dan t-value sebesar 5,07 artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin tinggi pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi minat wisatawan menginap di Bunda Hotel Bukittinggi dimasa new normal covid-19. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas hal tersebut untuk memenuhi harapan konsumen Kualitas pelayanan keseluruhan ditentukan oleh kesesuaian keinginan yang dihasilkan dari perbandingan keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen. Sehingga disini pelayanan yang diberikan selama masa new normal meski sosial menerapkan sosial distancing dan adanya jarak antara petugas dengan tamu tidak menjadi penghalang untuk tamu merasakan pelayanan yang baik

3. Faktor Religiusitas Terhadap Minat Wisatawan

Religiusitas adalah segala hal syariah berhubungan dengan kognisi (pengetahuan beragama, keyakinan beragama) yang menjadi nilai tambah dalam penerapan hotel syariah (Heru Sulisty, 2011). Dalam hal ini religiusitas adalah segala hal yang menjadi nilai tambah hotel syariah. Faktor religiusitas terhadap minat wisatawan adalah berpengaruh signifikan. Hal itu ditunjukkan dari tabel dibawah ini yang memiliki koefisien regresi sebesar 0,77 dan t-value sebesar 5,70.

Tabel 5. Uji Hipotesis Faktor Religiusitas Terhadap Minat Wisatawan

Faktor	Koefisien	T-Value	Keterangan
Religiusitas	0,77	5,70	Signifikan

Sumber : Hasil olahan data Lisrel 8.80, 2021

Faktor religiusitas terhadap minat wisatawan adalah berpengaruh signifikan. Hal itu ditunjukkan dengan memiliki koefisien regresi sebesar 0,77 dan t-value sebesar 5,70 yang artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin tinggi penerapan faktor religiusitas maka akan semakin tinggi keyakinan minat wisatawan untuk menginap di Bunda Hotel Bukittinggi dimasa *new normal* covid-19.

Hubungan positif ini terjadi karena yang karyawan Bunda Hotel sebagai Hotel Syariah telah menerapkan prinsip syariah kepada setiap tamu/wisatawan yang menginap disana dan bisa seperti pengecekan data reservasi, penggunaan label syariah hingga makanan yang penerapannya sesuai standar syariah islam menjadikan wisatawan untuk minat menginap terutama dimasa *new normal* covid-19 yang penerapan prinsip syariah ini sangat berhubungan dengan prinsip kesehatan dan kebershihan dimasa pandemic covid-19 dan ini dapat menjadi nilai tambah bagi hotel syariah Bunda Bukittinggi.

4. Faktor Harga Terhadap Minat Wisatawan

Dalam menentukan harga barang atau jasa setiap perusahaan perlu menentukan tujuan dengan mempertimbangkan kombinasi produk dan pelayanan. Harga sering sekali menjadi penarik perhatian calon konsumen. Dalam masa *new normal* ini sebagai *reborn* dari industri pariwisata sehingga dilakukan beberapa strategi salah satunya strategi dengan memberikan promo-promo harga kamar yang murah bagi setiap calon konsumen yang akan menginap disana dengan masa-masa waktu yang ditentukan. Selain dengan harga promo juga diberikan potongan harga kepada tour travel yang sudah bekerjasama. Faktor harga juga mempengaruhi minat wisatawan secara signifikan yang memiliki koefisien regresi sebesar 0,68 dan t-value sebesar 4,92 seperti pada tabel dibawah:

