

ABSTRAK

Pengaruh Citra Destinasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Dengan Halal Atribut Sebagai Variabel Intervening: Studi di Desa Sade Lombok Tengah

Sri Firda Rahmi Aliya Putri

422021328131

Lombok sebagai bagian dari kawasan Nusa Tenggara Barat, telah menerapkan wisata Syariah dalam sektor pariwisatanya, didukung oleh penghargaan internasional yang pernah diraih dan Regulasi Daerah yang ada. Salah satu wisata budaya yang populer di Lombok adalah Desa Sade, yang menampilkan budaya khas suku Sasak, namun menunjukkan ketidakstabilan jumlah kunjungan wisatawan. Sehingga untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan, dapat dilakukan melalui peningkatan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi seperti, citra destinasi, kualitas layanan dan ketersediaan halal atribut.

Riset ini bermaksud untuk mengevaluasi seberapa jauh faktor citra destinasi mempengaruhi minat kunjungan wisatawan, sejauh mana kualitas layanan berdampak pada minat wisatawan untuk berkunjung, serta bagaimana citra destinasi dan kualitas layanan mempengaruhi ketertarikan berkunjung wisatawan melalui halal atribut sebagai variabel intervening.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan sumber data utama yang diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden dengan jumlah sampel sebesar 97 responden berdasarkan pada teknik *purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) yang didukung oleh perangkat lunak SmartPLS versi 4.0.

Hasil analisis data yang didapatkan memberikan informasi bahwa 1) citra destinasi mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Desa Sade berdasarkan perolehan p-value 0,000 lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan wisatawan untuk berkunjung dipengaruhi oleh reputasi yang dimiliki oleh wisata Sade; 2) kualitas layanan tidak membawa dampak positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan dengan nilai p-value 0,046 lebih besar dari 0,05, artinya kualitas layanan bukan menjadi pertimbangan utama pengunjung untuk berwisata ke Desa Sade, walaupun sebenarnya layanan yang diberikan sudah cukup baik; 3) citra destinasi dan kualitas layanan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di wisata Sade melalui halal atribut dengan nilai p-value 0,019 dan 0,004 lebih kecil dari 0,05, artinya adanya halal atribut menjadi faktor yang memperkuat hubungan citra destinasi dan kualitas layanan terhadap minat berkunjung wisatawan.

Penelitian ini memberikan masukan kepada Pemerintah dan pengelola wisata Sade agar senantiasa melakukan pengembangan wisata dengan memperhatikan faktor-faktor yang dapat memberikan dampak positif pada minat kunjungan wisatawan, seperti meningkatkan citra destinasi, kualitas layanan dan ketersediaan halal atribut di objek wisata.

Kata Kunci: Citra Destinasi, Kualitas Layanan, Halal Atribut, Minat Berkunjung

ABSTRACT

The Influence of Destination Image and Service Quality On Tourist Visiting Interest with Halal Attributes as Intervening Variable: A study in Sade Village Central Lombok

Sri Firda Rahmi Aliya Putri

422021328131

Lombok, as part of the province of West Nusa Tenggara, has implemented the concept of halal tourism in its tourism sector, supported by international awards that have been achieved and existing Regional Regulations. One of the popular cultural tourism sites in Lombok is Sade Village, which displays the typical culture of the Sasak tribe but shows the instability of the number of tourist visits. Increasing the interest in tourist visits can be achieved through several factors, such as the destination's image, service quality, and availability of halal attributes.

This study aims to measure the extent to which destination image influences tourist interest, how service quality impacts tourists' desire to visit, and how both destination image and service quality affect tourist interest through halal attributes as an intervening variable.

This study uses a quantitative research method with primary data from respondents' answers through questionnaires distributed to 97 respondents, selected using a purposive sampling technique. The data analysis in this study employs partial least square structural equation modelling (PLS-SEM), which is supported by the SmartPLS version 4.0 software.

The results of the data analysis obtained provide information that 1) the image of the destination positively and significantly affects the interest of tourists visiting Sade Village based on the acquisition of a p-value of 0.000 less than 0.05; this shows that the interest of tourists to visit tends to be influenced by the reputation owned by Sade tourism 2) Service quality does not have a positive and significant effect on tourist interest, with a p-value of 0.046 (greater than 0.05). This suggests that although the service quality is adequate, it is not the primary reason for tourists to visit Sade, 3) destination image and service quality positively and significantly affect the interest of tourists visiting Sade tourism through halal attributes with p-values of 0.019 and 0.004 smaller than 0.05, meaning that the existence of halal attributes is a factor that strengthens the relationship between destination image and service quality to tourists' interest in visiting.

This research recommended that the Government and Sade tourism managers always develop tourism by paying attention to factors that can affect tourist interest, such as improving the destination's image, the quality of service, and the availability of halal attributes in tourist attractions.

Keywords: Destination Image, Service Quality, Halal Attributes, Visiting Interest