

**PENGARUH DAYA TARIK DESTINASI DAN CITRA
DESTINASI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN GENERASI Z
MUSLIM INDONESIA KE DESTINASI WISATA HALAL DI
MALAYSIA DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED
BEHAVIOUR***

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

TERAKREDITASI - A

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Nama : Anissa Diah Rachmania

NIM : 43115120282

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH DAYA TARIK DESTINASI DAN CITRA
DESTINASI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN GENERASI Z
MUSLIM INDONESIA KE DESTINASI WISATA HALAL DI
MALAYSIA DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED
BEHAVIOUR***

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Anissa Diah Rachmania

NIM : 43115120282

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anissa Diah Rachmania

NIM : 43115120282

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Juli 2020



Anissa Diah Rachmania

NIM: 43115120282

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anissa Diah Rachmania
NIM : 43115120282
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Destinasi Dan Citra
Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Generasi Z
Ke Destinasi Wisata Halal Di Malaysia Dengan
Pendekatan *Theory of Planned Behaviour*
Tanggal lulus ujian : 01 Juli 2020

Disahkan Oleh:


Pembimbing Skripsi,



Ali Hanafiah, SE., MM.

Tanggal: 05/08/20

Ketua Penguji,



Dudi Permana, Ph.D

Tanggal:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Harnovansah, Ak., M.Si., CA.,

CIPSAS., CMA., CSRS

Tanggal:



Dr. Daru Asih, MSi

Tanggal: 27 juli 2020

ABSTRAK

Indonesia merupakan Negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia. Saat ini tren pariwisata terbaru adalah pariwisata halal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sikap norma subjektif, *perceived behaviour control*, daya tarik destinasi dan citra destinasi terhadap minat kunjungan wisatawan Generasi Z Muslim Indonesia ke Malaysia. Objek penelitian ini adalah Generasi Z Muslim sebanyak 210 responden. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Component* atau *Variance Based Structural Equation Model* dengan alat analisis Smart-PLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan sikap memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan Generasi Z Muslim. Hasil penelitian menunjukkan norma subjektif, *perceived behaviour control* dan citra destinasi memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan Generasi Z Muslim. Sedangkan daya tarik destinasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan Generasi Z Muslim.

Kata Kunci: Sikap, Norma Subjektif, *Perceived Behaviour Control*, Daya Tarik Destinasi, Citra Destinasi, Minat Kunjungan, Wisata Halal Malaysia, Generasi Z, Generasi Z Muslim, Wisatawan Indonesia



ABSTRACT

Indonesia is a country that has the largest Muslim population in the world. At present the latest tourism trend is halal tourism. The purpose of this study was to determine and analyze the influence of subjective norm attitudes, perceived behavior control, destination attractiveness and destination image on the interest of Indonesian Generation Z Muslim tourists visiting Malaysia. The object of this research is Generation Z Muslim Indonesia with 210 respondents. The approach used in this research is Component or Variance Based Structural Equation Model with Smart-PLS 3.0 analysis tool. The results showed that attitudes have an influence on the interest of Indonesian Muslim Generation Z visits. The results showed subjective norms, perceived behavior control and destination image have an influence on the interest of Generation Z Muslim Indonesia visit. Whereas the attractiveness of destinations has no influence on the interest in visiting Generation Z Muslim Indonesia.

Keywords: *Attitudes, Subjective Norms, Perceived Behavior Control, Destination Attractiveness, Destination Image, Visiting Interests, Malaysian Halal Tourism, Generation Z, Generation Z Muslims, Indonesian Tourists*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkah dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul ***“PENGARUH DAYA TARIK DESTINASI DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN GENERASI Z MUSLIM INDONESIA KE DESTINASI WISATA HALAL DI MALAYSIA DENGAN PENDEKATAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR”***. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Ali Hanafiah, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing tugas akhir yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto, MS. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSR. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih, MSi. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

5. Mama dan Papa, yang sangat penulis cintai yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi inspirasi dan do'a yang tiada hentinya selalu kepada penulis, adik-adik dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
6. Untuk Septi, Supri, Ragil, Rere, Padang, Mas Patria, Soka dan Zicky, terima kasih banyak untuk semangat dan dukungannya. Terima kasih karna kalian penulis dapat kembali bangkit dan dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada Kak Wulan, Novita, Dian, Yola, Rahma, dan teman-teman Mercu Buana kelas karyawan lainnya yang tidak dapat disebutkan. Terima kasih atas doa, bantuan, dan motivasinya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam tugas akhir ini. Terima kasih.

