

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 15 Desember 2023



Khamdi Mubarak
NIM. 181410222

ABSTRAK

Nama: Khamdi Mubarak, NIM: 181410222, Judul Skripsi: Pengaruh *Perceived Value* terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Kasus Pada Kawasan Wisata Halal Baduy Outbound)

Perceived Value diukur berdasarkan persepsi terhadap apa yang diterima, apa yang diberikan dan juga untuk membandingkan harga dengan kualitas. *Perceived Value* adalah penilaian keseluruhan pengalaman membeli terkait dengan keahliannya atau pengetahuan, membeli dan menggunakan suatu produk.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1). Apakah *Perceived Value* berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan? 2). Seberapa besar pengaruh *Perceived Value* terhadap Loyalitas Wisatawan?

Tujuan penelitian ini adalah: 1). Untuk mengetahui apakah *Perceived Value* berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan. 2). Untuk mengetahui berapa besar pengaruh *Perceived Value* terhadap Loyalitas Wisatawan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan data primer menggunakan kuesioner sebagai alat ukur penggunaan *Perceived Value* terhadap Loyalitas Wisatawan. Pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan bentuk *accidental sampling* yang dilakukan terhadap 70 orang pengunjung di Baduy Outbound. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis yaitu uji parsial dua arah.

Hasil dari penelitian ini untuk uji parsial adalah bahwa nilai dari t_{hitung} berada di area pengaruh positif dengan nilai t_{hitung} $5,035 > 1,294$ sehingga kesimpulannya adalah H_0 ditolak. Artinya *Perceived Value* berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Wisatawan. Hasil dari analisis tersebut menunjukkan bahwa *Perceived Value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan

Kata Kunci: *Perceived Value, Loyalitas Wisatawan, Wisata Halal*

ABSTRACT

Nama: Khamdi Mubarak, NIM: 181410222, Judul Skripsi: Pengaruh Perceived Value terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Kasus Pada Kawasan Wisata Halal Baduy Outbound)

Perceived Value is measured based on perceptions of what is received, what is given and also to compare price with quality. Perceived Value is an assessment of the overall purchasing experience related to expertise or knowledge, purchasing and using a product.

The problem formulation in this research is: 1). Does Perceived Value have a significant effect on Tourist Loyalty? 2). How big is the influence of Perceived Value on Tourist Loyalty?

The objectives of this research are: 1). To find out whether Perceived Value has a significant effect on Tourist Loyalty. 2). To find out how much influence Perceived Value has on Tourist Loyalty.

This research uses quantitative research methods with data collection techniques using primary data using questionnaires as a measuring tool for the use of Perceived Value towards Tourist Loyalty. Sampling used nonprobability sampling in the form of accidental sampling which was carried out on 70 visitors to Baduy Outbound. The data analysis techniques used are instrument tests, classical assumption tests, simple linear regression analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing, namely two-way partial tests.

The results of this research for the partial test are that the value of tcount is in the area of positive influence with a tcount value of 5.035 > 1.294 so the conclusion is that H0 is rejected. This means that Perceived Value has a partial effect on Tourist Loyalty. The results of this analysis show that Perceived Value has a significant influence on Tourist Loyalty

Keywords: Perceived Value, Tourist Loyalty, halal Tourism.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
Jl. Jendral Sudirman No. 30 Serang 42118 telp.0254 – 2000323 Fax. 0254 – 200022

Nomor : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) eksemplar
Perihal : **Usulan Munaqasyah
a.n. Khamdi Mubarak
NIM. 181410222**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam
UIN SMH Banten
di –
Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara **Khamdi Mubarak, NIM. 181410222** dengan judul Skripsi **“Pengaruh Perceived Value terhadap Loyalitas Wisatawan”** diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas segala perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 18 Desember 2023

Pembimbing I,

Dr. Wazin, M.S.I

NIP. 19630125 199003 1 005

Pembimbing II,

Dr. Hadi Peristiwu, S.E., M.M.

