

**ANALISIS PERILAKU SEGMENT WISATAWAN MUSLIM HAJI DAN  
NON-HAJI DALAM MELAKUKAN PERJALANAN WISATA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Prasyarat Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata  
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure Pada Fakultas Pendidikan Ilmu  
Pengetahuan Sosial



Disusun oleh:  
Revida Yunisa  
1700636

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT & LEISURE  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2021**

**ANALISIS PERILAKU SEGMENT WISATAWAN MUSLIM HAJI DAN  
NON-HAJI DALAM MELAKUKAN PERJALANAN WISATA**

**SKRIPSI**

**Oleh : Revida Yunisa**

**Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

© Revida Yunisa 2021

Universitas Pendidikan Indonesia

2021

**Hak Cipta dilindungi undang-undang, Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau Sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.**

## LEMBAR PENGESAHAN

Revida Yunisa

1700636

### **ANALISIS PERILAKU SEGMENT WISATAWAN MUSLIM HAJI DAN NON-HAJI DALAM MELAKUKAN PERJALANAN WISATA**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I

**Dr. Ahmad Hudaiby Galihkusumah, S.ST.,Par., MM.**

**NIP. 19810522 201012 1 006**

Pembimbing II

**Ghoitsa Rohmah Nurazizah, S.Par., M.Si.**

**NIP. 19880703 201504 2002**

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure

**Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE**

**NIP. 19791215 2008122 002**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Perilaku Segmen Wisatawan Muslim Haji dan Non-haji Dalam Melakukan Perjalanan Wisata” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan tersebut, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Mei 2021

Penulis



Revida Yunisa

1700636

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Puji dan Syukur Kehadirat Allah SWT yang Maha penyayang lagi Maha Pengasih, shalawat beserta salam tidak lupa tercurah limpah kepada junjungan besar Nabi kita Muhammad SAW, beserta para keluarga, kerabat sampai akhir zaman sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pariwisata (S.Par) Program Studi Manajemen Resort & Leisure di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.

Dalam pembuatan skripsi ini penulis menyadari tidaklah mudah untuk menyelesaikan skripsi tanpa bimbingan maupun bantuan beberapa pihak baik selama perkuliahan sampai dengan penyusunan skripsi ini. Maka penulis dalam kesempatan kali ini ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta nikmat sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orangtua penulis, Ibu Didah Rosyidah dan Bapak Hidayat yang selalu mendukung dan memberikan doa kepada penulis secara moril dan materil.
3. Bapak Dr. Agus Mulyana M. Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Dr. Erry Sukriah, S.E., M.S.E selaku ketua Prodi Manajemen Resort & Leisure.
5. Bapak Dr. AH Galihkusumah, S.ST.,PAR.,MM sebagai dosen Pembimbing I yang selalu memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Ibu Ghoitsa Rohmah Nurazizah, S.Par., M.Si. selaku dosen Pembimbing II yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan saran, kritik serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dan menyusun skripsi ini.
7. Seluruh dosen pengajar dan staf Program Studi Manajemen Resort & Leisure, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih untuk

ilmu dan pengalamannya selama ini, terimakasih juga untuk dukungan dan bantuannya, semoga apa yang telah diberikan kepada kami selaku mahasiswa Program Studi Manajemen Resort & Leisure.

8. Seluruh responden yang telah membantu peneliti penyelesaian skripsi ini
9. Chika Rizkia Dwi Putri, Desi Marlina, Neneng Khoeriah Ulfah, Kiranti Natasya Putri, Yusiana Hartini, Alfaristy Nur tsurayya yang selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi
10. Muhamad Alwi Armani yang senantiasa sabar menemani dan memberikan dukungan selama penulis mengerjakan skripsi ini.
11. Seluruh keluarga besar Manajemen Resort & Leisure yang telah memberikan kesan selama perkuliahan berlangsung hingga selesaiya skripsi ini.
12. Seluruh Responden yang telah ikut berpartisipasi untuk mengisi kuisioner penelitian.

