

**PENGARUH FASILITAS *MUSLIM-FRIENDLY* DAN  
MOTIVASI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN GENERASI Y  
KE WISATA RAMAH-MUSLIM DI THAILAND DENGAN  
PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR***

**SKRIPSI**



**Nama : Siti Nur Aminah**

**NIM : 43116110047**

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

**2020**

**PENGARUH FASILITAS *MUSLIM-FRIENDLY* DAN  
MOTIVASI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN GENERASI Y  
KE WISATA RAMAH-MUSLIM DI THAILAND 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 : Siti Nur Aminah  
NIM : 43116110047**

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

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Nur Aminah

NIM : 43116110047

Program Studi : SI 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, 25 November 2020

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



**Siti Nur Aminah**

**43116110047**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

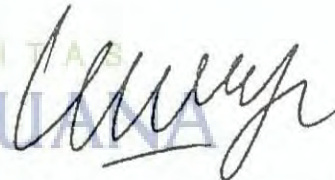
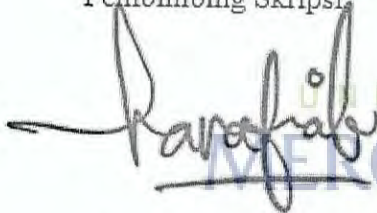
Nama : Siti Nur Aminah  
NIM : 43116110047  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas *Muslim-Friendly* Dan Motivasi Terhadap Minat Kunjungan Generasi Y Ke Wisata Ramah-Muslim Di Thailand Dengan Pendekatan *Theory Of Planned Behaviour*

Tanggal lulus ujian : 25 November 2020

Disahkan Oleh:

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,



Ali Hanafiah, SE., MM.

Dr. Catur Widayati, SE., MM.

Tanggal: 2/12/20

Tanggal: 1 Desember 2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.,  
CIPSAS., CMA., CSRS

Dr. Daru Asih, Msi

Tanggal: 15/1/2021

Tanggal: 15/1/2021

## ABSTRAK

Indonesia merupakan Negara yang memiliki penduduk Muslim terbesar di dunia. Saat ini tren pariwisata terbaru adalah pariwisata halal. Pengembangan wisata halal menjadi alternatif bagi industri wisata di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif, *perceived behaviour control*, fasilitas *Muslim-friendly* dan motivasi terhadap minat kunjungan wisatawan Generasi Y Muslim Indonesia ke Thailand. Objek penelitian ini adalah Generasi Y 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, norma subjektif, *perceived behaviour control* dan motivasi memiliki pengaruh positif terhadap minat kunjungan Generasi Y Muslim. Sedangkan fasilitas *Muslim-friendly* tidak memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan Generasi Y Muslim.

**Kata Kunci:** Sikap, Norma Subjektif, *Perceived Behaviour Control*, Fasilitas *Muslim-friendly*, Motivasi, Minat Kunjungan, Destinasi Ramah-Muslim Thailand, Generasi Y, Generasi Y Muslim, Wisatawan Indonesia



## ABSTRACT

*Indonesia is a country that has the largest Muslim population in the world. Currently, the latest tourism trend is halal tourism. The development of halal tourism is an alternative for the tourism industry in Indonesia. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of attitudes, subjective norms, perceived behavior control, Muslim-friendly facilities and motivation on the interest of Generation Y Indonesian Muslim tourists visiting Thailand. The object of this research is Generation Y Muslims, totaling 210 respondents. The approach used in this research is the Component or Variance Based Structural Equation Model with the Smart-PLS 3.0 analysis tool. The results showed that attitudes, subjective norms, perceived behavior control and motivation have a positive influence on the interest of Generation Y Muslim visits. Meanwhile, Muslim-friendly facilities have no influence on the interest of Generation Y Muslim visits.*

