**World Halal Tourims Award 2016-2017**

**(Studi Penelitian pada Website Wonderful Lombok Sumbawa)**

Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan

[dorothy\_rouly@yahoo.com](mailto:dorothy_rouly@yahoo.com) atau dorothy.rouly81@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung

**Abstrak**

**Tujuan** – Riset ini bertujuan untuk menggambarkan studi empiris dari world halal tourism award. Jurnal ini menganalisis potensi dari strategi pariwisata halal dari informasi di website tersebut.

**Desain metodologi/pendekatan** – Alat yang digunakan untuk mengumpulkan informasi pada peneltian ini ialah survei yang ditujukan kepada konsumen yang mengunjungi website wonderful. Lombok Sumbawa terhadap kualitas penyajian informasi tentang pariwisata halal, kepuasan dan loyalitas pengunjung terhadap website wonderful Lombok Sumbawa. **Temuan** – Temuan dalam riset ini mengkonfirmasi, bahwa strategi pariwisata halal dalam ini tampilan yang menarik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap website wonderful Lombok Sumbawa dari segi kepuasan maupun dari segi loyalitas konsumen. Berdasarkan pandangan teoritis, pengujung dapat mengevaluasi secara keseluruhan tampilan website Wonderful Lombok Sumbawa.

**Batasan penelitian** – Batasan utama dari penelitian ini adalah sampel yang digunakan hanya dari website pariwisata halal di wilayah Indonesia Bagian Timur yaitu Lombok dan Sumbawa.

**Implikasi praktis** – Dari riset ini dapat disimpulkan bahwa, promosi dari website pariwisata halal dengan pengunjung rata-rata orang dewasa dapat berkembang secara lebih luas.

**Implikasi Sosial** – Didalam riset ini, terdapat temuan bahwa didalam mencari informasi pariwisata halal di website banyak orang yang belum mengetahui. Berdasarkan hal tersebut perlu meningkatkan strategi informasi pariwasata halal di Lombok Sumbawa.

Kata Kunci: pariwisata halal, world halal tourims award, website halal

**Abstract**

**Objective** – This paper objectives are to describe the empiric study from world halal tourism award and to analyze the potential of halal tourism strategics from the Lombak Sumbawa website.

**Methodology** – In this study, the authors use data collection using survey methods to the consumer whose visit the Lombak Sumbawa website. The research needs the informations about the quality of presentation of halal tourism, satistifaction and visitor loyalty toward the website.

**Result** – The result of this research described that one of the halal tourism strategics has the positif significant influence towards the satistifaction and visitor loyalty. The strategy is the attractive website view. Based on theoretical, visitor could evaluate overall the display of the website.

**Limitation** – The limitation of this research is that the object only used the halal tourism website in the part of East Indonesia, namely Lombok and Sumbawa.

**Practical Information** – The promotion from halal tourism website which are visited by adults will be growing broadly.

**Social Implication**– Many people in Indonesia doesn’t know the information about halal tourism website. Therefore, we need to enhance the strategics maximally.

Key Words: halal toursim, world halal tourism award, halal website

**PENDAHULUAN**

Definisi pariwisata dalam *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) yaitu setiap orang yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi dan lamanya kunjungan tersebut tidak lebih dari 12 bulan (Sutomo, 2014). Laporan berjudul *State of The Global Islamic Economy 2013 Report*, disebutkan \jumlah ini sama dengan 12,5 persen dari keseluruhan nilai belanja pariwisata dunia. Angka itu belum termasuk belanja untuk umrah dan haji. Menurut perkiraan mereka, pada 2018 belanja para muslim untuk keperluan wisata menembus US$ 181 miliar. Tingkat pertumbuhan muslim yang berpariwisata di dunia jauh di atas tingkat pertumbuhan wisatawan mancanegara yang lain.

Sebagai catatan, wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia mencapai 8,8 juta turis, dengan total US$ 1,66 miliar. Namun, para ahli mengamati industri perjalanan dan pariwisata halal di negara-negara non-muslim jauh lebih baik daripada di negara-negara muslim. Pertumbuhan pariwisata halal seperti yang terlihat di Selandia Baru dan Australia menunjukkan bahwa negara-negara non-muslim lebih disukai turis negara-negara muslim. Seperti yang telah dijelaskan dalam *State of The Global Islamic Economy* 2013 Report dunia non-muslim mampu menggarap potensi tersebut lebih maksimal. Contohnya, Jepang yang memiliki ruang salat di bandara dan sebagian besar hotel di sana menyediakan makanan halal, dan Korea yang menyediakan makanan berlabel halal. Thomson Reuters baru-baru ini melaporkan, Eropa menjadi tujuan wisata terpopuler secara global pada 2012. Di bagian daftar teratas adalah Prancis dengan 83 juta kedatangan. Amerika Serikat menduduki posisi kedua dengan 67 juta kedatangan, diikuti China dan Spanyol dengan 58 juta kunjungan. Turki dan Malaysia menduduki peringkat ke-6 dan ke-10.



