

Analisis pengaruh kualitas informasi destinasi wisata terhadap minat berkunjung wisatawan dengan menggunakan information quality framework destination image model: Studi kasus situs [www.wakatobitourism.com](http://www.wakatobitourism.com) = Analysis of the effect of tourism information quality toward visiting tour interest using information quality framework and destination image model: Case study website [www.wakatobitourism.com](http://www.wakatobitourism.com)

Surya Muhamad Edwin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468280&lokasi=lokal>

---

Abstrak

**ABSTRAK**

Sebagai negara kepulauan, Indonesia memiliki beragam destinasi wisata yang telah dikenal dimancanegara. Taman Nasional Kabupaten Wakatobi merupakan salah satu destinasi wisata yang masuk sebagai 10 destinasi wisata prioritas yang ada di Indonesia. Berdasarkan data dan hasil wawancara yang dilakukan, informasi yang ada pada situs [www.wakatobitourism.com](http://www.wakatobitourism.com) belum memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan. Tantangan terbesar sebagai salah satu dari 10 destinasi wisata prioritas ialah Taman Nasional Kabupaten Wakatobi pada tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan ditargetkan mencapai 100.000 kunjungan. Hal ini untuk menunjang target kunjungan wisata Nasional yaitu 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara dan 260 juta wisatawan nusantara. Dengan peningkatan kunjungan yang hanya 1000 ndash; 4000 pertahunnya, untuk mencapai 100.000 kunjungan menjadi hal yang sulit jika tidak ditunjang dengan upaya ndash; upaya strategis dengan memanfaatkan sumber daya teknologi informasi yang ada saat ini. Untuk menjelaskan permasalahan tersebut peneliti telah melakukan studi literatur terhadap beberapa jurnal terkait kualitas informasi destinasi wisata. Menurut Sung-Eun Kim, Kyung Young Leeb, Soo Il Shinc, Sung-Byung Yang 2017 , informasi yang berkualitas tentunya akan membantu wisatawan dalam hal pengambilan keputusan untuk berkunjung, dengan kata lain kualitas informasi yang baik akan memberikan dampak terhadap minat berkunjung wisatawan. Penjelasan terkait kualitas informasi destinasi wisata dijelaskan pula oleh Selira Kotoua dan Mustafa Ilkan 2017 , pada penelitiannya dijelaskan bahwa, wisatawan umumnya akan mencari informasi terkait produk maupun jasa yang ditawarkan oleh destinasi wisata yang akan ia kunjungi melalui internet, sehingga kualitas informasi yang disajikan akan sangat membantu wisatawan dalam mencari produk-produk pariwisata. Berdasarkan masalah dan penjelasan pada studi literatur yang diperoleh, maka perlu untuk melakukan analisis terkait pengaruh kualitas informasi destinasi wisata di situs [www.wakatobitourism.com](http://www.wakatobitourism.com) terhadap minat berkunjung wisatawan. Merujuk pada pembahasan paragraf sebelumnya, hasil penelitian ini telah membuktikan keterkaitan antara komponen kualitas informasi yang secara langsung berdampak terhadap minat berkunjung wisatawan yang dijelaskan dalam bentuk destination image model. Komponen tersebut antara lain contextual quality yang secara signifikan mempengaruhi affective image, representational quality berpengaruh secara signifikan terhadap cognitive image, cognitive image berpengaruh signifikan terhadap affective image, dan affective image berpengaruh secara signifikan terhadap conative image.

<hr>

**ABSTRACT**

As an archipelagic country, Indonesia has various tourist destinations that have been known abroad. Wakatobi District National Park is one of the tourist destinations that enter as 10 priority tourist destinations in Indonesia. Based on data and interview results conducted, the information available on the site [www.wakatobitourism.com](http://www.wakatobitourism.com) has not had a significant impact on the increase in tourist visits. The biggest challenge as one of 10 priority tourist destinations is Wakatobi District National Park in 2019 the number of tourist visits is targeted to reach 100,000 visits. This is to support the target of national tourist visit is 20 million foreign tourists visit and 260 million domestic tourists. With an increase in traffic of only 1000 4000 per year, to reach 100,000 visits becomes difficult if not supported by strategic efforts by utilizing existing information technology resources. To explain the problem, researchers have conducted literature studies on several journals related to the quality of tourist destination information. According to Sung Eun Kim, Kyung Young Lee, Soo Il Shin, Sung Byung Yang 2017, quality information will certainly help tourists in terms of decision making to visit, in other words the quality of good information will have an impact on visiting tourists. Explanation related to the quality of tourist destination information is also explained by Selira Kotoua and Mustafa Ilkan 2017, explained that, tourists will generally find information related products or services offered by tourist destinations that he will visit via the internet, so the quality of information presented will very helpful for tourists in looking for tourism products. Based on the problems and explanations in the literature study obtained, it is necessary to conduct an analysis related to the influence of the quality of tourist destination information on the site [www.wakatobitourism.com](http://www.wakatobitourism.com) to the interests of tourists visiting. Referring to the discussion of the previous paragraph, the results of this study have proved the interrelationship between the components of information quality that directly impact on tourist visiting interests are described in the form of destination image model. These components include contextual quality that significantly affects the image, representational quality significantly influence the cognitive image, cognitive image has significant effect on the affective image, and affective image significantly influence the conative image.