Akhir kata, Penulis panjatkan doa semoga Allah SWT membalas kebaikan para pihak berlipat ganda atas segala bimbingan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Amin.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah subhanahu wa ta'ala berkat rahmat dan kasih saying-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu, yang penulis beri Judul “Analisis Perilaku Segmen Wisatawan Muslim Haji dan Non-haji Dalam Melakukan Perjalanan Wisata” Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pariwisata yang penulis tempuh selama mengikuti studi program Manajemen Resort & Leisure di Universitas Pendidikan Indonesia.

Didalam pengerjaan skripsi ini telah melibatkan pihak yang sangat membantu dalam pengerjaan mini skripsi ini .Oleh sebab itu, disini penulis sampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. AH Galihkusumah, S.ST.,Par.,MM sebagai dosen Pembimbing I
2. Ibu Ghoitsa Rohmah Nurazizah, S.Par., M.Si. selaku dosen Pembimbing II

Akhir kata, Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat berguna bagi kemajuan keilmuan baik dalam bidang pendidikan maupun keilmuan bidang pariwisata pada spesifiknya. Penulis juga mengharapkan kritik serta saran yang membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Bandung, Mei 2021

Penulis



Revida Yunisa

NIM 170063

## ABSTRAK

### **ANALISIS PERILAKU SEGMENTASI WISATAWAN MUSLIM HAJI DAN NON-HAJI DALAM MELAKUKAN PERJALANAN WISATA**

**Oleh:**

**Revida Yunisa**

**NIM 1700636**

Tujuan dari penelitian ini adalah berfokus pada membandingkan dan menganalisis perbedaan perilaku antara wisatawan muslim yang pernah berhaji dan belum pernah berhaji dalam melakukan perjalanan wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif verifikatif dengan uji independent sample t-test dan uji anova 2 arah untuk memverifikasi ada atau tidaknya perbedaan perilaku ketika berwisata antara segmen wisatawan muslim haji dan non-haji ketika melakukan perjalanan wisata. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Data dikumpulkan dari kuisioner yang disebarluaskan kepada 274 responden haji dan non-haji. Kuesioner penelitian disebar pada beberapa media sosial dalam bentuk tautan. Variabel dalam penelitian ini adalah motivasi, preferensi akomodasi dan sikap. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan preferensi baik dari faktor motivasi, preferensi akomodasi dan sikap antara segmen haji dan non-haji ketika melakukan perjalanan wisata.

**Kata kunci:** Segmentasi wisatawan, Preferensi, Motivasi, Perjalanan Wisata

## ABSTRACT

### **BEHAVIORAL SEGMENT ANALYSIS OF HAJJ AND NON-HAJJ MUSLIM TOURISTS IN TRAVELING**

*By:*

**Revida Yunisa**

**NIM: 1700636**

*The purpose of this study is to focus on comparing and analyzing the differences in preference between Muslim tourists who have made the Hajj and have never performed Hajj on their travels.. This study uses a quantitative verification approach with an independent sample t-test and a 2-way ANOVA test to verify whether or not there are differences in behavior between the Hajj and non-Hajj Muslim tourist segments when traveling. The sampling technique used was convenience sampling. Data were collected from a questionnaire distributed to 274 hajj and non-hajj respondents. The research questionnaire was distributed on several social media in the form of a link. The variables in this study are motivation, accommodation preferences, and attitudes. The results of this study indicate that there is no difference in preferences both from motivational factors, accommodation preferences, and attitudes between hajj and non-hajj segments when traveling.*

**Keywords:** *Tourist segmentation, Preference, Motivation, Travel*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Struktur Organisasi Penelitian .....	8
BAB II STUDI LITERATUR.....	10
2.1 Preferensi Wisatawan .....	10
2.2 Segmentasi Wisatawan .....	12
2.3 Perilaku Konsumen dalam Pariwisata .....	16
2.4 Religiusitas Terhadap Perilaku Berwisata.....	17
2.5 Hipotesis .....	18
2.6 Kerangka Pemikiran .....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Desain Penelitian .....	22
3.2 Lokasi Penelitian .....	22
3.3 Populasi dan Sampel.....	23
3.3.1 Populasi .....	23
3.3.2 Sampel.....	23