**Gambar 1. Grafik peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia pada tahun 2014-2015**

Sumber: *www.caretourism.wordpress.com*

Pariwisata di Indonesia saat ini mengalami peningkatan seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.1 bahwa pada Agustus 2015 wisatawan mancanegara yang dating ke Indonesia mencapai 6.322.592 lebih banyak di bandingkan dengan Agustus 2014.

Saat ini konsep pariwisata halal kian marak dan sedang menjadi tren di masyarakat Indonesia. Kementrian Pariwista dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) bertekad menjadikan Indonesia sebagai salah satu destinasi wisata halal (*halal tourism*) di dunia. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menetapkan sembilan tujuan wisata yang memiliki potensi untuk dipromosikan sebagai kawasan wisata syariah di Indonesia. Sembilan daerah itu adalah Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Makassar, dan Lombok. Ini tak lepas dari latar sosial budaya yang menjunjung tinggi nilai-nilai Islam dengan didukung keindahan alamnya (bisnis.tempo.co).

Halal Tourism adalah salah satu sistem pariwisata yang diperuntukan bagi wisatawan Muslim maupun non-muslim yang pelaksanaanya mematuhi aturan syariah. Di sini, industri kreatif berperan penting dalam hal pengelolaan publikasi yang efektif. Publikasi ini dapat dilakukan melalui media online seperti website untuk wisataan dalam memperoleh informasi tentang wisata halal. Website itu sendiri dikelola dan dibuat sesuai dengan tema yang diusung yaitu wisata halal, seperti Wonderful Lombok Sumbawa.

**LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Istilah pariwisata berasal dari Bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti berulang-ulang atau berkali-kali, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang. Menurut UU No.9 tahun 1990 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan kepariwisataan adalah sebagai berikut:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek atau daya tarik.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.
3. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut.
4. Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
5. Usaha Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa.

Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar, yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri/diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap (Yoeti 2008). Sedangkan menurut pendapat Ramaini (1992) bahwa, pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubangan dengan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Terdapat jenis-jenis pariwiasata:

1. Jenis wisata ditentukan menurut motif tujuan perjalanan, menurut Spillane (1987) dapat juga dibedakan adanya beberapa jenis pariwisata khusus sebagai berikut:
2. Pariwisata Untuk Menikmati Perjalanan (Pleasure Tourism) Pariwisata untuk menikmati perjalanan dilakukan untuk berlibur, mencari udara segar, memenuhi keingintahuan, mengendorkan ketegangan saraf, melihat sesuatu yang baru, menikmati keindahan alam, dan mendapatkan kedamaian.
3. Pariwisata Untuk Rekreasi (Recreation Tourism) Pariwisata untuk rekreasi dilakukan sebagai pemanfaatan hari-hari libur untuk beristirahat, memulihkan kesegaran jasmani dan rohani dan menyegarkan keletihan
4. Pariwisata Untuk Kebudayaan (Cultural Tourism) Pariwisata untuk kebudayaan ditandai serangkaian motivasi seperti keinginan belajar di pusat riset, mempelajari adat-istiadat, mengunjungi monumen bersejarah dan peninggalan purbakala dan ikut festival seni musik.
5. Pariwisata Untuk Olah Raga (Sports Tourism) Pariwisata untuk olahraga dibagi menjadi dua kategori, yakni pariwisata olahraga besar seperti Olimpiade, Asian Games, dan SEA Games serta buat mereka yang ingin berlatih atau mempraktikkan sendiri, seperti mendaki gunung, panjat tebing, berkuda, berburu, rafting, dan memancing.
6. Pariwisata Untuk Urusan Usaha Dagang (Business Tourism) Pariwisata untuk urusan usaha dagang umumnya dilakukan para pengusaha atau industrialis antara lain mencakup kunjungan ke pameran dan instalasi teknis.
7. Pariwisata Untuk Berkonvensi (Convention Tourism) Pariwisata untuk berkonvensi berhubungan dengan konferensi, simposium, sidang dan seminar internasional.
8. Pariwisata ditinjau dari obyek yang dikunjungi, diantaranya adalah:
9. Wisata Alam, yaitu kegiatan mengunjungi suatu obyek wisata yang berupa keindahan alam antara lain pegunungan, pantai, lembah, dsb.
10. Wisata Budaya, didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka (karakteristik suatu komunitas).
11. Wisata Agama, adalah dimana seseorang atau sekelompok orang yang bepergian ke suatu daerah dengan memiliki tujuan untuk mengunjungi tempat-tempat religious yang sesuai dengan agama dan kepercayaannya masing-masing seperti tempat ibadah, ziarah ke makam ataupun ke tempat-tempat keramat.
12. Wisata Ziarah, bisa dikatakan sebagai salah satu bagian dari wisata religi, bahkan pengertian wisata ziarah hampir sama dengan pengertian wisata religi, yaitu menitikberatkan pada keagamaan dan mengunjungi tempat-tempat keagamaan, perjalanan secara fisik ini mencerminkan perjalanan spiritual.
13. Wisata Belanja, kegiatan mengunjungi tempat atau pusat-pusat penjualan barang/produk.
14. Wisata Satwa, biasanya menunjukkan hewan dalam habitat alamiah mereka.
15. Wisata Sejarah, umumnya berupa kunjungan ke tempat-tempat yang dianggap bersejarah.