NIP. 19811103 201101 1 004

PERSETUJUAN
PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS
WISATAWAN
(Studi Pada Kawasan Wisata Halal Baduy Outbound)

Oleh:

Khamdi Mubarak
NIM. 181410222

Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. Wazin. M.S.I

Nip. 19630225 199003 1 005

Pembimbing II,



Dr. Hadi Peristiwo. S.E., M.M

Nip. 19811103 201101 1 004

Mengetahui

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,



Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh. M.S.I

Nip. 19640212 199103 2 003

Ketua Jurusan

Ekonomi Syariah,



Dr. Hadi Peristiwo. S.E., M.M

Nip. 19811103 201101 1 004

PENGESAHAN

Skripsi a.n Khamdi Mubarak NIM: 181410222 yang berjudul: *“Pengaruh Perceived Value Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Kawasan Wisata Halal Baduy Outbound)”*, telah diujikan dalam sidang munaqasyah Universitas Islam Negeri Sulthan Maulana Hasanuddin Banten Pada Tanggal 14 Maret 2024, skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Stara Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Maulana Hasanuddin Banten.

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap anggota



Dr. Wazin, M.S.I.

NIP. 19630225 199003 1 005

Sekretaris Merangkap Anggota



Nurmaita Hamsyah, M.S.I.

NIP. 2005057904

Anggota-Anggota,

Penguji I



Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.S.I.

NIP. 19640212 199103 2 003

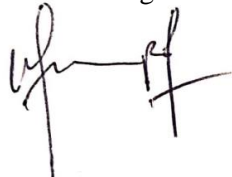
Penguji II



Ratu Humaemah, M.S.I.

NIP. 19800310 201101 2 008

Pembimbing I



Dr. Wazin, M.S.I.

NIP. 19630225 199003 1 005

Pembimbing II



Dr. Hadi Peristiwono, S.E., M.M.

NIP. 19811103 201101 1004

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah ...

Puji syukur ku panjatkan atas nikmat yang telah dierikan lillahi rabbi, yang telah memeri nikmat kemudahan serta kesempatan untuk berjuang menyelesaikan tugas akhir demi menggapai cita-cita di masa depan yang lebih cerah.

Rasa syukur yang tiada henti kupanjatkan sehingga aku dapat menyelesaikan sebuah karya kecil ini yang ku persembahkan untuk keluargaku tercinta terkhusus untuk mamaku tercinta (mutmainah) dan bapakku (mukhlas) yang senantiasa memberi semangat, do'a dan kasih sayang yang tiada henti sehingga aku dapat menghadapi rintangan serta hambatan yang ada dalam pengerjaan karya ilmiah ini. Terimakasih ku ucapkan kepada teman-temanku yang selalu memberi dukungan dan memberikan dalam menyelesaikan skripsi ini. Support dan dukungan kalian sangat berarti dalam skripsi ini.

MOTO

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ

الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang meyeru kepada kebijakan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung. (Q.S Al Imran Ayat 104)

RIWAYAT HIDUP

Penulis Khamdi Mubarak lahir di Serang pada tanggal 22 Februari 2000. Tempatnya di Kp. Periman, Ds. Kepandean Kec. Ciruas Kab. Serang, Provinsi Banten. Anak pertama dan mempunyai satu adik cewe, dari pasangan Ibu Mutmainah dan Bapak Mukhlas.

Adapun pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis yaitu SDN Kejaban lulus pada tahun 2012, MTSN 1 Ciruas lulus pada tahun 2015, SMKN 1 Ciruas lulus tahun 2018. Kemudian penulis melanjutkan keperguruan tinggi UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, pada Fakultas Ekonomi Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah (ES)

Demikian catatan singkat mengenai riwayat penulis.

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT, yang telah memberikan kenikmatan tak terhingga kepada setiap makhluk- Nya. Sehingga dengan izinnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar, walaupun di dalam isi maupun kata-katanya masih banyak kekurangan dan kesalahan yang perlu diperbaiki.

Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta para pengikutnya hingga akhir zaman, yang telah membimbing kita menuju cahaya islam yang penuh dengan kebaikan.

Alhamdulillahirrabil'alamin dengan izin Allah SWT, serta usaha yang sungguh-sungguh serta bantuan dari banyak pihak, khususnya orang tua dan keluarga. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Perceived Value terhadap Loyalitas Wisatawan”.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M. Pd., Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah mengelola dan memimpin serta memberikan kesempatan kepada penulis untuk bergabung dan menimba ilmu di lingkungan UIN SMH Banten.