3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.5	Variabel Penelitian.....	25
3.6	Instrumen Penelitian .....	27
3.7	Jenis Data dan Sumber Data.....	28
3.7.1	Data Primer .....	28
3.7.2	Data Sekunder .....	28
3.8	Uji Validitas dan Reabilitas .....	29
3.8.1	Uji Validitas .....	29
3.8.2	Uji Reabilitas.....	31
3.9	Teknik Analisis Data .....	32
3.9.1	Uji Independen Sample t-test .....	32
3.9.2	Uji Anova .....	34
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	36
4.1.	Gambaran Umum.....	36
4.2.	Analisis Deskriptif .....	37
4.2.1	Analisis Deskriptif Berdasarkan Responden yang Sudah Berhaji .....	37
4.2.2	Analisis Deskriptif Berdasarkan Responden yang Belum Haji .....	38
4.2.3	Tanggapan Responden Segmen Haji.....	40
4.2.4	Tanggapan Responden Segmen Non-Haji .....	42
4.3.	Analisis Statistik Inferensia .....	45
4.3.1	Uji Normalitas .....	45
4.3.2	Uji Homogenitas .....	46
4.3.3	Uji Independent Sample T-Test .....	46
4.3.4	Uji Anova 2 Arah .....	48
4.4	Pembahasan Analisis Hasil Penelitian.....	52
4.4.1	Analisis Perbedaan Preferensi Wisatawan Haji dan Non-haji .....	52
4.4.2	Analisis Perbedaan Preferensi Wisatawan Haji dan Non-haji Ditinjau dari Usia dan Pendidikan.....	55
	BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....	58
5.1	Kesimpulan.....	58

5.2 Rekomendasi.....	58
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	60
LAMPIRAN.....	68

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Negara Destinasi Muslim Terkemuka.....	3
Gambar 1. 2 Indonesia International Muslim Tourist Arrival .....	3
Gambar 1. 3 Top Halal Tourist Destinations .....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	21
Gambar 4. 1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Usia (Haji).....	37
Gambar 4. 2 Analisis Deskriptif Berdasarkan Pendidikan (Haji) .....	37
Gambar 4. 3 Analisis Deskriptif Durasi Perjalanan Wisata (Haji) .....	38
Gambar 4. 4 Analisis Deskriptif Berdasarkan Usia (Non-Haji) .....	38
Gambar 4. 5 Analisis Deskriptif Berdasarkan Pendidikan (Non-Haji).....	39
Gambar 4. 6 Analisis Deskriptif Durasi Perjalanan Wisata (Non-Haji) .....	39

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	26
Tabel 3. 2 Uji Validitas .....	29
Tabel 3. 3 Uji Reliabel Data Segmen Haji.....	31
Tabel 3. 4 Uji Reliabel Data Segmen Non-haji.....	31
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Segmen haji .....	40
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Segmen Non-haji.....	43
Tabel 4. 3 Uji Normalitas.....	45
Tabel 4. 4 Uji Homogenitas .....	46
Tabel 4. 5 Independent Samples Statistic .....	47
Tabel 4. 6 Uji independent Samples Test.....	47
Tabel 4. 7 Uji Hipotesis Anova 2 Arah.....	49
Tabel 4. 8 Post-hoc Tukey HSD .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Riwayat Hidup Penulis.....	69
Lampiran 2 Kuisioner Penelitian .....	70
Lampiran 3 Surat Keputusan Dosen Pembimbing .....	81

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2014. Manajemen Pemasaran. Cetakan Ketiga Belas. Grafindo Persada. Jakarta.
- Abbes, M. B., & Abdelhedi-Zouch, M. (2015). Does hajj pilgrimage affect the Islamic investor sentiment ? *Research in International Business and Finance*, 138–152. <https://doi.org/doi:10.1016/j.ribaf.2015.02.011>
- Augusty, F. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Edisi kelima*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868–897. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00030-4)
- Beh, Adam & Bruyere, Brett. (2007). Segmentation by Visitor Motivation in Three Kenyan National Reserves. *Tourism Management*. 28. 1464-1471. [10.1016/j.tourman.2007.01.010](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.01.010).
- Benmakhlof, Houda. (2019). Tourist behavior. [10.13140/RG.2.2.30522.24008](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30522.24008).
- Bigné, Enrique & Gnoth, Jürgen & Andreu, Luisa. (2007). Advanced topics in tourism market segmentation. *Tourism Management: Analysis, Behaviour and Strategy*. 151-173. [10.1079/9781845933234.0151](https://doi.org/10.1079/9781845933234.0151).
- Bogicevic, Vanja & Bujisic, Milos & Cobanoglu, Cihan & Feinstein, Andrew. (2018). Gender and age preferences of hotel room design. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 30. 00-00. [10.1108/IJCHM-08-2016-0450](https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2016-0450).
- Callan, R. J., & Bowman, L. (2000). Selecting a hotel and determining salient quality attributes: a preliminary study of mature British travellers. *International journal of tourism research*, 2(2), 97-118.
- Chen, S. C., & Gassner, M. (2012). An Investigation of the Demographic, Psychological, Psychographic, and Behavioral Characteristics of Chinese Senior Leisure Travelers. *Journal of China Tourism Research*, 8(2), 123–145. doi:10.1080/19388160.2012.677340

