

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Strategi Promosi Berbasis Edukasi Terhadap Citra Perusahaan Pariwisata Syariah Di Kabupaten Jombang” ini ditulis oleh Siteoz Ely Nikmatu Rofikhoh, NIM. 126405202223, pembimbing Risdiana Himmati, M.Si.

Pada penelitian ini melatarbelakangi tentang persaingan dalam industri pariwisata syariah semakin meningkat seiring dengan meningkatnya minat dunia terhadap destinasi wisata. Perusahaan berkesempatan memberikan wawasan mendalam kepada calon wisatawan mengenai ide wisata syariah, memperdalam pemahaman nilai-nilai syariah dalam konteks pariwisata, dan membentuk citra positif sebagai destinasi wisata yang sesuai dengan prinsip syariah. Melalui strategi promosi berbasis edukasi ini, perusahaan pariwisata syariah mempunyai peluang untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap konsep pariwisata syariah. Hal ini dapat membantu meningkatkan citra perusahaan dan menarik lebih banyak wisatawan yang mencari pengalaman wisata yang sesuai dengan nilai-nilai mereka.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara strategi promosi berbasis edukasi terhadap citra perusahaan pariwisata syariah di Kabupaten Jombang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif dengan Teknik dalam mengumpulkan sampel adalah sampling pengunjung yang pernah berkunjung pada pariwisata syariah di Kabupaten Jombang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan sebanyak 100 sampel pengunjung pariwisata syariah di Kabupaten Jombang. Teknik dalam pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Selanjutnya, data kuesioner dianalisis menggunakan uji Analisis Regresi Linier Sederhana dengan menggunakan SPSS 26.

Hasil penelitian ini yaitu menyatakan bahwa diketahui bahwa nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung $11,662 > 1,6605$. dapat disimpulkan, bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti variabel strategi promosi (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan (Y), yang artinya semakin tinggi strategi promosi yang dilakukan maka citra perusahaan akan semakin meningkat.

Kata kunci : Strategi Promosi, Citra Perusahaan, Pariwisata Syariah

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Education-Based Promotion Strategy on the Image of Sharia Tourism Companies in Jombang Regency" was written by Sitieoz Ely Nikmatu Rofikhoh, NIM. 126405202223, supervisor Risdiana Himmati, M.Si.

This study is based on the increasing competition in the sharia tourism industry along with the increasing world interest in tourist destinations. Companies have the opportunity to provide in-depth insight to prospective tourists regarding the idea of sharia tourism, deepen understanding of sharia values in the context of tourism, and form a positive image as a tourist destination that is in accordance with sharia principles. Through this education-based promotion strategy, sharia tourism companies have the opportunity to increase public understanding and awareness of the concept of sharia tourism. This can help improve the company's image and attract more tourists who are looking for a tourism experience that is in accordance with their values.

The purpose of this study is to determine the relationship between education-based promotion strategies and the image of sharia tourism companies in Jombang Regency. This study uses a quantitative approach and descriptive research type with the technique in collecting samples is sampling of visitors who have visited sharia tourism in Jombang Regency who participated in this study. This study used 100 samples of sharia tourism visitors in Jombang Regency. The technique in data collection was carried out by distributing questionnaires. Furthermore, the questionnaire data was analyzed using the Simple Linear Regression Analysis test using SPSS 26.

The results of this study state that it is known that the significance value is $0.000 < 0.05$ and the t -count value is $11.662 > 1.6605$. it can be concluded that H_a is accepted and H_o is rejected, which means that the promotional strategy variable (X) has a positive and significant effect on the company's image (Y), which means that the higher the promotional strategy carried out, the company's image will increase.

Keywords: Promotion Strategy, Company Image, Sharia Tourism