

***The Effect of Digitalization and Service Quality on Muslim Tourist Satisfaction
in Halal Tourism with Experience as Mediation***

By Mahiera Afiya Zidanesya

ABSTRACT

Tourist satisfaction is a crucial factor in the tourism industry, especially for Muslim travelers who prioritize comfort and adherence to Sharia principles during their journeys. Although the halal tourism market continues to grow, challenges remain in providing services that meet Sharia standards and implementing digitalization to enhance information accessibility. This quantitative study aims to analyze the influence of digitalization and service quality on Muslim tourist satisfaction in halal tourism, with experience serving as a mediating variable. The study involved a sample of 170 respondents, and data analysis was conducted using T-tests and mediation tests with the SmartPLS application. The findings reveal that digitalization does not significantly affect Muslim tourist satisfaction due to the suboptimal utilization of available features. However, service quality significantly enhances satisfaction through responsive, empathetic, and Sharia-compliant services. Additionally, digitalization and service quality positively influence the tourist experience, which mediates their relationship with satisfaction. A positive experience, facilitated by technology and excellent service, is key to improving Muslim tourist satisfaction.

Keywords: digitalization, experience, halal tourism, service quality.

Pengaruh Digitalisasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan Muslim Berwisata Halal dengan Pengalaman sebagai Mediasi

Oleh Mahiera Afiya Zidanesya

ABSTRAK

Kepuasan wisatawan menjadi faktor penting dalam industri pariwisata, terutama bagi wisatawan Muslim yang mengutamakan kenyamanan dan kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah dalam perjalanan wisata mereka. Meskipun pasar pariwisata halal terus berkembang, masih terdapat tantangan dalam penyediaan layanan yang memenuhi standar syariah serta implementasi digitalisasi untuk meningkatkan akses informasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan muslim berwisata halal dengan pengalaman sebagai mediasi. Sampel dari penelitian ini berjumlah 170 responden. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan uji T statistik dan uji mediasi dengan aplikasi SmartPLS. Hasil dari penelitian ini adalah digitalisasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Muslim karena fitur yang tersedia belum optimal. Namun, kualitas layanan secara signifikan meningkatkan kepuasan melalui layanan yang responsif, empatik, dan sesuai prinsip syariah. Digitalisasi dan kualitas layanan juga berpengaruh terhadap pengalaman wisatawan, yang memediasi hubungan keduanya dengan kepuasan. Pengalaman yang baik melalui teknologi dan layanan unggul menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan wisatawan Muslim.

Kata kunci: digitalisasi, kualitas layanan, pengalaman, wisata halal