



## Analisis Pengaruh Wisata Halal terhadap Kepuasan Pengunjung dan Minat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Wisata Halal di Kota Bandung)

Azriel Mohamad Yapanto  
Cupian  
Universitas Padjajaran  
Pos-el: [azriel21001@gmail.unpad.ac.id](mailto:azriel21001@gmail.unpad.ac.id)  
[cupian@unpad.ac.id](mailto:cupian@unpad.ac.id)

DOI: 10.32884/ideas.v10i4.1891

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh wisata halal terhadap kepuasan pengunjung dan minat berkunjung kembali, dengan studi kasus di Kota Bandung. Wisata halal adalah konsep pariwisata yang memenuhi syarat-syarat kehalalan, tidak hanya pada makanan, tetapi juga pada seluruh aspek layanan dan fasilitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner yang didistribusikan kepada pengunjung di beberapa lokasi wisata halal di Bandung. Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mengunjungi lokasi-lokasi tersebut. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM-PLS), yang membantu dalam menguji dan menganalisis hubungan antar variabel. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa aspek-aspek wisata halal di Bandung, seperti ketersediaan makanan halal, fasilitas ibadah, dan layanan yang sesuai dengan prinsip Islam, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini berpengaruh positif terhadap minat pengunjung untuk kembali mengunjungi lokasi wisata tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman wisata halal yang memuaskan dapat mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pengembang pariwisata dan pemerintah kota, khususnya dalam hal strategi pengembangan wisata halal. Studi ini juga menyediakan wawasan bagi penelitian selanjutnya, terutama terkait dengan faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan dan minat berkunjung kembali wisatawan.

### Kata Kunci

Wisata halal, kepuasan pengunjung, minat berkunjung kembali, pemasaran pariwisata

### Abstract

*This study aims to analyze the effect of halal tourism on visitor satisfaction and interest in visiting again, with a case study in Bandung City. Halal tourism is a tourism concept that meets halal requirements, not only on food, but also on all aspects of services and facilities. The method used in this study is quantitative, with primary data collection through questionnaires distributed to visitors at several halal tourist sites in Bandung. Respondents in this study were tourists who visited these locations. Data analysis is done using Structural Equation Modeling (SEM-PLS), which helps in testing and analyzing relationships between variables. The results of the study show that aspects of halal tourism in Bandung, such as the availability of halal food, worship facilities, and services that are in accordance with Islamic principles, have a significant influence on visitor satisfaction. This has a positive effect on the interest of visitors to revisit the tourist site. This shows that a satisfactory halal tourism experience can encourage tourists to make repeat visits his has a positive effect on the interest of visitors to revisit the tourist site. This shows that a satisfactory halal tourism experience can encourage tourists to*

*make repeat visits. These findings have important implications for tourism developers and city governments, particularly in terms of halal tourism development strategies. The study also provides insight into future research.*

**Keywords**

*Halal tourism, visitor satisfaction, interest in revisiting, tourism marketing*

**Pendahuluan**

Pariwisata merupakan salah satu cabang perekonomian yang penting bagi pembangunan suatu negara atau wilayah. Pariwisata dapat mempengaruhi produk domestik bruto (PDB) karena pariwisata merupakan sektor yang paling mudah dan murah, begitu pula dengan produk domestik bruto (PDB) suatu daerah (Sukma Irdiana, Kurniawan Yunus Ariyono, 2021). Di banyak negara, industri pariwisata dikembangkan untuk menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Ismanto, A., Lestyanto, D. P., Haris, M. I., & Erwanto, 2020) Dengan berkembangnya industri pariwisata, konsep wisata syariah atau wisata halal yang konsepnya mencakup budaya, gaya hidup, dan pariwisata akhir-akhir ini menjadi tren perkembangan industri pariwisata. berdasarkan nilai-nilai Islam. dan menciptakan konsep halal pada produk (Ramasari, E. L., Ma'ruf, W. F., & Riyadi, 2012).

