

**PENGARUH *MUSLIM FRIENDLY AMENITIES SELFIE PROMOTION* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI
WISATAWAN GENERASI Z MUSLIM PADA WISATA HALAL DI KOTA
BANDUNG**

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



**Nama : Gian Rafi Firjatullah
NIM : 43117010004**

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

JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gian Rafi Firjatullah

NIM 43117010004

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 proposal skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta 30 April 2021



Gian Rafi Firjatullah
43117010004

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Gian Rafi Firjatullah
NIM : 43117010004
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH MUSLIM FRIENDLY AMENITIES SELFIE PROMOTION DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN GENERASI Z MUSLIM PADA WISATA HALAL DI KOTA BANDUNG
Tanggal Sidang : 14 April 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Ali Hanafiah, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 07210171



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Bandung merupakan daerah di Jawa Barat yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Saat ini pariwisata Indonesia memiliki konsep baru yaitu pariwisata halal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Muslim friendly amenities*, *Selfie promotion*, dan Kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan generasi Z muslim pada wisata halal di kota Bandung. Objek penelitian ini adalah Generasi Z Muslim sebanyak 147 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 *muslim friendly amenities* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali generasi Z muslim. Hasil penelitian menunjukkan *selfie promotion* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali generasi Z muslim dan Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali generasi Z muslim.

Kata Kunci: *Muslim Friendly Amenities, Selfie Promotion, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali, Generasi Z Muslim, Wisata Halal, Kota Bandung*



ABSTRACT

Bandung is an area in West Java where the population is Muslim. Currently, Indonesian tourism has a new concept, namely halal tourism. The purpose of this study was to see and analyze the influence of muslim friendly amenities, selfie promotion, and service quality on the interest in returning Muslim Generation Z tourists to Halal tourism in Bandung. The object of this research was Generation Z with 147 respondents. The approach used in this study is the Component-Based or Variance-Based Structural Equation Modeling with the Smart-PLS 3.0 analysis tool. The results showed that Muslim friendly communities had a positive and significant influence on the interest in visiting Generation Z Muslims. The results showed that promotional selfies had a positive and significant influence on the interest of Generation Z Muslim visits and service quality had a positive and significant influence on the interest in the return visits of Generation Z muslims.

Keywords: *Muslim friendly amenities, Selfie promotion, and Service quality for Returning Interest, Generation Z Muslims, Halal Tourism, Bandung City*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *MUSLIM FRIENDLY AMENITIES*, *SELFIE PROMOTION* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT KUNJUNG KEMBALI WISATAWAN GENERASI Z PADA WISATA HALAL DI KOTA BANDUNG”**.

Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Ali Hanafiah, SE., MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat- nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama 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. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE., MM, Ph.D selaku dosen metodologi penelitian si peneliti.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Mama, yang sangat penulis cintai yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi inspirasi dan do" a yang tiada hentinya selalu kepada penulis, dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
7. Teman satu dosen pembimbing Shindy Diana Fitriani, Safitri Putri Indrawan, Dessy Nur Amalia, Dewa Wilantara dan Ilyas Gapit yang selalu memberikan semangat, motivasi dan bertukar pikiran.
8. Untuk teman seperjuangan kuliah Ali Aulia , Syohrian, Devi Tri Utami, Nurul Rizka Fitriana, Safitri Putri Indarwan, Yera Zunistiani dan Marketing Squad. Terima Kasih atas doa dan bantuannya.
9. Dan untuk Ka Anissa Diah Rachmania terima kasih telah membantu peneliti dalam menyelesaikan proposal ini dengan sabar dan memberikan motivasinya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis

mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulisan dan pembaca pada umumnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam Skripsi ini.

Jakarta, 30 April 2021



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Gian Rafi Firjatullah'. The signature is written in a cursive style with some loops and flourishes.

Gian Rafi Firjatullah

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

COVER.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian	10
1. Kontribusi Teoritis.....	10
2. Kontribusi Praktis.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen & Pariwisata.....	11
2. Pariwisata	16
3. Generasi Z	24
4. Perilaku Konsumen	25
5. Minat Berkunjung Kembali.....	29
6. <i>Muslim Friendly Amenities</i>	30
7. <i>Selfie Promotion</i>	31
8. Kualitas Pelayanan	34
B. Penelitian Terdahulu.....	38
C. Kerangka Konseptual	44
D. Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Waktu dan Tempat Penelitian	46
B. Desain Penelitian	46

C. Defnisi dan Operasionalisasi Variabel	47
1. Definisi Variabel	47
1. <i>Muslim Friendly Amenities</i> (X1)	47
2. <i>Selfie Promotion</i> (X2)	47
3. Kualitas Pelayanan (X3).....	47
2. Operasionalisasi Variabel.....	49
D. Skala Pengukuran Variabel	52
E. Populasi dan Sampel	52
1. Populasi	52
2. Sampel	53
F. Metode Pengumpulan Data	54
G. Metode Analisis Data	55
1. Evaluasi <i>Measurement</i> (Outer)	55
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
B. Karakteristik Responden.....	64
C. Hasil Deskriptif.....	66
1. Deskriptif Variabel Minat Berkunjung Kembali (Y)	67
2. Deskriptif Variabel <i>Muslim Friendly Amenities</i> (X1)	68
3. Deskriptif Variabel <i>Selfie Promotion</i> (X2).....	69
4. Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	71
D. Metode Analisis Data	72
1. Evaluasi <i>Measurement Model</i> (Outer Model)	72
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (Inner Model)	79
E. Pembahasan Hasil Penelitian	85
1. Pengaruh <i>Muslim Friendly Amenities</i> (X1) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y).....	85
2. Pengaruh <i>Selfie Promotion</i> (X2) terhadap Minat Berkunjung kembali.....	86
3. Pengaruh Kualitas pelayanan (X3) terhadap Minat Berkunjung Kembali...86	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	88
A. Simpulan	88
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data Wisatawan Kota Bandung	3
Tabel 1.2	Hasil Pra Survei	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	50
Tabel 3.2	Instrumen Skala <i>Likert</i>	51
Tabel 3.3	<i>Rule of Thumb Validitas Outer Model Reflektif</i>	55
Tabel 3.4	<i>Rule of Thumb Realibilitas Outer Model Reflektif</i>	56
Tabel 3.5	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	59
Tabel 4.1	Statistik Deskriptif Sampel	62
Tabel 4.2	Hasil Deskriptif Variabel Minat Berkunjung Kembali	65
Tabel 4.3	Hasil Deskriptif <i>Muslim Friendly Amenities</i>	66
Tabel 4.4	Hasil Deskriptif Variabel <i>Selfie Promotion</i>	67
Tabel 4.5	Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	69
Tabel 4.6	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	71
Tabel 4.7	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	73
Tabel 4.8	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell- Lacker Criterion)</i>	75
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Heterotrait Monotrait Ratio)</i>	76
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Composite Reliability dan Cronbach Alpha's</i>	77
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	78
Tabel 4.12	Hasil Pengujian <i>Path Coefficients</i>	79
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>R-Square</i>	80
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>f² Effect Size</i>	81
Tabel 4.15	Hasil Pengujian <i>Prediction Relevance (Q²)</i>	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4. 1	Hasil Algoritma Pls.....	74
Gambar 4. 2	Hasil Uji Bootstrapping.....	81