Tabel 6. Uji Hipotesis Faktor Harga Terhadap Minat Wisatawan

Faktor	Koefisien	T-Value	Keterangan
Harga	0,68	4,92	Signifikan

Sumber : Hasil olahan data Lisrel 8.80, 2021

Tabel 6 menjelaskan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin terjangkau harga menginap maka semakin tinggi minat wisatawan menginap di Hotel Syariah Bunda Bukittinggi dimasa *new normal* covid-19. Hubungan positif ini terjadi karena Hotel Syariah Bunda Bukittinggi selalu memberikan harga yang sesuai dengan pelaksanaan penerapan standar covid-19. Segala fasilitas tambahan pada masa covid-19 ini tidak merusak harga Bunda Hotel Bukittinggi yang menjadikan wisatawan berminat menginap di Bunda Hotel pada masa *new normal* covid-19 lebih memilih hotel Bunda Bukittinggi. Harga yang di terapkan oleh Bunda Hotel juga telah menerapkan prinsip syariah yaitu tidak menjebak wisatawan dengan iming-iming promo dan untuk itu, harga sudah sesuai dengan harga yang dipromosikan kepada calon tamu tidak adanya manipulasi dalam masalah harga dan strategi pada harga ini menjadi nilai yang positif dalam faktor pemilihan konsumen untuk memilih Hotel Syariah Bunda Bukittinggi. Kedepannya, strategi harga ini masih bisa diterapkan dan dikembangkan untuk menarik hati konsumen sebab harga menjadi faktor yang positif untuk pemilihan Hotel Syariah Bunda Bukittinggi.

5. Faktor Lokasi Terhadap Minat Wisatawan

Lokasi yang strategis dan memiliki daya tempu yang dekat membuat konsumen tertarik melakukan keputusan dalam menggunakan suatu produk berupa barang atau jasa (Sari, Rahayu, and Rini 2021). Lokasi yang baik adalah lokasi yang tidak menyulitkan calon tamu sehingga penentuan lokasi sering kali menjadi faktor dalam pemilihan hotel. Hasil dari penelitian yang didapatkan sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Hipotesis Faktor Lokasi Terhadap Minat Wisatawan

Faktor	Koefisien	T-Value	Keterangan
Lokasi	0,72	5,26	Signifikan

Sumber : Hasil olahan data Lisrel 8.80, 2021

Tabel 7 menjelaskan bahwa faktor lokasi terhadap minat wisatawan berpengaruh secara signifikan yang memiliki koefisien regresi sebesar 0,72 dan t-value sebesar 5,26 artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin strategis lokasi hotel maka semakin tinggi minat wisatawan menginap di Hotel Syariah Bunda Bukittinggi dimasa *new normal*. Lokasi hotel Bunda Syariah berada di pusat kota Bukittinggi berada pada lokasi yang sangat strategis, dekat dengan objek wisata, fasilitas belanja, kawasan bisnis dan fasilitas umum lain terutama pada masa *pandemic* covid-19 sehingga mobilisasi wisatawan lebih mudah dijangkau tanpa harus berkendara lagi, sehingga nilai lokasi menjadi faktor yang signifikan dan baik untuk minat wisatawan memilih hotel. Meskipun dalam kondisi *new normal*, wisatawan tidak terlalu banyak aktivitas diluar hotel seperti berkunjung ke objek wisata namun dengan lokasi yang strategis ini menjadi faktor yang positif untuk wisatawan memilih hotel Syariah Bunda Bukittinggi.

6. Faktor Standar Covid Terhadap Minat Wisatawan

Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) membuat panduan penerapan *new normal* di hotel dan restoran. Panduan itu salah satunya mengatur soal pengaturan

tamu hotel dan restoran. Pengelola hotel dan restoran harus menjaga jarak antar tamu. Hal itu bisa dilakukan dengan membatasi lama waktu makan setiap tamu. Panduan *new normal* ini meliputi kebersihan umum untuk karyawan, untuk tamu, dan pihak ketiga (Sanjaya et al. 2021).

Bagi tamu yang *check-in* akan ada administrasi tambahan yaitu formulir yang wajib diisi seperti keterangan apakah pernah berpergian ke luar kota, tujuan menginap, serta gejala-gejala ringan seperti batuk/pilek, dan dalam hal ini juga sesuai dengan sertifikasi CHSE.