Pariwisata halal merupakan industri pariwisata yang berkembang dengan baik dan menjadi tren di kalangan wisatawan (Suhartanto, D., Gan, C., Andrianto, T., Ismail, T. A. T., & Wibisono, 2021). Padahal, perjalanan halal mencakup beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam melakukan perjalanan sesuai prinsip syariah, khususnya umat Islam tidak boleh melewatkan salat, tidak boleh makan daging babi dan minuman beralkohol (minuman keras), serta tidak boleh memanjakan diri. dunia malam di tempat lain. klub dll (Ade Ela Pratiwi, 2016). Umat Islam membutuhkan kegiatan wisata yang sesuai dengan prinsip hidup Islam dalam kaitannya dengan tujuan perjalanan, masakan, akomodasi dan etika perjalanan (Musnia, M., Hamid, R. S., & Maszudi, 2023). Kota yang akan mengembangkan wisata halal adalah Kota Bandung. Kota Bandung merupakan satu dari tujuh kota di Indonesia yang melaksanakan pilot project wisata halal. Dalam rangka bekerja sama dan berintegrasi untuk memberikan informasi dan pelayanan terbaik kepada seluruh wisatawan, Kota Bandung telah mengembangkan paket perjalanan wisata dengan itinerary yang memudahkan wisatawan untuk berkunjung dan menjelajahi Kota Bandung (Abror, A., Wardi, Y., Trinanda, O., & Patrisia, 2019).

Dalam uraian di atas maka timbul pertanyaan mengenai bagaimana pengaruh wisata halal terhadap kepuasan pengunjung yang berwisata di kota Bandung (Daly, 2018). Lalu bagaimana dampak dari wisata halal terhadap minat berkunjung kembali dan bagaimana pengaruh wisata halal terhadap minat berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Mediasi (Puspitasari, 2021). Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh wisata halal terhadap kepuasan pengunjung (Fikiya, M., Fathoni, M. A., & Yetty, 2021). Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh wisata halal terhadap minat berkunjung kembali dan menganalisis pengaruh wisata halal terhadap minat berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Mediasi.

Dalam menjawab pertanyaan tersebut maka dilakukan penelitian mengenai dampak terkait wisata halal terhadap wisatawan di kota bandung. Penelitian ini dilakukan dengan



menggunakan metode struktural (outer model dengan menguji validitas, realibitas dan hipotesis dengan langkah menggunakan metode struktural (inner model untuk mengetahui Koefisien Determinasi dan Predictive Relevance (Asmunianto, 2019).

### **Pariwisata Halal**

Pariwisata adalah suatu kegiatan manusia yang dilakukan secara sadar yang didalamnya diberikan jasa-jasa alternatif antara orang-orang dari daerah lain yang untuk sementara waktu mencari alternatif dan kepuasan yang berbeda dari pengalamannya, yang darinya diperoleh pekerjaan tetap (Sedarmayanti, 2013). Terdapat berbagai macam jenis pariwisata salah satunya yaitu pariwisata halal. Pariwisata halal diartikan sebagai permintaan terhadap produk dan jasa pariwisata berdasarkan nilai-nilai Islam (Wijayanti, 2019). Pariwisata halal dapat diartikan sebagai segala barang atau kegiatan yang diperbolehkan untuk digunakan atau dimasukkan dalam industri pariwisata menurut ajaran Islam.

Pariwisata halal, bisa disimpulkan bahwa pariwisata halal adalah konsep pariwisata yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas dan layanan sesuai dengan prinsip syariah (Asmunianto, 2019). Berbeda dengan definisi pariwisata halal menurut Aan Jaelani, menurutnya pariwisata halal lebih luas dari sebatas pariwisata yang didasarkan pada aturanaturan Islam. Konsumen pariwisata halal tidak hanya yang memeluk agama Islam, tetapi juga terdapat konsumen non-muslim ketika ingin menikmati wisata halal, sama seperti saran yang dikemukakan oleh World Tourism Organization (Jaelani, 2017). Karena predikat halal yang melekat pada istilah pariwisata halal, hal ini mengakibatkan konsekuensi dalam pelaksanaannya. Tentu dari segi karakteristik, pariwisata halal jelas berbeda dengan pariwisata konvensional yang mana pariwisata konvensional memisahkan antara aspek keduniawian dengan aspek keagamaan (Djakfar, 2017).

