

**DETERMINAN INTENSI BERKUNJUNG MUSLIM MILENIAL
PADA DESTINASI *MOSLEM FRIENDLY TOURISM* DI LOMBOK**

TESIS

Diajukan untuk disetujui oleh Departemen Ekonomi Syariah

Program Magister Sains Ekonomi Islam



Oleh

NUZULIA

NIM: 042014553012

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2022

LEMBAR PENGESAHAN

DETERMINAN INTESI BERKUNJUNG MUSLIM MILENIAL PADA DETINASI *MOSLEM FRIENDLY TOURISM* DI LOMBOK

oleh

Nuzulia

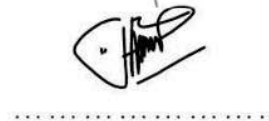
NIM: 042014553012

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal
14 Juli 2022 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Achsania Hendratmi, S.E., M.Si
NIP. 196902072008122001
(Dosen Pembimbing)
2. Siti Zulaikha, SE., M.Si., Ph.D.
NIP. 198006102008012022
(Dosen Penguji I)
3. Dr. Imron Mawardi, SP., M.Si.
NIP. 197102012008121001
(Dosen Penguji II)
4. Dr. Irham Zaki, S.Ag., MEI.
NIP: 197508012008121001
(Dosen Penguji III)
5. Dr. Ari Prasetyo, SE., M.Si.
NIP. 197101162005011002
(Dosen Penguji IV)

Tanda Tangan:



Surabaya, 20 Juli 2022
Koordinator Program Studi



Siti Zulaikha, SE., M.Si., Ph.D.
NIP. 198006102008012022

PERNYATAAN

Saya, (Nuzulia, 042013443012), menyatakan bahwa;

1. Tesis saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Tesis ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis tesis ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 11 Juli 2022



Nuzulia

NIM: 042013443012

DECLARATION

I, (Nuzulia, 041924553012), declare that:

1. My thesis is genuine and truly my own creation, and is not another's personal work made under my name, nor piracy or plagiarism. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree at Airlangga University or in any other universities/colleges.
2. This thesis does not contain any work or opinion written or published by anyone unless clearly acknowledged or referred to by quoting the author's name and stated in the References.
3. This statement is true; if in the future this statement is proven to be a fraud and dishonest, I agree to receive an academic sanction in the form of removal of the degree obtained through this thesis, and other sanctions in accordance with the prevailing norms and regulations in Airlangga University.

Surabaya, 11 Juli 2022



Nuzulia

NIM: 042013443012

KATA PENGANTAR

Assakamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah dipanjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis dengan judul **DETERMINAN INTENSI MUSLIM MILENIAL PADA DESTINASI MOSLEM FRIENDLY TOURISM DI LOMBOK**. Penyusunan tesis ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar keserjanaa pada program strata dua (S-2) Magister Sains Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dn Bisnis Universitas Airlangga.

Dalam penulisan tesis ini, penulis menyadari ada banyak kendala yang dihadapi. Namun, kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohammad Nasih, S.E., M.T., Ak., CMA selaku Rektor Universitas Airlangga yang telah memberikan kesempatan menuntut ilmu pada Program (S-2) Magister Sains Ekonomi Islam, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia.
2. Prof. Dr. Dian Agustia, S.E, M.Si., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia.
3. Dr. Sri Herianingrum, S.E., M.Si. selaku Ketua Departemen Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia
4. Siti Zulaikha, SE., M.Si., Ph.D. selaku Koordinator Program Magister Sains Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia.
5. Dr. Achsanias Hendratmi, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi serta meluangkan waktu dan pemikirannya dalam membimbing penulis agar dapat menyelesaikan penelitian tesis ini tepat waktu.

6. Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP), Kementerian Keuangan Republik Indonesia selaku pemberi beasiswa yang mendanai secara penuh kepada penulis selama melanjutkan pendidikan pada Program Magister Sains Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia.
7. Bapak dan Ibu dosen Departemen Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya pada Program Studi Magister Sains Ekonomi Islam Universitas Airlangga yang telah membantu dan memberikan ilmunya kepada penulis.
8. Suhardi (almarhum) Suraya S.Pd sebagai orang tua dan keluarga besar sebagai support sistem terbaik. Atas dukungan dan doa-doa yang dilantikan setiap saat, penulis mampu melanjutkan pendidikan Strata Dua hingga menyelesaikan tugas akhir penelitian ini dengan baik.
9. Sahabat serta teman sejawat MSEI angkatan 2020 yang telah kebersamaan selama masa perkuliahan di kampus Universitas Airlangga.
10. Pihak-pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu atas segala bantuan baik langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian penelitian dan tesis ini.

