

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara peringkat 1 pariwisata syariah dan mendapat predikat *Top Muslim Friendly Destination of The Year 2023* dalam *Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2023*. Salah satu kota yang mulai mengembangkan pariwisata syariah dengan berusaha mengembangkan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah adalah Semarang. Namun, masih sedikit penelitian yang melibatkan *Islamic service quality* dan *Muslim Customer Perceived Value* dari tamu hotel syariah. Selain itu, ditemukan inkonsistensi penelitian antara *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* yang dilakukan oleh penelitian terdahulu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada hotel syariah di Semarang melalui *Islamic service quality* dan *Muslim Customer Perceived Value*.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner dengan menggunakan teknik *purposive sampling* secara daring terhadap 202 responden. Kriteria responden penelitian adalah Muslim/Muslimah hotel yang pernah menginap di hotel syariah Semarang minimal 1 kali sebelumnya. Hasil dari pengumpulan data kuesioner yang telah diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode SEM-PLS (*Structural Equation Modelling Based Partial Least Square*) dengan menggunakan program SmartPLS 4.

Temuan penelitian ini berhasil membuktikan bahwa melalui *Islamic service quality* dan *Muslim Customer Perceived Value* dapat meningkatkan *customer satisfaction* dengan pengaruh positif signifikan. Hasil penelitian juga menunjukkan terdapat pengaruh positif signifikan antara *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*.

Kata kunci: *Islamic service quality, Muslim Customer Perceived Value, customer satisfaction, customer loyalty.*