Pembangunan dalam bidang pariwisata merupakan suatu hal yang sangat perlu dilakukan oleh Pemerintah Daerah, mengingat banyak sekali keuntungan atau manfaat yang bisa diambil dari kegiatan pariwisata, antara lain dapat menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan dan meratakan pendapatan masyarakat serta memperkenalkan seni budaya daerah dan hasil kerajinan daerah untuk dapat dipasarkan kepada wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara, dan yang tak kalah penting adalah dapat memberikan kontribusi bagi

Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Melakukan pembangunan pariwisata dibutuhkan berbagai pendukung untuk memperlancar jalannya kegiatan. Antara lain sumber daya manusia yang berkualitas, adanya dana yang cukup memadai, didukung sarana dan prasarana, teknologi dalam bentuk website untuk mempermudah mencari wisata halal serta kebijakan dari Pemerintah Daerah yang memprioritaskan bidang pariwisata

Wisata Halal saat ini merupakan salah satu destinasi wisata yang sedang mendunia, pariwisata ini tidak hanya diminati oleh masyarakat muslim tetapi non muslim juga dapat menikmati pariwisata ini. Saat ini wisata syariah telah berkembang pesat di beberapa negara seperti Jepang, Malaysia, China, Taiwan, Thailand, Korea, Prancis, Amerika, dan Jerman. Negara-negara tersebut telah lebih dulu menerapkan wisata halal, dengan berbagai macam nama. Nama yang mereka gunakan seperti Islamic tourism, halal tourism, halal travel, ataupun as moslem friendly destination.

Indonesia juga memiliki potensi yang sangat besar untuk menerapkan destinasi wisata syariah, karena Indonesia memiliki banyak wisata alam bernuansa syariah seperti situs-situs peninggalan kerajaan Islam dan pusat pesantren Islam. Belum lama ini pada tanggal 24 Oktober – 6 November Indonesia masuk dalam 12 Nominasi World Halal Tourism 2016 salah satunya world best halal tourism website ([www.wonderfullomboksumbawa.com](http://www.wonderfullomboksumbawa.com)) yang akan diselenggarakan di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab pada tanggal 7 Desember 2016. Pada tahun 2015 dalam penghargaan *The World Halal Travel Awards 2015* Lombok memenangkan kategori World's Best Halal Honeymoon (Pulau Lombok) selain itu Lombok juga masuk dalam kategori World's Best Halal Tourism Destination ([www.nasional.tempo.com](http://www.nasional.tempo.com)).

Berdasarkan hal tersebut dapat dibentuk suatu kerangka teoritik yang dapat dilihat pada gambar berikut:

Pariwisata Halal - Website wonderful Lombok Sumbawa

1. Kualitas Website (X1)
2. Kepuasan Pengunjung Website (X2)

Loyalitas pengunjung website dalam mencari informasi pariwisata halal (Y)

Gambar 2. Kerangka Teori

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini meneliti kualitas website dan kepuasan pengunjung website terhadap loyalitas pengunjung website pada situs website www.wonderfullomboksumbawa.com. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas adalah kualitas website (X1) dan kepuasan pengunjung website setelah mengakses website tersevut (X2). Kemudian variabel tidak bebas yang dijadikan objek penelitian adalah loyalitas pengunjung website (Y). Objek yang dijadikan respoden yaitu orang dewasa diatas 17 tahun untuk mengakses website tersebut, karena yang mengakses situs ini umumnya orang dewasa. Metode penelitian yang digunakan adalah cross sectional method karena penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun. Menurut Malhotra (2009 hal 101 diacu dalam Nurpriyanti dan Hurriyati, 2016), cross sectional method adalah pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu tertentu. Sehingga dalam peneliatian yang menggunakan metode ini yang dapat digambarkan merupakan kegiatan pada saat tertentu. Selanjutnya berdasarkan fakta tersebut dilakukan penyimpulan mengenai masalah-masalah penelitian yang ingin dibuktikan atau dicari teorinya.