ABSTRAK

Sebagai salah satu industri terbesar, industri pariwisata telah memberikan kontribusi yang nyata melalui penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja. Namun setelah virus covid-19 ditetapkan sebagai pandemi pada awal tahun 2020, sektor pariwisata mengalami kerugian dan penurunan terhadap pengeluaran pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor determinan intensi berwisata pada destinasi *moslem friendly tourism* di Lombok dengan menggunakan variabel *electronic word of mouth* sebagai kekuatan pemasaran pariwisata. Selain itu penelitian ini menggunakan variabel intervening yang terdiri dari *islamic travel motivation*, *perceived pandemic risk*, dan *attitude towards destination*. Penelitian ini melibatkan 210 responden dari kalangan muslim milenial. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan SEM PLS yang dioperasikan melalui program SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *electronic word of mouth*, *islamic travel motivation*, *attitude towards destination* pada intensi berwisata. Namun, pada variabel *perceived pandemic risk* tidak memberikan pengaruh pada intensi berwisata. Dengan demikian, pelaku bisnis di bidang pariwisata Lombok lebih aktif menggalakkan *marketing* melalui media elektronik serta memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan.

Kata Kunci: *Electronic word of mouth, Intensi, Lombok, Muslim Milenial.*

ABSTRACT

As one of the largest industries, the tourism industry has made a real contribution through foreign exchange earnings, regional income, regional development, as well as in the absorption of investment and labor. However, after the Covid-19 virus was declared a pandemic in early 2020, the tourism sector suffered losses and decreased visitor spending. This study aims to analyze the determinants of travel intentions to Muslim-friendly tourism destinations in Lombok by using electronic word of mouth as a tourism marketing force. In addition, this study uses intervening variables consisting of Islamic travel motivation, perceived pandemic risk, and attitude towards destination. This study involved 210 respondents from millennial Muslims. Hypothesis testing was carried out using SEM PLS which was operated through the SmartPLS program. The results of the study indicate that there is an influence of electronic word of mouth, Islamic travel motivation, and attitude towards destination on travel intentions. However, the perceived pandemic risk variable has no effect on travel intentions. Thus, it is hoped that business people in the Lombok tourism sector are more active in promoting marketing through electronic media and providing a pleasant experience for tourists so as to increase the number of tourist visits.

Keywords: Electronic word of mouth, Intention, Lombok, Millennial Muslims.

الملخص

كواحدة من أكبر الصناعات ، قدمت صناعة السياحة مساهمة حقيقية من خلال عائدات النقد الأجنبي ، والدخل الإقليمي ، والتنمية الإقليمية ، وكذلك في استيعاب الاستثمار والعمالة. ومع ذلك ، بعد إعلان فيروس كورونا التاسع عشر وباء في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين ، عانى قطاع السياحة من خسائر وتراجع إنفاق الزوار. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل محددات نوايا السفر إلى الوجهات السياحية الصديقة للمسلمين في لومبوك باستخدام الكلام الشفهي الإلكتروني كقوة تسويق سياحي. بالإضافة إلى ذلك ، تستخدم هذه الدراسة المتغيرات المتداخلة التي تتكون من دوافع السفر الإسلامية ، ومخاطر الوباء المتصورة ، والموقف تجاه الوجهة. شملت هذه الدراسة مائتين وعشرة مستجيبين من المسلمين الألفيين. تم إجراء اختبار الفرضية الشفوية ، ودوافع باستخدام نمذجة المعادلة الهيكلية. تشير نتائج الدراسة إلى وجود تأثير للكلمة الإلكترونية المتصورة السفر الإسلامية ، والموقف من الوجهة على نوايا السفر. ومع ذلك ، فإن متغير مخاطر الجائحة أكثر نشاطاً ليس له أي تأثير على نوايا السفر. وبالتالي ، فإن رجال الأعمال في قطاع السياحة في لومبوك في الترويج للتسويق من خلال الوسائط الإلكترونية وتوفير تجربة ممتعة للسياح.

الكلمات المفتاحية :.الكلام الشفهي الإلكتروني ، النية ، لومبوك ، مسلمو الألفية

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
DECLARATION	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
المخلص	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang Masalah	16
1.2 Rumusan Masalah	29
1.3 Tujuan Penelitian.....	29
1.4 Manfaat Penelitian.....	30
1.5 Sistematika Penulisan Tesis	31
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	32
2.1 Kajian Teori.....	32
2.1.1 Konsep <i>Moslem Friendly Tourism</i>	32
2.1.2 Konsep Intensi	34
2.1.3 Konsep Intensi Berkunjung	36
2.1.4 Indikator Intensi Berkunjung	37
2.1.5 Generasi Milenial.....	38
2.1.6 Konsep <i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM)	39
2.1.7 Indikator Electronic Word of Mouth (eWOM).....	40
2.1.8 Konsep <i>Islamic Travel Motivation</i>	41
2.1.9 Indikator Islamic Travel Motivation.....	42
2.1.10 Konsep <i>Perceived Pandemic Risk</i>	42
2.1.11 Indikator <i>Perceived Pandemic Risk</i>	44
2.1.12 Konsep <i>Attitude Towards Destination</i>	45

