

## ABSTRAK

Umat muslim mempercayai bahwa memilih produk yang sesuai syariah merupakan suatu kewajiban, termasuk dalam menggunakan jasa perhotelan. Pertumbuhan hotel syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan. Tumbuhnya hotel syariah diikuti dengan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara termasuk wisatawan muslim dan wisatawan nusantara. Peningkatan jumlah wisatawan muslim menjadikan mereka lebih selektif untuk memilih penginapan yang sesuai dengan prinsip syariah. Kota Solo sebagai destinasi kota terfavorit yang dikunjungi di Jawa Tengah, berupaya menyediakan layanan hotel yang memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan prinsip syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen muslim dan menjelaskan faktor faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menginap di hotel syariah. Penelitian ini dilakukan di Syariah Hotel Solo dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan analisis data menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa pengetahuan, pelayanan, promosi dan harga memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap keputusan konsumen menginap di Syariah Hotel Solo, sedangkan variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menginap di Syariah Hotel Solo.

**Kata kunci : Hotel Syariah, Religiusitas, Pengetahuan, Pelayanan, Promosi, Harga.**