- Chen, Y.-L. (2017), Hotel Guest's Green Lodging Experiences: A Segmentation Study", *Advances in Hospitality and Leisure* (Advances in Hospitality and Leisure, Vol. 13), Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 127-139. <https://doi.org/10.1108/S1745-354220170000013012>
- Chong, L. I. (2008). How the Hotel Industry Deals with New Development Trend of Tourism. *Journal of Guizhou University of Technology* (Social Science Edition), 05.
- Cohen, E. (1992). Pilgrimage centers: concentric and excentric. *Annals of tourism research*, 19(1), 33-50. doi.org/10.1016/0160-7383(92)90105-X
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2013). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872–909. doi:10.1080/13683500.2013.850064
- Darumurti, R. (2019). *Model Perilaku Wisatawan pada Desa Wisata*. IPB (Bogor Agricultural University).
- Dębski,M.(2015).Tourism habits and preferences – comparative analysis in selected European countries. *Journal of Intercultural Management*,6(4-1) 39-54. <https://doi.org/10.2478/joim-2014-0034>
- Delener, N. (1990). The Effects of Religious Factors on Perceived Risk in Durable Goods Purchase Decisions. *Journal of Consumer Marketing*, 7(3), 27–38. doi:10.1108/eum0000000002580
- Delener, N. (1994). Religious contrasts in consumer decision behaviour patterns: their dimensions and marketing implications. *European Journal of Marketing*, 28(5), 36-53.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2001). Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Ke Tiga. Jakarta: Balai Pustaka.
- Dibb, S. (1998). Market segmentation: Strategies for success. *Marketing Intelligence & Planning* (Vol. 16, Issue 7, pp. 394–406). <https://doi.org/10.1108/02634509810244390>
- Dolnicar, S. (2008). Market segmentation in tourism. Faculty of Commerce - Papers (Archive). <https://ro.uow.edu.au/commpapers/556>

- Dornyei, Z. (2007) *Research Methods in Applied Linguistics, Quantitative, Qualitative and Mixed Methodologies*. Oxford University Press, New York. - References - Scientific Research Publishing. (n.d.). Retrieved March 26, 2021, from [www.scirp.org/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2657743](http://www.scirp.org/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2657743)
- Dwiputra, R. (2013). Preferensi wisatawan terhadap sarana wisata di kawasan wisata alam erupsi Merapi. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 24(1), 35–48.
- Fahham, A. M. (2016). *Penyelenggaraan Ibadah Haji: Masalah dan Penanganannya*. Kajian, 20(3), 201–218.
- Fahrudin, A., Purnama, B. E., & Riasti, B. K. (2012). Pembangunan sistem informasi layanan haji Berbasis web pada kelompok bimbingan ibadah haji Ar rohman mabrur kudus. Speed-Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi, 3(1).
- Foedermayr, E. K., & Diamantopoulos, A. (2008). Market segmentation in practice: Review of empirical studies, methodological assessment, and agenda for future research. *Journal of Strategic Marketing*, 16(3), 223–265. <https://doi.org/10.1080/09652540802117140>
- Fonseca, J. R. S. (2011). Why does Segmentation Matter? Using Mixed Methodology to Identify Market Segments (pp. 1–25). Gabler Verlag, Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6235-5\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6235-5_1)
- Groetzbach, E ., ed. (1981). *Freizeit und Erholung als Probleme der Vergleichenden Kulturgeographie*. Eichstater Beiträge 1, Regensburg, Germany.
- Hassani, A., & Moghavvemi, S. (2019). Muslims' travel motivations and travel preferences: The impact of motivational factors on Islamic service, hedonic and product preferences. *Journal of Islamic Marketing*. doi:<https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0215>
- Haque, N. A. Chowdhury, F. Yasmin and A. K. Tarofder (2019). Muslim Consumers' Purchase Behavior Towards Shariah Compliant Hotels in Malaysia. VJM 2019, 5(1) 121-138.