2.1.13 Indikator <i>Attitude Towards Destination</i>	46
2.2 Penelitian Terdahulu.....	46
2.3 Gap Penelitian	59
2.4 Kerangka Penelitian	59
2.4.1 Kerangka Berpikir.....	59
2.4.2 Kerangka Konseptual.....	61
2.5 Pengembangan Hipotesis	61
2.5.1 Pengaruh <i>electronic word of mouth</i> terhadap <i>islamic travel motivation</i>	61
2.5.2 Pengaruh <i>electronic word of mouth</i> terhadap <i>perceived pandemic risk</i>	63
2.5.3 Pengaruh <i>electronic word of mouth</i> terhadap <i>attitude towards destination dan intention to travel</i>	65
2.5.4 Pengaruh <i>islamic travel motivation</i> terhadap <i>attitude towards destination dan intention to visit</i>	66
2.5.5 Pengaruh <i>perceived pandemic risk</i> terhadap <i>attitude towards destination dan intention to visit</i>	69
BAB III METODE PENELITIAN.....	71
3.1 Metode dan Pendekatan Penelitian.....	71
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	71
3.3 Jenis dan Sumber Data	75
3.4 Populasi dan Sample Penelitian	75
3.5 Metode Pengumpulan Data	76
3.6 Teknik Analisis Data	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	78
4.2 Analisis Deskriptif.....	80
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden	80
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	85
4.3 Pengujian Hipotesis	93
4.3.1 Evaluasi Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	93
4.3.2 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	99
4.4 Pembahasan	106

4.4.1 Pengaruh <i>electronic word of mouth</i> terhadap <i>Islamic travel motivation</i>	106
4.4.2 Pengaruh <i>electronic word of mouth</i> terhadap <i>perceived pandemic risk</i>	108
4.4.3 Pengaruh <i>electronic word of mouth</i> terhadap <i>attitude towards destination</i>	111
4.4.4 Pengaruh <i>electronic word of mouth</i> terhadap <i>intention to travel</i>	113
4.4.5 Pengaruh <i>Islamic travel motivation</i> terhadap <i>attitude towards destination</i>	115
4.4.6 Pengaruh <i>Islamic travel motivation</i> terhadap <i>intention to visit</i>	117
4.4.7 Pengaruh <i>perceived pandemic risk</i> terhadap <i>attitude towards destination</i>	120
4.4.8 Pengaruh <i>perceived pandemic risk</i> terhadap <i>intention to visit</i>	122
4.4.9 Pengaruh tidak langsung (<i>electronic word of mouth</i> berpengaruh terhadap <i>intention to visit</i> melalui <i>perceived pandemic risk</i> , <i>islamic travel motivation</i> dan <i>attitude towards destination</i>)	125
BAB V PENUTUP	128
5.1 Simpulan	128
5.2 Implikasi Penelitian	129
5.2.1 Implikasi Manajerial	129
5.2.2 Implikasi Akademis	131
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Arah Bagi Peneliti Selanjutnya	132
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN	149

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	72
Tabel 4. 1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Usia	81
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	82
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
Tabel 4.7	Kriteria Penilaian Interval	85
Tabel 4.8	Karakteristik Variabel Electronic Word Of Mouth	86
Tabel 4.9	Karakteristik Variabel Islamic Travel Motivation.....	88
Tabel 4.10	Karakteristik Variabel Perceived Pandemic Risk	89
Tabel 4.11	Karakteristik Variabel Attitude Towards Destination	91
Tabel 4.12	Karakteristik Variabel Attitude Towards Destination	92
Tabel 4.13	Nilai Outer Loading	94
Tabel 4.14	Nilai Average Variance Extracted (AVE)	96
Tabel 4.15	Nilai Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion).....	97
Tabel 4.16	Nilai Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion).....	98
Tabel 4.17	Nilai R Square	101
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Q Square	102
Tabel 4.19	Hasil Pengujian Hipotesis	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Economic Impact Timeline 2000-2021	17
Gambar 1.2	Internet Users Over Time	18
Gambar 1.3	Main Reasons for Using The Internet	19
Gambar 1.4	Social networking sites for sharing travel experiences	21
Gambar 2.4.1	Kerangka Berpikir	60
Gambar 2.4.2	Kerangka Konseptual	61
Gambar 4.1	Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	93
Gambar 4.2	Hasil Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	100

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan (Kuesioner) 1.....	149
--------------------------------------	-----