

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan peran performa destinasi ramah-halal yang memengaruhi nilai yang dipersepsikan konsumen serta memengaruhi kepuasan mereka pada destinasi wisata. Objek dari penelitian ini adalah destinasi wisata di Indonesia yang terdiri dari destinasi wisata Lombok, Padang, Toraja, dan Bali yang berjumlah 223 orang. Data yang sudah terkumpul dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana dengan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa performa destinasi ramah-halal berpengaruh positif secara signifikan pada nilai yang dipersepsikan. Selain itu, nilai yang dipersepsikan berpengaruh positif secara signifikan pada kepuasan destinasi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi pada variabel performa destinasi ramah-halal ditunjukkan oleh destinasi wisata Lombok, diikuti oleh destinasi wisata Padang, Bali, dan Toraja. Pada variabel nilai yang dipersepsikan nilai rata-rata tertinggi ditunjukkan oleh destinasi wisata Lombok, diikuti oleh destinasi wisata Padang, Toraja, dan Bali.

Kata kunci: performa, kepuasan, nilai yang dipersepsikan, destinasi wisata.

ABSTRACT

This research aims to analyzes and compares the role of halal-friendly destinations performance that affect the perceived value of consumers and affect their satisfaction with tourist destinations. This research object is a tourist destination consisting of Lombok, Padang, Bali, Toraja destinations. There were 223 samples of Muslim tourists. The collected data were analyzed using simple linear regression with Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

The results showed that the performance of halal-friendly destinations had a significant and positive effect on perceived value. Furthermore, it also shows that the perceived value had a significant and positive effect on customer satisfaction. The results also showed the highest average value on the performance variables of halal-friendly tourism by Lombok tourist destinations, followed by the destination of Padang, Bali, and Toraja tourism. In the variable value perceived, the highest average value is based on Lombok tourist destinations, followed by Padang, Toraja, and Bali tourist destinations.

Keywords: performance, satisfaction, perceived value, tourism destination.