

ABSTRAK

Hotel syariah merupakan sebuah tawaran yang menarik dalam rangka meningkatkan inovasi dalam bidang pariwisata. Namun, hotel syariah juga masih sesuatu yang asing bagi sebagian masyarakat. Di antara banyak pilihan untuk membuat sebuah bisnis yang menjanjikan dibidang pariwisata, hotel syariah menjadi terobosan baru untuk dijadikan pilihan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor yang paling kuat dalam penentuan keputusan menggunakan label syariah pada hotel di Semarang. Beberapa faktornya antara lain; faktor ekonomi, religiusitas, sosial budaya, *branding*, pengetahuan. Populasi dalam penelitian ini adalah Hotel yang berlabel Halal atau Syariah yang berada di Kota Semarang, yang didapatkan datanya berdasarkan Persaturan Hotel dan Restoran Indonesia yaitu berjumlah 8 Hotel, antara lain; Hotel Candi Indah, Hotel Grasia, Hotel Hazotel, Hotel Ibrahim Syariah, Hotel Muria, Hotel Omah Pelem Syariah, Hotel Pesonna, Hotel Siliwangi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan mewawancarai pihak hotel syariah dengan metode *purposive sampling*. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan *Expert Choice* versi 11.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berada pada prioritas pertama faktor yang paling kuat dalam penentu keputusan menggunakan label syariah pada hotel di kota Semarang, hal ini dikarenakan pihak manajemen sadar akan adanya kewajiban sebagai seorang muslim untuk menyediakan produk yang sesuai dengan ajaran Islam dan juga ingin mendapatkan penghasilan yang lebih berkah sehingga diharapkan adanya kelancaran usaha dalam jangka panjang, peringkat kedua adalah pengetahuan, prioritas ketiga adalah ekonomi, prioritas keempat adalah branding, dan prioritas terakhir adalah sosial budaya.

Kata Kunci: Hotel syariah, label syariah, ekonomi, religiusitas, sosial budaya, branding, pengetahuan.