

ABSTRAK

Siti Rahma Assyarif (2026) : pengaruh penggunaan google maps terhadap penyebaran informasi wisata religi dan kepuasan wisatawan muslim di bandung.

Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pergeseran perilaku masyarakat dari cara tradisional dalam mencari lokasi ke penggunaan navigasi digital, khususnya Google Maps, yang menawarkan fitur interaktif *User Generated Content* (UGC) seperti ulasan dan rating. Fenomena ini menuntut adanya kajian mengenai pengaruh Google Maps sebagai media navigasi digital yang mampu menyebarkan informasi wisata religi guna mendukung pengalaman perjalanan religi wisatawan muslim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian informasi di Google Maps dengan realitas lapangan, serta mengukur pengaruh platform tersebut terhadap penyebaran informasi wisata religi dan kepuasan wisatawan muslim di Bandung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup *Technology Acceptance Model* (TAM), *Information Adoption Model* (IAM), dan *Expectancy Disconfirmation Theory*. Teori-teori tersebut menjelaskan bagaimana persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan adopsi informasi memengaruhi kepuasan serta pengalaman spiritual pengguna di ruang digital.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian eksplanatori yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 400 responden wisatawan muslim di Bandung. Instrumen penelitian telah melalui uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26 untuk memastikan alat ukur yang digunakan akurat dan konsisten, dengan perolehan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,899 untuk variabel penyebaran informasi dan 0,868 untuk variabel kepuasan wisatawan muslim. Analisis data dilakukan melalui serangkaian uji statistik, termasuk uji normalitas, uji linearitas, dan analisis regresi sederhana untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh Google Maps (X) terhadap variabel dependen (Y1 dan Y2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Google Maps berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyebaran informasi wisata religi dengan nilai *R Square* sebesar 0,681 (68,1%) dan nilai signifikansi sebesar 0,003 ($p < 0,05$). Sementara itu, kontribusi penggunaan Google Maps terhadap kepuasan wisatawan muslim tercatat sebesar 50,4%. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun Google Maps sangat berpengaruh dalam mendukung kebutuhan navigasi dan informasi fisik, masih diperlukan optimalisasi dalam penyajian konten edukatif dan narasi dakwah oleh pengelola destinasi untuk meningkatkan kepuasan kognitif dan spiritual wisatawan muslim.

Kata Kunci: Google Maps, Penyebaran Informasi, Wisata Religi, Kepuasan Wisatawan Muslim.

ABSTRACT

Siti Rahma Assyarifa (2026): *The Impact Of Using Google Maps On The Dissemination Of Religious Tourism Information and The Satisfaction Of Muslim Tourists in Bandung.*

The background of this research is based on the shift in societal behavior from traditional location-seeking methods to the use of digital navigation, specifically Google Maps, which offers interactive User Generated Content (UGC) features such as reviews and ratings. This phenomenon necessitates a study on the influence of Google Maps as a digital navigation medium capable of disseminating religious tourism information to support the religious travel experience of Muslim tourists. This study aims to determine the level of consistency between information on Google Maps and field reality, as well as to measure the platform's influence on the dissemination of religious tourism information and the satisfaction of Muslim tourists in Bandung. The theories employed in this research include the Technology Acceptance Model (TAM), Information Adoption Model (IAM), Uses and Gratifications (U&G), and Expectancy Disconfirmation Theory. These theories explain how perceived usefulness, ease of use, and information adoption influence user satisfaction and spiritual experiences in the digital space.

The paradigm used in this research is positivism with a quantitative approach and explanatory research type aimed at explaining causal relationships between variables. This study utilizes a survey method with data collection techniques through the distribution of questionnaires to 400 Muslim tourist respondents in Bandung. The research instrument underwent validity and reliability testing using SPSS version 26 to ensure accurate and consistent measurement, achieving a Cronbach's Alpha value of 0.899 for the information dissemination variable and 0.868 for the Muslim tourist satisfaction variable. Data analysis was conducted through a series of statistical tests, including normality tests, linearity tests, and simple regression analysis to test the hypothesis regarding the influence of Google Maps (X) on the dependent variables (Y1 and Y2).