Table 8. Uji Hipotesis Faktor Standar Covid Terhadap Minat Wisatawan

Faktor	Koefisien	T-Value	Keterangan
Standar Covid	-0,33	-2,12	Signifikan

Sumber : Hasil olahan data Lisrel 8.80, 2021

Faktor standar covid-19 terhadap minat wisatawan adalah signifikan, namun faktor standar covid-19 memiliki pengaruh negatif terhadap minat wisatawan yang ditunjukkan memiliki koefisien regresi sebesar -0,33 dan t-value sebesar -2,12 dengan makna bahwa masih rendahnya keinginan wisatawan untuk memilih hotel syariah karena penerapan standar covid-19 atau sertifikat CHSE. Hal ini memungkinkan terjadi timbulnya hubungan negatif karena dinilai secara keseluruhan faktor-faktor yang lain sudah dikondisikan dengan standar covid-19 sehingga poin pertanyaan faktor standar covid-19 dengan indikator sendiri yaitu dengan identifikasi sertifikat CHSE dari Kementerian Pariwisata menjadi tidak pengaruh yang besar dalam faktor minat wisatawan memilih hotel syariah pada masa *new normal*.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam pemilihan hotel Syariah Bunda Hotel Bukittinggi pada masa *new normal* dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor fasilitas pada hotel syariah pada masa *new normal* berpengaruh terhadap minat wisatawan menginap di Bunda Hotel Bukittinggi sehingga untuk kedepannya segala fasilitas yang telah sesuai dengan mengikuti prinsip syariah dan fasilitas tambahan yang disesuaikan protokol kesehatan standar covid-19 tetap dijaga dengan baik dan fasilitas tetap *update* mengikuti kebutuhan tamu yang menginap sehingga tamu tetap akan memilih hotel syariah di masa *new normal*.

Kemudiann dapat disimpulkan faktor pelayanan pada hotel syariah Bunda Bukittinggi berpengaruh terhadap minat wisatawan menginap dimasa *new normal* sehingga pelayanan yang sudah memenuhi prinsip syariah terus diterapkan dan dikondisikan dengan protokol kesehatan. Hasil peneltiian ini menjelaskan, pelayanan yang sudah memenuhi prinsip syariah menyentuh hati wisatawan meskipun harus dibatasi oleh jarak pada masa *new normal*. Selanjutnya, faktor religiusitas pada hotel Syariah Bunda Bukittinggi berpengaruh terhadap minat wisatawan menginap pada masa *new normal* karena prinsip protokol kesehatan covid-19 juga selaras dengan prinsip religiusitas hotel sehingga wisatawan berminat untuk memilih hotel syariah untuk menginap pada masa *new normal*.

Faktor harga dan lokasi pada hotel syariah Bunda Bukititnggi juga berpengaruh terhadap minat wisatawan menginap dimasa *new normal* sebab *rate* dan lokasi yang sesuai dengan yang dijanjikan membuat wisatawan lebih aman dan tenang memilih hotel syariah

Bunda Bukittinggi dalam masa *new normal* dan faktor standar covid-19 berpengaruh terhadap minat wisatawan menginap di Bunda Hotel Bukittinggi dimasa *new normal*.