**Keywords:** *Attitudes, Subjective Norms, Perceived Behavior Control, Muslim-friendly Facilities, Motivation, Visiting Interest, Thai Muslim-Friendly Destinations, Generation Y, Generation Y 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 FASILITAS *MUSLIM-FRIENDLY* DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN GENERASI Y KE WISATA RAMAH-MUSLIM DI THAILAND DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR*”**. 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. Bapak dan Ibu, 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 Novea, Kak Anissa dan Septi, terima kasih banyak untuk semangat dan dukungannya. Terima kasih karna kalian penulis dapat kembali bangkit dan dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada Desi, Hanny, Filan 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, 25 November 2020

Siti Nur Aminah



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	II
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	III
ABSTRAK .....	IV
ABSTRACT .....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL .....	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN .....	XV
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	9
C. TUJUAN PENELITIAN .....	9
D. KONTRIBUSI PENELITIAN .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>12</b>
A. KAJIAN PUSTAKA.....	12
1. Manajemen dan Pariwisata.....	12
a. Pengertian Manajemen .....	12
b. Manajemen Pemasaran .....	13
c. Bauran Pemasaran .....	14
d. STP ( <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> ).....	17
e. Perilaku Konsumen.....	17

2. Pariwisata .....	19
a. Pengertian Pariwisata .....	19
b. Pariwisata Halal .....	22
c. Pemasaran Pariwisata .....	25
d. Bauran Pemasaran Pariwisata.....	25
3. Generasi Y .....	26
4. Generasi Y Muslim .....	28
5. Minat Kunjungan.....	29
6. <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB).....	31
a. Sikap .....	32
b. Norma Subjektif ( <i>Subjective Norm</i> ) .....	34
c. <i>Perceived Behaviour Control</i> (PBC).....	36
7. Fasilitas <i>Muslim-Friendly</i> .....	37
8. Motivasi.....	41
B. PENELITIAN TERDAHULU.....	43
C. HUBUNGAN ANTAR VARIABEL .....	46
1. Hubungan Sikap Terhadap Minat Berkunjung.....	46
2. Hubungan Norma Subjektif Terhadap Minat Berkunjung .....	46
3. Hubungan <i>Perceived Behaviour Control</i> Terhadap Minat Berkunjung.....	47
4. Hubungan Fasilitas <i>Muslim-Friendly</i> Terhadap Minat Berkunjung	48
5. Hubungan Motivasi Terhadap Minat Berkunjung.....	48
D. KERANGKA KONSEPTUAL .....	49
E. HIPOTESIS .....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>51</b>
A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN .....	51
B. DESAIN PENELITIAN .....	51
C. DEFINISI DAN OPERASIONAL VARIABEL .....	52
1. Definisi Variabel .....	52

a. Variabel Independen.....	52
b. Variabel Dependen .....	53
2. Operasional Variabel.....	54
D. SKALA PENGUKURAN VARIABEL.....	57
E. POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK <i>SAMPLING</i> .....	58
1. Populasi .....	58
2. Sampel.....	59
3. Teknik <i>Sampling</i> .....	59
F. METODE PENGUMPULAN DATA .....	61
G. METODE ANALISIS DATA .....	61
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer)</i> Model.....	62
a. <i>Convergent Validity</i> .....	62
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	63
c. <i>Composite Reliability</i> .....	63
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	64
a. <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF).....	64
b. Hasil Pengujian Hipotesis ( <i>Path Coefficients</i> ) .....	64
c. Nilai <i>R-square</i> .....	64
d. $f^2$ <i>Effect Size</i> .....	65
e. <i>Prediction Relevance</i> ( $Q^2$ ).....	65
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	66
B. KARAKTERISITIK RESPONDEN .....	68
C. HASIL DESKRIPTIF VARIABEL.....	69
1. Deskriptif Variabel Sikap (X1) .....	69
2. Deskriptif Variabel Norma Subjektif (X2).....	70
3. Deskriptif Variabel <i>Perceived Behaviour Control</i> (X3) .....	71
4. Deskriptif Variabel Fasilitas <i>Muslim-friendly</i> (X4) .....	72
5. Deskriptif Variabel Motivasi (X5) .....	73
6. Deskriptif Variabel Minat Berkunjung (X6).....	75