Berdasarkan uraian penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei atau explanatory survey yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel dengan cara pengujian hipotesis. Situs website pariwisata halal yang menjadi obyek penelitian ini adalah wonderful Lombok Sumbawa, karena Lombok Sumbawa terkenal dengan berbagai pariwisata yang menarik dan pada tahun 2015 mendapatkan penghargaan *World Halal Travel Award* dan *World Halal Honeymoon Award.* Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang lebih tepat untuk digunakan adalah cross sectional method. Menurut Umar Husein (2008 hal 45 diacu dalam Nurpriyanti dan Hurriyati, 2016) menjelaskan bahwa, metode cross sectional yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang. Selain itu metode cross sectional dijelaskan sebagai pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu, sehingga penelitian ini merupakan one-shot atau cross sectional (Maholtra, 2009 hal 101 diacu dalam Nurpriyanti dan Hurriyati, 2016).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung orang dewasa yang akan berlibur mencari wisata halal di Lombok Sumbawa. Berdasarkan teknik penarikan sampel secara simple random sampling dan hasil perhitungan rumus slovin didapatkan bahwa sampel yang digunakan berjumlah 100 responden agar lebih representatif. Data yang terkumpul nantinya akan diuji terlebih dahulu reliabilitas dan validitasnya baru kemudian diuji hipotesisnya menggunakan konsep regresi linier berganda. Hipotesis yang dikembangkan berdasarkan jurnal ini ialah :

H1 : Diduga kualitas website berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung website.

H2 : Diduga kualitas website berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung website

**HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Kuisioner Bagian 1 Karakteristik Responden**

* Jenis Kelamin

|  |  |
| --- | --- |
| Pernyataan | Responden |
| Laki-Laki | 52 |
| Perempuan | 48 |

\*Berdasarkan data hasil kuisioner jenis kelampin responden dominan adalah laki-laki sebesar 52 %.

* Usia

|  |  |
| --- | --- |
| Pernyataan | Responden |
| 16 - 25 tahun | 15 |
| 26 - 35 tahun | 43 |
| 35 - 45 tahun | 25 |
| 46 - 55 tahun | 13 |
| 56 - 65 tahun | 4 |

\*Berdasarkan data hasil kuisioner rentang usia yang terkumpul bahwa responden dominan berusia 25 tahun sampai 35 tahun sebanyak 43 %.

* Pekerjaan

|  |  |
| --- | --- |
| Pernyataan | Responden |
| Pegawai Negeri / Karyawan Swasta | 68 |
| Wiraswasta | 10 |
| Pelajar / Mahasiswa | 22 |

\*Berdasarkan data hasil kuisioner pekerjaan yang terkumpul bahwa mayoritas responden adalah pegawai negeri / swasta sebanyak 68 %.

* Penghasilan

|  |  |
| --- | --- |
| Pernyataan | Responden |
| 1.000.000 - 3.000.000 | 15 |
| 4.000.000 - 6.000.000 | 60 |
| > 6.000.000 | 25 |
| Total | 100 |

\*Berdasarkan data hasil kuisioner yang terkumpul bahwa mayoritas responden berpenghasilan 4 juta sampai dengan 6 juta sebanyak 60 %

* Dari mana anda mendapatkan informasi website tersebut

| Pernyataan | Responden |
| --- | --- |
| Rekomendasi Teman/Saudara | 27 |
| Media Elektronik (Internet, TV, dsb) | 50 |
| Media Cetak / Brosur | 23 |

\*Berdasarkan data hasil kuisioner tentang dari mana pelanggan mendapatkan informasi, bahwa mayoritas responden (50%) mendapatkan informasi tentang website wonderful lombok sumbawa melalui media elektronik seperti internet dan televisi.

* Dalam kurun waktu 1 bulan terakhir, berapa kali mengunjungi website tersebut

|  |  |
| --- | --- |
| Pernyataan | Responden |
| 1 kali | 30 |
| 2 kali | 50 |
| 3 kali | 20 |

\*Berdasarkan data hasil kuisioner dalam kurun waktu 1 bulan terakhir, bahwa mayoritas responden (50%) bersedia mengunjungi website wonderful Lombok Sumbawa 2 kali setiap bulan.