Seluruh faktor dari faktor fasilitas, faktor pelayanan, faktor religiusitas, faktor harga, faktor lokasi, dan faktor standar covid-19 berpengaruh terhadap minat wisatawan menginap di Hotel Syariah Bunda Bukittinggi dimasa *new normal* dan hasil penelitian menunjukkan faktor yang mendominasi signifikan mempengaruhi minat wisatawan memilih Hotel Syariah Bunda Bukittinggi adalah faktor religiusitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, Henry Martin, Agama Islam, Edi Haryono, Madani Riau, and I. A. I. Ehmri. 2021. Tren Kemasan Syariah Dalam Perhotelan Di Indonesia. *MAPAN: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi Dan Perbankan* 2(1):1–14.
- Ayatina, Haerini, Fakhriyah Tri Astuti, Muhammad Miqdam Makfi, Prinsip Syariah, Parawisata Halal, and A. Pendahuluan. 2021. “Tren Bisnis & Penerapan Prinsip Syariah Pada Industri Perhotelan Pariwisata Halal Di Indonesia.” *At-Thullab Jurnal* 2:506–18.
- Bafadhil, Aniesa Samira. 2021. “Staycation During COVID-19 Pandemic with Virtual Tourism: Tele-Tourist ’ s Attitude Toward Experience in Cultural Heritage Destination.” *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies* 9(2):21776. doi: 10.21776/ub.jitode.2021.009.02.01.
- Efendi, M. Mushonnif, and Dwi Trijoyo. 2012. Analisis Faktor Konfirmatori Untuk Mengetahui Kesadaran Berlalu Lintas Pengendara Sepeda Motor Di Surabaya Timur. 1(1).
- Erarkana, Bagas Rafif, S. R. I. Hartuti Wahyuningrum, and Eddy Prianto. 2020. City Hotel * 5 Dengan Konsep Staycation Di Semarang. *Jurnal Poster Pirata Syadana* 02(1):151.
- Firdaos, Rijal. 2016. Aplikasi Analisis Faktor Konfirmatori. *Inferensi* 10(2):359–80.
- Herdiana, Dian. 2020. (Psbb) sebagai Upaya Penanggulangan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). *Decision: Jurnal Administrasi Publik* 2(2):1–14.
- Irza, verinita; fadhilah rizki. 2018. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Konsep Hotel Syariah (Sharia -Compliant Hotel) Di Hotel Bunda Padang. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)* 5(2):163–72.
- Karnita, Ita. 2021. Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Tamu Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Syariah Kota (The Influence of Guest Perception and Preference. 6:167–86. doi: 10.32659/tsj.v6i2.108.
- Kholilah, Hilma Lubis; Purnama Ramadani Silalahi; Khairina Tambunan. 2022. Analisis Faktor Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pemilihan Hotel Syariah Di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 2(1):102–10.
- Nesvianda, Filya, Zaini Abdul Malik, and Yayat Rahmat Hidayat. 2016. Analisis Fatwa DSN Nomor 108 / DSN-MUI / X / 2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah Di Hotel Wisma Syariah Aditya Belitung رَوَّعَ فِثْ ضَفَّ اَوْرَي كَلْ اَلْ ي مَبْ ذُؤْ لَؤْ ةَ بَق ع Artinya.” *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah* 116–23.
- Nugroho, Lucky, Wiwik Utami, and Caturida Meiwanto Doktoralina. 2019. Ekosistem Bisnis Wisata Halal Dalam Perspektif Maqasid Syariah. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal* 3(2):92–104. doi: 10.21070/perisai.v3i2.1964.
-

- Sanjaya, I. Wayan Kiki, Ni Putu, and Sartika Sari. 2021. The Implementation of Chse Program in Courtyard Hotel by Marriott Bali Nusa Dua Resort In Post-Covid-19 Pandemic. *Journal of Business on Hospitality and Tourism* 07(03):329–38.
- Sari, Nyta Rosidha, Paramita Rahayu, and Erma Fitria Rini. 2021. Potensi Dan Masalah Desa Wisata Batik: Studi Kasus Desa Girilayu, Kabupaten Karanganyar. *Desa-Kota* 3(1):77. doi: 10.20961/desa-kota.v3i1.34437.77-91.
- Siagian, Reynaldo Angga, Gregorius A. Berybe, and Thyophoida W. S. Panjaitan. 2020. Crisis Management in Managing Hotels in Labuan Bajo During The Covid-19 Pandemic. *Budapest International Research and Critics Institute Jurnal* 3:4163–72.
- Vicy Andriany. 2021. Trend Staycation Sebagai Potensi Bisnis Alternatif Peningkatan Perekonomian Di Masa Pandemi (2020). *Jurnal Ekobistek* 10(04):200–206. doi: 10.35134/ekobistek.v10i4.212.
- Wibowo, Muhammad Ghafur. 2020. Indeks Pariwisata Halal (Implementasi Fatwa DSN MUI Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah Di Kota Bukittinggi). 84 Muhammad Ghafur Wibowo *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* X(2):84–95.