

Pengaruh halal tourism attributes dan tourist experience terhadap destination image dan revisit intention wisatawan dalam negeri = The effect of halal tourism attributes and tourist experience on destination image and revisit intention of domestic tourist

Natia Humairah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20505395&lokasi=lokal>

Abstrak

Studi ini meneliti hubungan antara halal tourism (pariwisata halal), tourist experience (pengalaman wisata), dan constraint (kendala) untuk mengidentifikasi peran khusus dari atribut-atribut dalam membentuk destination image (citra daerah tujuan) dan revisit intention (intensi mengunjungi kembali) ke Lombok. Populasi penelitian terdiri dari 330 tanggapan survei dari wisatawan domestik Lombok. Untuk mencapai tujuan ini, pemodelan persamaan struktural digunakan untuk menganalisis data menggunakan PLS untuk menguji dampak dimensi dan variabel yang mempengaruhi destination image dan revisit intention. Lima dimensi halal tourism attributes (lingkungan sosial, fasilitas, makanan dan minuman, layanan, dan staf), empat dimensi tourist experience (escapism, entertainment, esthetics, dan education), tiga dimensi constraint (availability, structural, dan interpersonal), tiga dimensi destination image (scenery, infrastructure, affective dan water sports), dan tiga atribut revisit intention diidentifikasi. Analisis regresi kuadrat terkecil parsial menunjukkan bahwa tourist experience menentukan peran terbesar dalam destination image. Hasil penelitian menentukan apakah keberadaan faktor pariwisata halal dapat mempengaruhi citra tujuan dan membuat wisatawan untuk mengunjungi kembali Lombok di masa depan, oleh karena itu pemasar dapat menciptakan nilai tambah untuk daerah tujuan wisata yang dikelola dengan mempertimbangkan faktor-faktor pariwisata halal.

.....This study examines the relationship between halal tourism, travel experience, and constraint to identify the particular role of the attributes in forming destination image and revisit intention to Lombok. The study population comprises of 330 survey responses from domestic tourists of Lombok. In order to achieve this objective, structural equation modelling was used to analyze the data using PLS to examine the impact of dimensions and variable that influence destination image and revisit intention. Five dimensions of halal tourism (social environment, facilities, food and beverages, service, and staff), four dimensions of travel experience (escapism, entertainment, esthetics, and education), three dimensions of constraints (availability, structural, and interpersonal), three dimension of destination image (scenery, infrastructure, affective, and water sports), and three attributes of revisit intention were identified. Partial least squares regression analysis shows that tourism experience defining biggest roles in the destination image. The results determine whether the existence of halal tourism factors can affect the destination image and make a tourist to revisit Lombok in the future, therefore marketers can create added value for managed tourist destination areas by taking into the factors of halal tourism.