The results show that the use of Google Maps has a positive and significant effect on the dissemination of religious tourism information, with an R Square value of 0.681 (68.1%) and a significance value of 0.003 ($p < 0.05$). Meanwhile, the contribution of Google Maps usage to Muslim tourist satisfaction was recorded at 50.4%. These findings indicate that although Google Maps is highly influential in supporting navigation and physical information needs, optimization in presenting educational content and da'wah narratives by destination managers is still required to enhance the cognitive and spiritual satisfaction of Muslim tourists.

Keywords: Google Maps, Information Dissemination, Religious Tourism, Muslim Tourist Satisfaction.

البحث ملخص

سيتي رحمة الأشريفة (2026): تأثير استخدام خرائط جوجل على انتشار معلومات السياحة الدينية ورضا السياح المسلمين في باندونغ

تعتمد خلفية هذا البحث على التحول في سلوك المجتمع من الطرق التقليدية في البحث عن ، التي (Google Maps) المواقع إلى استخدام الملاحة الرقمية، وتحديدًا خرائط جوجل مثل المراجعات (UGC) توفر ميزات المحتوى التفاعلي الذي ينشئه المستخدمون والتقييمات. تتطلب هذه الظاهرة دراسة حول تأثير خرائط جوجل كوسيلة ملاحة رقمية قادرة على نشر معلومات السياحة الدينية لدعم تجربة السفر الديني للسياح المسلمين. تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى توافق المعلومات في خرائط جوجل مع الواقع الميداني، بالإضافة إلى قياس تأثير المنصة على نشر معلومات السياحة الدينية ورضا السياح المسلمين في مدينة ، (TAM) باندونغ. تشمل النظريات المستخدمة في هذا البحث نموذج قبول التكنولوجيا ، (U&G) ، ونظرية الاستخدامات والإشباع (IAM) ونموذج اعتماد المعلومات ، ونظرية تأكيد التوقعات. كيف يؤثر إدراك الفائدة وسهولة والتواصل عبر الكمبيوتر ، الاستخدام واعتماد المعلومات على رضا المستخدم وتجربته الروحية في الفضاء الرقمي.

مع نهج (Positivism) النموذج الفكري المستخدم في هذا البحث هو المذهب الوضعي كمي ونوع بحث تفسيري يهدف إلى شرح علاقات السبب والنتيجة بين المتغيرات. استخدمت الدراسة منهج المسح مع تقنيات جمع البيانات من خلال توزيع الاستبيانات على 400 مستجيب من السياح المسلمين في باندونغ. خضعت أداة البحث لاختبارات الصدق والثبات الإصدار 26 لضمان دقة واتساق أداة القياس، حيث بلغت قيمة SPSS باستخدام برنامج "ألفا كرونباخ" 0.899 لمتغير نشر المعلومات و0.868 لمتغير رضا السياح المسلمين. تم إجراء تحليل البيانات من خلال سلسلة من الاختبارات الإحصائية، بما في ذلك اختبار التوزيع الطبيعي، واختبار الخطية، وتحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضيات المتعلقة (Y1 و Y2) على المتغيرات التابعة (X) بتأثير خرائط جوجل.

أظهرت النتائج أن استخدام خرائط جوجل له تأثير إيجابي ومعنوي على نشر معلومات بلغت 0.681 (68.1%) وقيمة دلالة (R Square) السياحة الدينية بقيمة معامل التحديد وفي الوقت نفسه، بلغت مساهمة استخدام خرائط جوجل في (p < 0.05). بلغت 0.003 رضا السياح المسلمين 50.4%. وتشير هذه النتائج إلى أنه على الرغم من التأثير الكبير لخرائط جوجل في دعم احتياجات الملاحة والمعلومات المادية، إلا أنه لا تزال هناك حاجة لتحسين تقديم المحتوى التعليمي والخطاب الدعوي من قبل مديري الوجهات السياحية لتعزيز الرضا المعرفي والروحي للسياح المسلمين.

الكلمات المفتاحية خرائط جوجل، نشر المعلومات، السياحة الدينية، رضا السياح المسلمين