

Analisis pengaruh Islamic religiosity dalam hubungan antara perceived value terhadap customer satisfaction: studi kasus: Lombok = The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value toward customer satisfaction: case study Lombok

Errid Hadisyah Putra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20430933&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia memiliki banyak variasi destinasi pariwisata halal, namun masih banyak masyarakat Indonesia yang kurang mengetahui informasi terkait dengan pariwisata halal tersebut. Salah satu destinasi wisata halal yang terkenal di Indonesia adalah Pulau Lombok. Lombok telah meraih beberapa penghargaan untuk beberapa kategori dalam ajang World Halal Travel Award (WHAT) di Abu Dhabi, UEA. Oleh karena itu, Lombok ditetapkan sebagai daerah pengamatan dalam penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan kerangka teoritis terhadap pemahaman wisata halal yang memiliki keterkaitan dengan paradig pariwisata modern. Pengambilan sampel penelitian sebanyak 259 sampel dan melakukan analisis pengolahan data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian dalam penelitian menemukan bahwa dimensi perceived value memiliki pengaruh yang signifikan terhadap customer satisfaction. Namun untuk dimensi Islamic value tidak ada yang memiliki pengaruh signifikan terhadap customer satisfaction. Selain itu, temuan dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa hanya terdapat satu dimensi dari Islamic Value yang berpengaruh terhadap customer satisfaction yang dimoderasi oleh Islamic Religiosity.

.....Indonesia has various halal tourism destinations, yet, there are many Indonesians who do not acknowledge the details or even the surface information regarding the tourism destinations. One of the popular halal tourism destinations in Indonesia is Lombok Island. Lombok has been awarded for several categories in World Halal Travel Award (WHTA) at Abu Dhabi, UEA. Therefore, Lombok is set as an observation area in this research.

This research is aimed to collect the theoretical framework on halal tourism understanding which has relation with modern tourism paradigm. This research uses 259 samples and utilize Structural Equation Modeling (SEM) as its methodology in doing the analysis.

The result shows us that perceived value dimension has a significant effect on customer satisfaction. On the other hand, there is no part of Islamic value dimension which affect customer satisfaction but Islamic religiosity.