

Perceived Value Turis Muslim Terhadap Industri Wisata Halal di Jepang = Muslim Tourist Perceived Value on Japan Halal Tourism Industry

Tawfiq Salam Ikhtianto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20492374&lokasi=lokal>

Abstrak

Semakin bertambahnya populasi Muslim dunia mendorong maraknya praktik pariwisata halal di dunia. Jepang sebagai salah satu negara dengan minoritas penduduk Muslim turut berusaha untuk menarik minat turis Muslim untuk berkunjung dan berwisata di negaranya. Dengan terus bertambahnya jumlah turis Muslim ke Jepang, industri pariwisata halal bisa menjadi sebuah prospek yang menjanjikan bagi industri pariwisata Jepang. Kepuasan turis Muslim dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan bisnis yang lebih besar melalui pendapatan dan market share yang lebih tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan kausal antara variabel Muslim Tourist Perceived Value (MTPV) dengan kepuasan berwisata turis Muslim. Sample pada penelitian ini adalah 170 turis Muslim yang pernah mengunjungi Jepang dalam kurun waktu empat tahun terakhir. Data diolah menggunakan metode Structural Equation Modelling (SEM) pada Lisrel 8.8. Pada penelitian ini ditemukan bahwa kualitas, emosi dan atribut fisik Islami memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan turis Muslim. Sedangkan harga, sosial dan atribut non-fisik Islami tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan turis Muslim.

<hr>

The increasing number of the world's Muslim population encourages the number of halal tourism practices in the world. Japan as one of the Muslim minority countries also tries to attract Muslim tourists to visit and travel in their country. With the growing number of Muslim travelers to Japan, the halal tourism industri can be a promising prospect for the Japanese tourism industri. The satisfaction of Muslim tourists can be utilized to get greater benefits through higher income and market share. This study aims to look at the causal relationship between the Muslim Tourist Perceived Value (MTPV) variables and the satisfaction of Muslim tourists. The sample in this study was 170 Muslim tourist who had visited Japan in the past four years. Data is processed using the Structural Equation Modeling (SEM) method on Lisrel 8.8. This study found that the quality, emotion and Islamic physical attributes had a positive influence on the satisfaction of Muslim tourists. Whereas price, social and Islamic non-physical attributes have no influence on the satisfaction of Muslim tourists.