2. Ibu Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M. S.I., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Ibu Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
4. Bapak Dr. Wazin, M.S.I. sebagai Pembimbing I dan Bapak Dr. Hadi peristiwu, S.E, M.M. sebagai Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak H. Muhammad Hasan Gaido sebagai pimpinan wisata halal baduy outbound, dan Ibu Nesti sebagai Penjaga wisata baduy outbound yang telah mambantu memberikan informasi dan arahan dalam penyusunan skripsi ini
6. Bapak/Ibu Seluruh Dosen, staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.
7. Kepada rekan – rekan yang telah membantu dalam penyusun

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan, kelemahan, dan masih jauh dari kata sempurna, keterbatasan

pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan penulis. Maka penulis mengharapkan pendapat, saran dan kritik yang bersifat membangun untuk mencapai kesempurnaan pada masa yang akan datang. Penulis berharap karya tulis ini turut mewarnai khazanah ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya.

Serang, 15 Desember 2023

Khamdi Mubarok

NIM. 181410222

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
NOTA DINAS.....	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian	12

F. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
A. Teori <i>Perceived Value</i>	15
1. Pengertian <i>Perceived Value</i>	15
2. Faktor yang mempengaruhi <i>Perceived Value</i>	22
3. Indikator <i>Perceived Value</i>	27
B. Teori Loyalitas Wisatawan	31
1. Pengertian Loyalitas.....	31
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Wisatawan..	40
3. Indikator Loyalitas Wisatawan	50
C. Teori Wisata Halal	53
D. Penelitian Terdahulu	55
E. Hubungan Antara Variabel Independen Dengan Variabel Dependen	63
F. Kerangka Pemikiran.....	65
G. Hipotesis Penelitian	67
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	69
A. Tempat Dan Waktu	69
B. Pendekatan Penelitian	69
C. Populasi Dan Sampel	70

1.	Populasi.....	70
2.	Sampel.....	70
D.	Definisi Opresional Variabel	72
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	77
1.	Data Primer	77
2.	Data Skunder.....	78
F.	Teknik Analisis Data.....	79
1.	Analisis Deskriptif	80
2.	Uji Instrument	80
3.	Uji Asumsi Klasik.....	82
G.	Analisis Regresi Linear Sederhana	86
H.	Uji Koefisien (R ²).....	87
I.	Uji Hipotesis	88
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN		90
A.	Gambaran Umum Objek Wisata Halal Baduy Outbound.....	90
1.	Profil Wisata Halal Baduy Outbound	90
2.	Visi Wisata Halal Baduy Outbound.....	92
3.	Misi Wisata Halal Baduy Outbond	92
4.	Kelebihan Wisata Halal Baduy Outbound	93

B. Deskripsi Data Penelitian.....	93
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	97
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	97
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	98
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi Objek Wisata.....	99
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengunjung Mengunjungi Objek Wisata	100
C. Teknik Analisis Data.....	101
1. Uji Instrument	101
a. Uji Validasi.....	101
b. Uji Reabilitas	103
2. Uji Asumsi Klasik.....	105
a. Uji Normalitas	105
b. Uji Multikolinieritas	108
c. Uji Heteroskedastisitas	109
d. Uji Linear.....	109
3. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	111
4. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	112
5. Uji Hipotesis	113

BAB V PENUTUP.....	117
A. Kesimpulan	117
B. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	73
Tabel 3.2 Likert's Summated Ranting (LSR).....	78
Tabel 4.1 Data Jumlah Sampel Penelitian.....	76
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Resonden	79
Tabel 4.3 Rentang Usia	80
Tabel 4.4 Pekerjaan.....	98
Tabel 4.5 Informasi Obyek Wisata	99
Tabel 4.6 Pengunjung Mengunjungi Obyek Wisata	100
Tabel 4.7 Uji Validitas.....	102
Tabel 4.8 Uji Reabilitas Variabel <i>Perceived Value</i> (X).....	103
Tabel 4.9 Uji Reabilitas Variabel Loylitas Wisatawan (Y).....	104
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	107
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	108
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas	110
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	111
Table 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	113
Tabel 3.15 Hasil Uji Hipotesis	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat 10 Besar Negara Anggota IOC Destinasi Wisata Halal Dunia Tahun 2018 dan 2019	3
Gambar 1.2 Lima Besar Global Muslim Travel Index 2019.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	67
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas Dengan Grafik Histogram	105
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas Dengan Grafik Histogram	106
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan grafik Scatterplot	109
Gambar 4.4 Kurva Uji Hipotesis Parsial dua arah variabel <i>Perceived Value</i>	115