- Henderson, J.C. (2003), Managing tourism and Islam in peninsular Malaysia. *Tourism Management*, 24(4), 447-456. DOI:10.1016/S0261-5177(02)00106-1.
- Ibrahim, H. (1991). Leisure and society: a comparative approach. *Wm. C. Brown Publishers*. <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19921895801>
- Irvania, V., Nurazizah, G. R., & Kusumah, A. G. (2019, June). The Factor Analysis of Hotel Attributes between Business Travelers and Leisure Travelers in Choosing an Upscale Hotel in Bandung City. In *3rd International Seminar on Tourism (ISOT 2018)* (pp. 133-135). Atlantis Press.
- Jang, S. (Shawn), Bai, B., Hong, G.-S., & O'Leary, J. T. (2004). Understanding travel expenditure patterns: a study of Japanese pleasure travelers to the United States by income level. *Tourism Management*, 25(3), 331–341. doi:10.1016/s0261-5177(03)00141-9
- Jang, S., & Wu, C. (2006). Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*, 27, 306-316.
- Kastenholz, E., Eusébio, C., & Carneiro, M. J. (2018). Segmenting the rural tourist market by sustainable travel behaviour: Insights from village visitors in Portugal. *Journal of Destination Marketing and Management*, 10, 132–142. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.09.001>
- Kim, D. Y., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. (2007). Gender differences in online travel information search: Implications for marketing communications on the internet. *Tourism Management*, 28(2), 423–433. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.001>
- Kim, S. S., & Prideaux, B. (2005). Marketing implications arising from a comparative study of international pleasure tourist motivations and other travel-related characteristics of visitors to Korea. *Tourism Management*, 26(3), 347–357. doi:10.1016/j.tourman.2003.09.022
- Kisworo, B. (2017). Ibadah Haji Ditinjau Dari Berbagai Aspek. *Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam*, 2(1), 75–98.
- Koenig, H. G. (2012). Religion, Spirituality, and Health: The Research and Clinical

- Implications. *ISRN Psychiatry*, 1–33. doi:10.5402/2012/278730
- Kothari, C.R. (1985) Research Methodology—Methods and Techniques. Wiley Eastern Limited, New Delhi. - References - Scientific Research Publishing. (n.d.). Retrieved March 26, 2021, from [https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1583664](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1583664)
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2012). *Marketing management (14th Editi)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Lane Keller, K . (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lau, S. (1988). The Value Orientations of Chinese University Students in Hong Kong. *International Journal of Psychology*, 23(1-6), 583–596. doi:10.1080/00207598808247787
- Luo, Yanju & Deng, Jinyang. (2007). The New Environmental Paradigm and Nature-Based Tourism Motivation. *Journal of Travel Research - J TRAVEL RES*. 46. 392-402. 10.1177/0047287507308331.
- Lockyer, T. (2002). Business guests' accommodation selection: the view from both sides. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 14(6), 294-300. doi:10.1108/09596110210436832
- McCleary, K. W., Choi, B. M., & Weaver, P. A. (1998). A comparison of hotel selection criteria between US and Korean business travelers. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 22(1), 25-38.
- Mohammed Almuhrzi, H., & Mohammed Alsawafi, A. (2017). Muslim perspectives on spiritual and religious travel beyond Hajj: Toward understanding motivations for Umrah travel in Oman. *Tourism Management Perspectives*, 24, 235–242. <https://doi.org/doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.016>
- Muslim Friendly Tourism: Understanding the Demand and Supply Sides In the OIC Member Countries COMCEC COORDINATION OFFICE. (2016). [www.comcec.org](http://www.comcec.org)
- Mook, D. G. (1996). *Motivation: The Organization of Action*. New York: Norton.

