

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
DECLARATION	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
الملخص.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Lingkup Penelitian	16
1.6 Sistematika Dasar Penulisan.....	17
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Pariwisata Halal	18
2.1.2 Pemasaran Syariah	22
2.1.3 <i>Traditional Value</i> (Nilai Tradisional)	23
2.1.4 <i>Islamic Value</i> (Nilai Islam)	29
2.1.5 <i>Destination Image</i> (Citra Destinasi)	34
2.1.6 <i>Revisit Intention</i> (Niat Mengunjungi Kembali)	40
2.1.7 <i>Recommendation Intention</i> (Niat Rekomendasi).....	47
2.2 Penelitian Terdahulu.....	50

2.3	Kerangka Penelitian	54
2.3.1	Kerangka Berfikir	54
2.4	Pengembangan Hipotesis	58
2.4.1	<i>Traditional Value</i> Berpengaruh Terhadap <i>Destination Image</i>	58
2.4.2	<i>Islamic Value</i> Berpengaruh Terhadap <i>Destination Image</i>	59
2.4.3	<i>Destination Image</i> Berpengaruh Terhadap <i>Revisit Intention</i>	60
2.4.4	<i>Destination Image</i> Berpengaruh Terhadap <i>Recommendation Intention</i>	61
2.4.5	<i>Traditional Value</i> Berpengaruh Terhadap <i>Revisit Intention</i>	62
2.4.6	<i>Islamic Value</i> Berpengaruh Terhadap <i>Recommendation Intention</i>	64
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		65
3.1	Jenis Penelitian	65
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	65
3.3	Jenis dan Sumber Data	70
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	70
3.5	Metode Pengumpulan Data	71
3.6	Teknik Analisis Data	72
3.6.1	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	72
3.6.2	Model Umum SEM.....	76
3.6.3	Prosedur SEM	78
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN.....		86
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	86
4.1.1	Gambaran Umum Lombok	86
4.1.2	Profil Responden.....	88
4.1.3	Perilaku Responden.....	90
4.2	Analisis Dekriptif	95
4.2.1	Uji Validitas	95
4.2.2	Uji Reliabilitas	96
4.3	Model Pengukuran	97
4.3.1	Uji Fit Model Pengukuran.....	98
4.3.2	Model Pengukuran Variabel <i>Traditional Value</i>	99

4.3.3	Model Pengukuran Variabel <i>Islamic Value</i>	103
4.3.4	Model Pengukuran Variabel <i>Destination Image</i>	105
4.3.5	Model Pengukuran Variabel <i>Revisit Intention</i>	107
4.3.6	Model Pengukuran Variabel <i>Recommendation Intention</i>	109
4.4	Model Struktural.....	111
4.4.1	Analisa Diagram Jalur.....	111
4.5	Pengujian Hipotesis	115
4.6	Pembahasan	115
4.6.1	Analisa Pengaruh <i>Traditional Value Terhadap Destination Image</i>	116
4.6.2	Analisis Pengaruh <i>Islamic Value Terhadap Destination Image</i>	118
4.6.3	Analisis Pengaruh <i>Destination Image Terhadap Revisit Intention</i>	120
4.6.4	Analisis Pengaruh <i>Destination Image Terhadap Recommendation Intention</i>	122
4.6.5	Analisis Pengaruh <i>Traditional Value Terhadap Revisit Intention</i>	125
4.6.6	Analisis Pengaruh <i>Islamic Value Terhadap Recommendation Intention</i>	128
BAB V PENUTUP		132
5.1	Simpulan.....	132
5.2	Implikasi Penelitian	133
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Arah Bagi Peneliti Selanjutnya.....	135
DAFTAR PUSTAKA		136
LAMPIRAN.....		150

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume Interaksi Generasi Milenial di Negara dan Sektor	2
Tabel 1.2 Sepuluh Negara Muslim dan non-Muslim yang Menjadi Destinasi Wisatawan Muslim.....	3
Tabel 1.3 Peningkatan Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Indonesia.....	6
Tabel 1.4 Peringkat Provinsi pada <i>Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) 2019</i> ..	9
Tabel 2.1 Definisi Pariwisata Halal	21
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	50
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	67
Tabel 3.2 Perbandingan Ukuran-Ukuran <i>Goodness of Fit</i>	82
Tabel 4.1 Profil Responden.....	89
Tabel 4.2 Asal Daerah.....	90
Tabel 4.3 Uji Validitas	95
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas	97
Tabel 4.5 Uji Fit Model Pengukuran	98
Tabel 4.6 Validitas dari Variabel <i>Traditional Value</i>	100
Tabel 4.7 Reliabilitas dari Variabel <i>Traditional Value</i>	101
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif <i>Traditional Value</i>	102
Tabel 4.9 Validitas dari Variabel <i>Islamic Value</i>	103
Tabel 4.10 Reliabilitas dari Variabel <i>Islamic Value</i>	103
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif <i>Islamic Value</i>	104
Tabel 4.12 Validitas dari Variabel <i>Destination Image</i>	105
Tabel 4.13 Reliabilitas dari Variabel <i>Destination Image</i>	106
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif <i>Destination Image</i>	106
Tabel 4.15 Validitas dari Variabel <i>Revisit Intention</i>	108
Tabel 4.16 Reliabilitas dari Variabel <i>Revisit Intention</i>	108
Tabel 4.17 Statistik Deskriptif <i>Revisit Intention</i>	109
Tabel 4.18 Validitas dari Variabel <i>Recommendation Intention</i>	110
Tabel 4.19 Reliabilitas dari Variabel <i>Recommendation Intention</i>	110
Tabel 4.20 Statistik Deskriptif <i>Recommendation Intention</i>	111
Tabel 4.21 Analisa Hipotesis	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Dunia Tahun 1995-2014.....	5
Gambar 1.2 Kunjungan Wisatawan ke NTB 5 Tahun Terakhir (2014 s/d 2018) .	11
Gambar 1.3 Data Kunjungan Wisatawan Per-Triwulan 2018	12
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	55
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	56
Gambar 3.1 Spesifikasi Model	79
Gambar 3.2 <i>Flowchart</i> Prosedur SEM	85
Gambar 4.1 Pertanyaan <i>Screening</i>	90
Gambar 4.2 Frekuensi Kunjungan Ke Lombok	91
Gambar 4.3 Pengetahuan Lombok menjadi salah satu pariwisata halal	91
Gambar 4.5 Tujuan mengunjungi Lombok	92
Gambar 4.6 Alasan berkunjung ke Lombok	93
Gambar 4.7 Partner berkunjung ke Lombok	93
Gambar 4.8 Frekuensi lama waktu berkunjung	94
Gambar 4.9 Alat transportasi yang digunakan	94
Gambar 4.10 Model SEM (<i>Standardized Solution</i>)	112
Gambar 4.11 Model SEM (<i>T-Values</i>)	114

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	150
Lampiran 2. Data Olahan	159
Lampiran 3. Hasil Lisrel	168
Lampiran 4. Model Struktural.....	172