**Analisis Kuisioner Bagian 2: Evaluasi Skor Kualitas Tampilan Website**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Skala Alternatif** | **Jumlah** |
| 1. | Sangat Setuju | 260 |
| 2. | Setuju | 332 |
| 3. | Netral | 107 |
| 4. | Tidak Setuju | 1 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju | 0 |

Tabel dan diagram di atas menunjukkan bahwa total sebagian besar (48%) responden setuju bahwa kualitas tampilan website wonderful Lombok Sumbawa menarik sehingga mereka percaya untuk mencari informasi pariwista halal di website tersebut

**Analisis Kuisioner Bagian 3: Evaluasi Skor Kepuasan Pengunjung Website**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Skala Alternatif** | **Jumlah** |
| 1. | Sangat Setuju | 155 |
| 2. | Setuju | 265 |
| 3. | Netral | 80 |
| 4. | Tidak Setuju | 0 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju | 0 |

Tabel dan diagram di atas menunjukkan bahwa total sebagian besar responden menunjukkan respon setuju (53%). Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung website merasa puas terhadap tampilan website Wonderful Lombok Sumbawa

**Analisis Kuisioner Bagian 4: Evaluasi Skor Loyalitas Pengunjung Website**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Skala Alternatif** | **Jumlah** |
| 1. | Sangat Setuju | 114 |
| 2. | Setuju | 171 |
| 3. | Netral | 14 |
| 4. | Tidak Setuju | 1 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju | 0 |

Tabel dan diagram di atas menunjukkan bahwa total sebagian besar responden menyatakan setuju (57%). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat mengakses website wonderful Lombok Sumbawa terhadap loyalitas pengunjung untuk mencari informasi pariwisata halal tinggi.

**Analisis Kuisioner Bagian 5 : Validitas dan Reabilitas**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Indikator / Pernyataan | Nilai r table | Nilai r hitung | Keterangan |
| 1 | Kualitas tampilan website | 0,1663 | 0,756 | Valid |
| 2 | Kepuasan pengunjung website | 0,1663 | 0,734 | Valid |
| 3 | Loyalitas pengunjung website | 0,1663 | 0,603 | Valid |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | Cronbach Alpha | Jumlah Pertanyaan |
| Kualitas tampilan website | 0,806 | 7 |
| Kepuasan pengunjung website | 0,828 | 5 |
| Loyalitas pengunjung website | 0,818 | 3 |

Berdasarkan hasil uji validitas dengan bantuan program SPSS 22 for window, diperoleh nilai r hitung untuk masing – masing butir pertanyaan lebih besar dari nilai r tabel (0.1663). Dengan demikian untuk 15 butir pernyataan yang diuji dinyatakan valid. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai cronbach’s alpha untuk kualitas tampilan website adalah sebesar 0,806, nilai cronbach’s alpha untuk kepuasan pengunjung website adalah sebesar 0,828 dan nilai cronbach alpha untuk loyalitas pengunjung website adalah sebesar 0,818. Dari hasil penelitian diperoleh semua nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,6, dengan demikian seluruh instrumen yang diuji dalam penelitian ini dapat dinyatakan *reliable* atau handal.

**Analisis Kuisioner Bagian 6: Uji Hipotesis**

1. Hubungan antara variabel kualitas website dengan kepuasan pengunjung website

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *df* | *SS* | *MS* | *F* | *Significance F* |
| Regression | 1 | 3084.607918 | 3084.607918 | 160.6991874 | 2.23419E-22 |
| Residual | 98 | 1881.102082 | 19.1949192 |  |  |
| Total | 99 | 4965.71 |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *Coefficients* | *Standard Error* | *t Stat* | *P-value* |
| Intercept | 12.17416872 | 4.643035507 | 2.622027918 | 0.010135238 |
| X Variable 1 | 0.822397632 | 0.064874647 | 12.67671832 | 2.23419E-22 |

X2 = 12,1742 + 0,8224X1

Dimana berdasarkan koefisien regresi tersebut kualitas tampilan website mempengaruhi kepuasan pengunjung website wonderful Lombok Sumbawa. Selain itu, berdasarkan nilai F hitung (160,699) yang lebh besar dibanding nilai F tabel (2,234 x 10-22), menunjukkan variabel independen berpengaruh secara nyata dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengujung website wonderful Lombok Sumbawa