- Morrison, Alastair M & Pearce, Philip & Moscardo, Gianna & Nadkarni, Nandini & O'Leary, Joseph. (1996). Specialist Accommodation: Definition, Markets Served, and Roles in Tourism Development. *Journal of Travel Research - J TRAVEL RES.* 35. 18-26. 10.1177/004728759603500104.
- Moutinho, L. (1987). Consumer Behaviour in Tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 5–44. doi:10.1108/eum0000000004718
- Pearce, P. L. (2005). Tourist behaviour: Themes and conceptual schemes. Channel View Publications.
- Pearce, P. L., & Lee, U.-I. (2005). Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation. *Journal of Travel Research*, 43(3), 226–237. doi:10.1177/0047287504272020
- Penagos-Londoño, G. I., Rodriguez-Sánchez, C., Ruiz-Moreno, F., & Torres, E. (2021). A machine learning approach to segmentation of tourists based on perceived destination sustainability and trustworthiness. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100532. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100532>
- Permadi, L. A., Darwini, S., Retnowati, W., & Wahyulina, S. (2019). Persepsi Dan Preferensi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana Dan Prasarana Wisata Halal Di Lombok (Studi Kasus Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 4(2), 57–70. <https://doi.org/10.29303/jseh.v4i2.14>
- Pratiwi, A. E. (2016). *Analisis pasar wisata syariah di kota yogyakarta*. Media Wisata, 14(1).
- Putra, G. D. (2018). 5 Negara Jumlah Jemaah Haji Terbanyak. Retrieved from Indonesiabaik.id: <http://Indonesiabaik.id/infografis/5-negara-jumlah-jemaahhaji-terbanyak>
- Rachmadi, H. (2016). *Model Pengambilan Keputusan Berwisata*. Media Wisata, 14(2).
- Ramly, Z., Chai, L.T. and Lum, C.K. (2008). Religiosity as a predictor of consumer ethical behavior: Some evidence from young consumers from

- Malaysia. *Journal of Business Systems, Governance and Ethics*, Vol 3(4), 43-56.
- S. Alqahtani, A., A. Althimiri, N., & F. BinDhim, N. (2019). Saudi Hajj pilgrims' preparation and uptake of health preventive measures during Hajj 2017. *Journal of Infection and Public Health*, 12(6). <https://doi.org/doi.org/10.1016/j.jiph.2019.04.007>
- Sammons, G., Moreo, P., Benson, L. F., & Demicco, F. (1999). Analysis of Female Business Travelers' Selection of Lodging Accommodations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8(1), 65–83. doi:10.1300/j073v08n01\_04
- Schiffman, G. and Kanuk, L. (2000) *Consumer Behavior*. Prentice Hall, Inc., Englewood Cliff.
- Seongseop , K., Samuel, M., & Bob. (2011). The Collective Effect of National Culture and Tourist Culture on Tourist Behavior. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(2), 145-164. doi:10.1080/10548408.2011.545744
- Shtudiner, Ze'ev & Klein, Galit & Kantor, Jeffrey. (2018). How religiosity affects the attitudes of communities towards tourism in a sacred city: The case of Jerusalem. *Tourism Management*. 69. 167-179. 10.1016/j.tourman.2018.06.003.
- Smith, W. R. (1956). Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies. *Journal of Marketing*, 21(1), 3–8. <https://doi.org/10.1177/002224295602100102>
- Sugiyono. (2014). *Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Sugiyono. (2016). *Metode Kuantitatif,Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Taibah, H., Arlikatti, S., A. Andrew, S., Maghelal, P., & DelGrosso, B. (2020). Health information, attitudes and actions at religious venues: Evidence from hajj pilgrims. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 51. <https://doi.org/doi.org/10.1016/j.ijdrr.2020.101886>
- Timothy, D., & Olsen, D. (Eds.). (2006). Tourism, religion and spiritual journeys.

- Routledge.
- Toule, R. (2015). Preferensi Wisatawan Nusantara Terhadap Sarana Akomodasi Di Provinsi Bali. STP Nusa Dua Bali Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- Yusuf, S. (2000). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Zamani-Farahani, H., & Musa, G. (2012). The relationship between Islamic religiosity and residents' perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Iran: Case studies of Sare'in and Masooleh. *Tourism Management*, 33(4), 802–814. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.09.003>