Jakarta, 10 Juli 2020

Anissa Diah Rachmania

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajemen	14
a. Pengertian Manajemen	14
b. Bauran Pemasaran	15
c. STP (<i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i>)	18
d. Perilaku Konsumen	19
2. Pariwisata	20

a. Definisi Pariwisata	20
b. Pariwisata Halal	22
c. Pemasaran Pariwisata	24
d. Bauran Pemasaran Pariwisata	25
3. Generasi Z	26
4. Generasi Z Muslim	27
5. Minat Kunjungan	28
6. <i>Theory of Planned Behavior</i>	33
a. Sikap	34
b. Norma Subjektif	37
c. <i>Perceived Behaviour Control</i>	38
7. Daya Tarik Destinasi	39
8. Citra Destinasi	41
B. Penelitian Terdahulu	43
C. Hubungan Antar Variabel	46
D. Kerangka Konseptual	49
E. Pengembangan Hipotesis	50

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	51
B. Desain Penelitian	51
C. Definisi dan Operasional Variabel	52
1. Definisi Variabel	52
2. Operasional Variabel	54

D.	Skala Pengukuran Variabel.....	57
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	58
	1. Populasi Penelitian	58
	2. Sampel	58
F.	Metode Pengumpulan Data.....	59
G.	Metode Analisis Data	61
	1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	61
	a. <i>Convergent Validity</i>	61
	b. <i>Discriminant Validity</i>	62
	c. <i>Composite Reliability dan Cronach Alpha's</i>	62
	2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	64
	a. Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Path Coefficients</i>)	64
	b. Nilai R-Square	64
	c. f^2 <i>Effect Size</i>	65
	d. <i>Prediction Relevance (Q square)</i>	65

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Destinasi.....	67
B.	Karakteristik Responden.....	70
C.	Hasil Deskriptif Variabel.....	71
	1. Deskriptif Variabel Sikap (X1)	71
	2. Deskriptif Variabel Norma Subjektif (X2).....	72
	3. Deskriptif Variabel <i>Perceived Behaviour Control</i> (X3)	73
	4. Deskriptif Variabel Daya Tarik Destinasi (X4).....	75

5.	Deskriptif Variabel Citra Destinasi (X5).....	76
6.	Deskriptif Variabel Minat Berkunjung (Y)	77
D.	Metode Analisa Data	77
1.	Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	78
	e. <i>Convergent Validity</i>	78
	f. <i>Discriminant Validity</i>	81
	g. <i>Composite Reliability dan Cronach Alpha's</i>	85
2.	Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	86
	a. Hasil Pengujian Hipotesis	86
	b. Nilai R-Square	89
	c. <i>f² Effect Size</i>	90
	d. <i>Prediction Relevance (Q square)</i>	91
E.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	92
1.	Pengaruh Sikap (X1) Terhadap Minat Berkunjung.....	92
2.	Pengaruh Norma Subjektif (X2) Terhadap Minat Berkunjung	93
3.	Pengaruh Perceived Behaviour Control (X3) Terhadap Minat Berkunjung	93
4.	Pengaruh Daya Tarik Destinasi (X4) Terhadap Minat Berkunjung.....	94
5.	Pengaruh Citra Destinasi (X5) Terhadap Minat Berkunjung	94
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
A.	Simpulan	96
B.	Saran	97

DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	112



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Perkiraan Kunjungan Wisatawan Asing Muslim Ke Indonesia	1
1.2	Hasil <i>Global Muslim Travel Index</i> (GMTI) 2019	3
1.3	Wisatawan Malaysia yang Berasal Dari Indonesia	4
1.4	Peringkat Hasil Pra Survei	7
2.1	Penelitian Terdahulu	43
3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel	56
3.2	Instrumen Skala Likert	57
3.3	<i>Rule of Thumb</i> Validitas <i>Outer Model</i> Reflektif	61
3.4	<i>Rule of Thumb</i> Realibilitas <i>Outer Model</i> Reflektif	62
3.5	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	66
4.1	Statistik Deskripsi Sampel	70
4.2	Hasil Deskriptif Variabel Sikap	71
4.3	Hasil Deskriptif Variabel Norma Subjectif.....	72
4.4	Hasil Deskriptif Variabel <i>Perceived Behaviour Control</i>	74
4.5	Hasil Deskriptif Variabel Daya Tarik Destinasi	75
4.6	Hasil Deskriptif Variabel Citra Destinasi	76
4.7	Hasil Deskriptif Variabel Minat Berkunjung.....	77
4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	79
4.9	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loadings</i>).....	81

4.10	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion)</i>	84
4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT))</i>	85
4.12	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability dan Cronbach Alpha's</i>	86
4.13	Hasil Pengujian <i>Path Coefficients</i>	87
4.14	Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	89
4.15	Hasil Pengujian <i>f² Effect Size</i>	90
4.16	Hasil Pengujian <i>Prediction Relevance (Q square)</i>	91



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.2	Kerangka Konseptual	43
4.1	Hasil Algoritma PLS	80
4.1	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Lampiran 1: Pra Survei	112
2	Lampiran 2: Kuesioner Penelitian.....	114
3	Lampiran 3: Hasil Kuesioner Responden	119
4	Lampiran 4: Hasil <i>Output</i> PLS.....	152