1. Hubungan antara variabel kualitas website dengan loyalitas pengunjung website

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *df* | *SS* | *MS* | *F* | *Significance F* |
| Regression | 2 | 29.20847338 | 14.60423669 | 10.84847907 | 5.59898E-05 |
| Residual | 97 | 130.5815266 | 1.346201305 |  |  |
| Total | 99 | 159.79 |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *Coefficients* | *Standard Error* | *t Stat* | *P-value* |
| Intercept | 7.24998646 | 1.271999312 | 5.699677973 | 1.29127E-07 |
| Kualitas | 0.064589355 | 0.027913954 | 2.313873342 | 0.022785319 |
| Kepuasan | 0.017776205 | 0.026751542 | 0.664492706 | 0.507951626 |

Y = 7,2499 + 0,0646X1 + 0,0178X2

Dimana berdasarkan koefisien regresi tersebut kualitas produk mempengaruhi loyalitas pengunjung website wonderful Lombok Sumbawa secara positif. Selain itu, berdasarkan nilai F hitung (10.848) yang lebih besar dibanding nilai F tabel (5,598 x 10-5), menunjukkan variabel independen berpengaruh secara nyata dan signifikan terhadap variabel loyalitas website wonderful Lombok Sumbawa.

**Analisis Kuisioner Bagian 7: Evaluasi Model Regresi Loyalitas Konsumen**

Untuk mengetahui kelayakan suatu model maka diperlukan evaluasi model. Evaluasi model dapat dilakukan dengan beberapa kriteria, yaitu kriteria statistik, kriteria ekonometrika dan kriteria ekonomi.

1. Kriteria statistik

Berdasarkan hasil pendugaan koefisien regresi (Tabel Regression Statistics) diketahui nilai *R Square* (*R2*) sebesar 0,621 yang mengindikasikan bahwa loyalitas pengunjung website wonderful Lombok Sumbawa dapat dijelaskan oleh variabel - variabel yang termasuk kedalam model sebesar 62,1% dan sisanya sebesar 37,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model dugaan. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,617 menjelaskan bahwa hubungan atau korelasi antara loyalitas konsumen dengan variabel-variabel yang digunakan adalah positif. Nilai *Standard Error* sebesar 4,381 merupakan nilai galat baku dari model secara keseluruhan yang menunjukkan adanya kemungkinan bias pada nilai dari model yang diduga sebesar 4,381

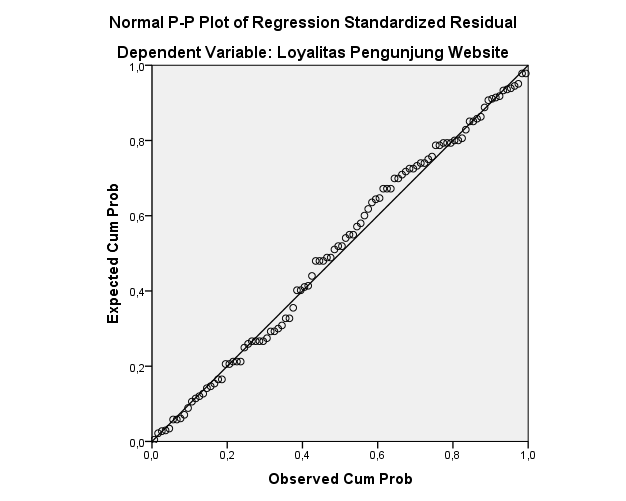
|  |  |
| --- | --- |
| *Regression Statistics* | |
| Multiple R | 0.788150777 |
| R Square | 0.621181647 |
| Adjusted R Square | 0.617316154 |
| Standard Error | 4.381200658 |
| Observations | 100 |

1. Kriteria ekonometrika

Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam uji kriteria ekonometrika adalah sebagai berikut:

* Normalitas

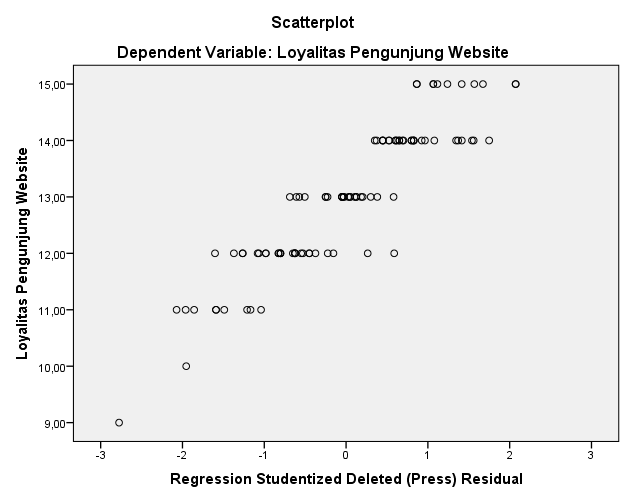
Pengujian normalitas untuk loyalitas pengunjung website wonderful Lombok Sumbawa dengan pendekatan individu dapat dilihat pada gambar berikut.



Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar sumbu diagonal. Dengan demikian, model regresi linier layak digunakan untuk prediksi fungsi loyalitas berdasarkan masukan variabel independennya.

* Homoskedasitas

Grafik *scatterplot* untuk fungsi loyalitas pengunjung website wonderful Lombok Sumbawa dengan pendekatan individu dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar tetapi tidak membentuk pola tertentu. Berkaitan dengan hal tersebut, model linier tidak memenuhi asumsi heteroskedasitas, sehingga model regresi linier layak digunakan untuk prediksi fungsi loyalitas.

* Multikoliniearitas

Pengujian multikolinearitas dapat dilihat melalui besaran nilai VIF. Apabila besaran nilai tersebut berada di sekitar angka 1, maka model tersebut bebas multikolinearitas. Nilai VIF untuk variabel dalam fungsi loyalitas konsumen disajikan dalam table berikut.

|  |  |
| --- | --- |
| Variabel | Nilai VIF |
| Kualitas Website | 2.409 |
| Kepuasan Pengunjung Website | 2.409 |

Berdasarkan masukan nilai, semua variabel tidak ada yang memiliki nilai berada di sekitar angka 1. Dengan demikian, model regresi linier tidak layak untuk digunakan dalam prediksi fungsi loyalitas pengunjung website wonderful Lombok Sumbawa.

* Autokorelasi

Nilai Durbin-Watson untuk loyalitas konsumen ialah 1,66. Nilai 1,66 terletak didalam nilai -2 hingga +2 yang berarti tidak memiliki autokorelasi. Dikarenakan tidak adanya autokorelasi maka model regresi linier layak digunakan sebagai prediksi fungsi loyalitas konsumen berdasarkan masukan variabel independennya.

1. Kriteria ekonomi

Variabel kualitas website wonderful Lombok Sumbawa memiliki tanda positif, yang menunjukkan bahwa apabila kualitas website Wonderful Lombok Sumbawa semakin ditingkatkan, maka loyalitas pengunjung website Wonderful Lombok Sumbawa akan semakin tinggi. Tanda yang dimiliki oleh variabel kepuasan pengunjung website Wonderful Lombok Sumbawa ialah positif, yang berarti semakin konsumen merasa puas maka akan semakin menguatkan loyalitas pengunjung terhadap website Wonderful Lombok Sumbawa.

Berdasarkan ketiga cara pengujian diatas maka model regresi dia yang sudah dijelaskan diatas layak untuk digunakan menggambarkan loyalitas pengunjung website Wonderful Lombok Sumbawa

**PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisa deskriptif diketahui dari 100 orang responden yang diteliti yang merupakan pengunjung website Wonderful Lombok Sumbawa adalah laki-laki sebebasr 52 % dengan rentang umur antara 26-35 tahun yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri / pegawai swasta dengan rata – rata penghasilan setiap bulannya berkisar antara Rp. 4.000.000 hingga Rp 6.000.000. Pengaruh kualitas website dan kepuasan pengunjung website terhadap loyalitas pengunjung website Wonderful Lombok Sumbawa dapat dilihat dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diketahui bahwa kualitas website berpengaruh positif terhadap loyalitas pengunjung website Wonderful Lombok Sumbawa. Hal ini diketahui dari perolehan nilai P-value 1,013523 x 10-3 dengan signifikansi diatas 99% dan nilai koefisien regresi sebesar 0,878 yang bernilai positif. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diketahui bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung website Wonderful Lombok Sumbawa. Hal ini diketahui dari perolehan nilai nilai P-value 0,562 dengan signifikansi diatas 45,8% dan nilai koefisien regresi sebesar 0,4539 yang bernilai positif.

Dari hasil analisis regresi juga dapat diketahui bahwa kualitas produk dan kepuasan konsumen mampu mempengaruhi loyalitas pengunjung website wonderful Lombok Sumbawa sebesar 59,4% (nilai ajusted R2). Dengan kata lain, terdapat pengaruh variabel-variabel lain sebesar 40,6% yang tidak diukur dalam penelitian ini. Kemampuan variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen dapat dikatakan kuat, namun demikian masih ada variabel-variabel lainnya yang harus diperhatikan dalam mengukur loyalitas pengunjung website wonderful Lombok Sumbawa. Secara garis besar dapat dijelaskan bahwa kualitas produk dan kemampuan menjaga kepuasan konsumen yang dilakukan oleh pihak Wonderful Lombok Sumbawa mampu memberikan kontribusi yang besar terhadap penciptaan loyalitas pengunjung website wonderful Lombok Sumbawa terhadap jasa yang mereka tawarkan dan hal ini akan memberikan pengaruh yang positif bagi kelangsungan bisnis pariwisata halal di Lombok Sumbawa.