D. METODE ANALISIS DATA .....	76
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	76
a. <i>Convergent Validity</i> .....	76
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	79
c. <i>Composite Reliability dan Cronbach Alpha's</i> .....	83
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	84
a. <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i> .....	84
b. Hasil Pengujian Hipotesis ( <i>Path Coefficients</i> ) .....	85
c. Nilai <i>R-Square</i> .....	88
d. <i>f2 Effect Size</i> .....	89
e. <i>Prediction Relevance (Q-square)</i> .....	90
E. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	91
1. Pengaruh Sikap (X1) terhadap Minat Berkunjung .....	91
2. Pengaruh Norma Subjektif (X2) terhadap Minat Berkunjung .....	92
3. Pengaruh <i>Perceived Behaviour Control</i> (X3) terhadap Minat Berkunjung.....	93
4. Pengaruh Fasilitas <i>Muslim-friendly</i> (X4) terhadap Minat Berkunjung.....	94
5. Pengaruh Motivasi (X5) terhadap Minat Berkunjung.....	95
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>96</b>
A. SIMPULAN.....	96
B. SARAN .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Hasil <i>Global Muslim Travel Index</i> (GMTI) .....	2
Tabel 1.2	Jumlah Kunjungan Wisatawan Muslim Menurut Negara Tujuan .....	4
Tabel 1.3	Jumlah Wisatawan Thailand Yang Berasal Dari Indonesia .....	4
Tabel 1.4	Peringkat Hasil Pra-Survei .....	7
Tabel 2.1	Keterkaitan Strategi Pemasaran .....	17
Tabel 2.2	Komparasi Wisata Konvensional, Wisata Religi, Dan Wisata Halal ..	23
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu .....	43
Tabel 3.1	Tabel Variabel Dan Indikator .....	56
Tabel 3.2	Instrumen Skala <i>Likert</i> .....	58
Tabel 4.1	Statistik Deskripsi Sampel .....	68
Tabel 4.2	Hasil Deskriptif Variabel Sikap .....	69
Tabel 4.3	Hasil Deskriptif Variabel Norma Subjektif .....	70
Tabel 4.4	Hasil Deskriptif Variabel <i>Perceived Behaviour Control</i> .....	71
Tabel 4.5	Hasil Deskriptif Variabel Fasilitas <i>Muslim-Friendly</i> .....	73
Tabel 4.6	Hasil Deskriptif Variabel Motivasi .....	74
Tabel 4.7	Hasil Deskriptif Variabel Minat Berkunjung .....	75
Tabel 4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	77
Tabel 4.9	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i> .....	79
Tabel 4.10	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion)</i> ...	82

Tabel 4.11_Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT))</i> .....	83
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Collinearity Statistic (VIF)</i> .....	85
Tabel 4.14_Hasil Pengujian <i>Path Coefficients</i> .....	86
Tabel 4.15_Hasil Pengujian R-Square .....	88
Tabel 4.16_Hasil Pengujian <i>F 2 (Effect Size)</i> .....	89
Tabel 4.17_Hasil Pengujian <i>Prediction Relevance (Q Square)</i> .....	91



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1	_Model Perilaku Konsumen.....	19
Gambar 2.2	_Kerangka Konseptual.....	49
Gambar 4.1	_Hasil Algoritma PLS.....	78
Gambar 4.2	_Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	87





## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Lampiran 1: Pra Survei .....	107
2	Lampiran 2: Kuesioner Penelitian .....	109
3	Lampiran 3: Hasil Kuesioner Responden .....	114
4	Lampiran 4: Hasil <i>Output</i> PLS .....	146