**PENUTUP**

**Simpulan**

**Saran**

**Rekomendasi Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pelaksanaan pengaruh pariwisata halal dalam hal ini informasi melalui website Wonderful Lombok yaitu sebagai berikut pelaksanaan strategi pariwisata halal secara keseluruhan mempunyai pengaruh yang signifikan dan mendapatkan respon yang baik. Akan tetapi ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk pemerintah agar dapat melihat peluang ini untuk menambah pendapatan daerah dengan meningkatkan pariwisata daerah khususnya wisata halal dengan melakukan promosi melalui website agar masyarakat semakin mengenal pariwisata halal dan memberikan kesan yang positif bagi masyarakat. Untuk pengusaha agar terinspirasi membuat wisata halal, dengan melihat peluang bisnis yang menjanjikan karena konsep halal saat ini sedang trend dan banyak diminati oleh para masyarakat. Dalam melakukan pemasaran pada wisata halal sebaiknya lebih menekankan terhadap promosi agar kesan yang disampaikan kepada pengunjung website memberikan kesan positif dan nyaman jika berkunjung ke wisata halal di daerah Lombok Sumbawa, sehingga dapat menimbulkan ketertarikan dan minat untuk berkunjung.

**DAFTAR PUSTAKA**

A, Yoeti, Oka. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi.* Jakarta: PT Perca.

Ariana, Nyomandan I Nyoman Sudiarta.2006. *Implementasi Marketing Mix Pada Masing-Masing Tahap Life Cycle Pariwisata*

*Bali*.Jurnal Manajemen Pariwisata, Desember 2006, Vol 6, No. 2.

Depdikbud. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.*.*

Husein, Umar. *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.GramediaPusaka.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.*

UNDIP. Semarang.

J. Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk*

*Strategi dan Penelitian Pemasaran.*

Kotler, Philip, dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran jilid 1*.AlihBahasa: Benyamin Molan. EdisiKetigaBelas. AlihBahasa : BobSabran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran jilid 2*.AlihBahasa: Benyamin Molan. EdisiKetigaBelas. AlihBahasa : BobSabran. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka.

Kotler, Philip., dan Gery Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi

12, Jilid 1 dan 2. Erlangga, Jakarta

Malhotra, N.K, 2004. *Marketing Research: An Applied Oreintation.* New Jersey:

Pearson Educatio

Marpaung. 2002. *Pengetahuan Kepariwisataan.* Bandung: Alfabeta

Monroe. 2003. *Pricing Making Profitable Decision.* New York:The Mc Graw-HillCompanie, Inc.

Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS.* Yogyakarta. Mediakom.

Rahkmat, Jalaludin. 1991. *Metode Penelitian Komunikasi.* Bandung: Remaja

Rosdakarya

Ramaini. 1992. *Geografi Pariwisata. Jilid I*. Jakarta: PT Gramedia Sarana Indonesia.

Robbins, Stephen P, Judge, Timothy A Judge. 2015. *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior),* Terj.Ratna Saraswati dan Febriella SiraitEdisi 16. Jakarta: SalembaEmpat.

Santoso, Singgih. 2004*. Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS.*

Jakarta: PT. Elex Media Komputer.

Spillane, James J. 1997. *Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius.

Spillane, James J. 1987. *Pariwisata Indonesia*, *Sejarah, dan Prospeknya.* Yogyakarta: Kanisius.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,*

*dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2012. *Teori, Kuesioner dan Analisis Data.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran.* Yogyakarta: CAPS

(Center of Academic Publishing Service)

Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasi Pada Strategi*

*Pemasaran.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yang, Z & Peterson, R.T., 2004. *Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty: The Role of Switching Costs, Psychology and Marketing*, Vol.21,pp 799-822

Yoeti. 1996. *Pemasaran Pariwisata Terpadu.* Bandung: Angkasa

Zuriah, Nurul. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*.Jakarta:BumiAksara.

Website:

*http://bisnis.tempo.co/read/news/2012/12/20/090449501/mau-wisata-syariahdatanglah-ke-9-provinsi-ini*, Bisnis Tempo diakses pada tanggal 13 November 2016.

*http://iedcdubai.ae/assets/uploads/files/tr-state-of-the-global-islamic-economy-2013.pdf*, Laporan State Of The Global Islamic Economy diakses pada tanggal 13 November 2016

*http://nasional.tempo.co/read/news/2015/10/21/058711534/world-halal-travel*

*award-2015-indonesia-raih-3-penghargaan,* Nasional Tempo diakses pada 13 November 2016