### **Kepuasan Wisatawan**

Kepuasan wisatawan diartikan sebagai dasar evaluasi pelayanan pariwisata oleh konsumen, oleh karena itu kepuasan wisatawan harus menjadi fokus perhatian pemasar (Supardin, L., Suyanto, M., Hidayat, A., & Wijaya, 2023). Kepuasan berarti konsumen mendapatkan apa yang diinginkannya, terpenuhinya syarat, kondisi atau kebutuhannya (Basiya, R., dan Rozak, 2012). Pleasure diartikan sebagai perasaan nyaman, nikmat dan nikmat yang dirasakan konsumen atas barang dan jasa yang diterima. Dimensi ambivalensi yang ketiga adalah perasaan puas konsumen setelah menerima sesuatu yang melebihi atau melampaui harapannya. Terdapat indikator Indikator kepuasan wisata yang meliputi daya tarik, aksesibilitas, harga, fasilitas dan informasi merupakan satu kesatuan yang disebut produk wisata, yang kesemuanya harus sesuai dengan kebutuhan industri pariwisata, permintaan pasar kualitasnya tetap terjaga (Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y. N., & Dara Singh, 2021).

### **Komponen Utama Pariwisata Halal**

Beberapa faktor pendukung pengembangan objek wisata yaitu terdapat 4 (empat) elemen yang harus dimiliki destinasi wisata. Di setiap objek wisata terdapat berbagai elemen yang saling bergantung. elemen ini sangat prioritas agar pengunjung dapat menikmati pengalaman yang

terbaik selama berwisata. Ada 4 elemen penting, antara lain destinasi atau objek wisata seperti Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilari (Utama, 2017).

Komponen utama pariwisata halal juga merupakan sebagai rangkaian layanan tambahan, termasuk atraksi, aksesibilitas, amenities dan ansilari serta tujuannya adalah untuk memenuhi segala kebutuhan dan harapan wisatawan Muslim yang disediakan oleh bisnis dan komunitas pengelola destinasi wisata dan kebijakan dari pemerintah dalam mendukung kegiatan pariwisata tersebut (Kemenparekraf, 2019).

### **Konsep Kepuasan Wisatawan**

Kepuasan wisatawan adalah hal utama dalam menentukan kesuksesan suatu objek wisata, apabila objek wisata memberikan sesuai dengan harapan wisatawan sebelum berkunjung akan menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi dan membuat wisatawan akan berkunjung ulang atau setidaknya merekomendasikan ke orang-orang lain (Alvianna & Hidayatullah, 2020).

Dalam konsep kepuasan wisatawan memiliki dimensi untuk mendukung terciptanya perasaan puas pada wisatawan (Alvianna & Hidayatullah, 2020):

- a. Reliability (Keandalan)  
Produk dan layanan yang diberikan destinasi wisata dapat dipercaya dan menjanjikan.
- b. Responsiveness (Cepat tanggap)  
Pengelola memberikan ketanggapan dalam memberikan produk dan layanan serta membantu para wisatawan.
- c. Empathy (Empati)  
Memberikan perhatian lebih pada wisatawan sebagai salah satu bentuk kepedulian.

### **Indikator Kepuasan Wisatawan**

Menurut teori kotler dalam Suwandi (2015) dalam (Fikiya et al., 2021) menyatakan bahwa kunci dalam mempertahankan pelanggan atau wisatawan yaitu dengan kepuasan konsumen atau wisatawan. Indikator Kepuasan Wisatawan dapat dilihat dari:

- a. *Re-purchase*  
Re-purchase yaitu pelanggan membeli kembali barang produk atau layanan pada perusahaan.
- b. *Word-of-Mouth*  
Word-of-Mouth yaitu dimana pelanggan akan mengatakan hal-hal baik tentang perusahaan atau tempat destinasi wisata kepada orang lain.
- c. Terciptanya Citra Merek  
Dalam hal ini, wisatawan akan kurang memperhatikan destinasi wisata di luar Bandung karena citra baik yang diberikan oleh wisata di Bandung
- d. Terciptanya Keputusan Pembelian pada Merek yang sama  
Dalam hal ini, wisatawan akan mengunjungi destinasi-destinasi wisata unggulan Bandung yang lainnya.

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan pustaka yang berasal dari peneliian yang pernah dilakukan. Banyak peneliti yang menggunakan variabel minat dan kepuasanpengunjung sehingga dapat

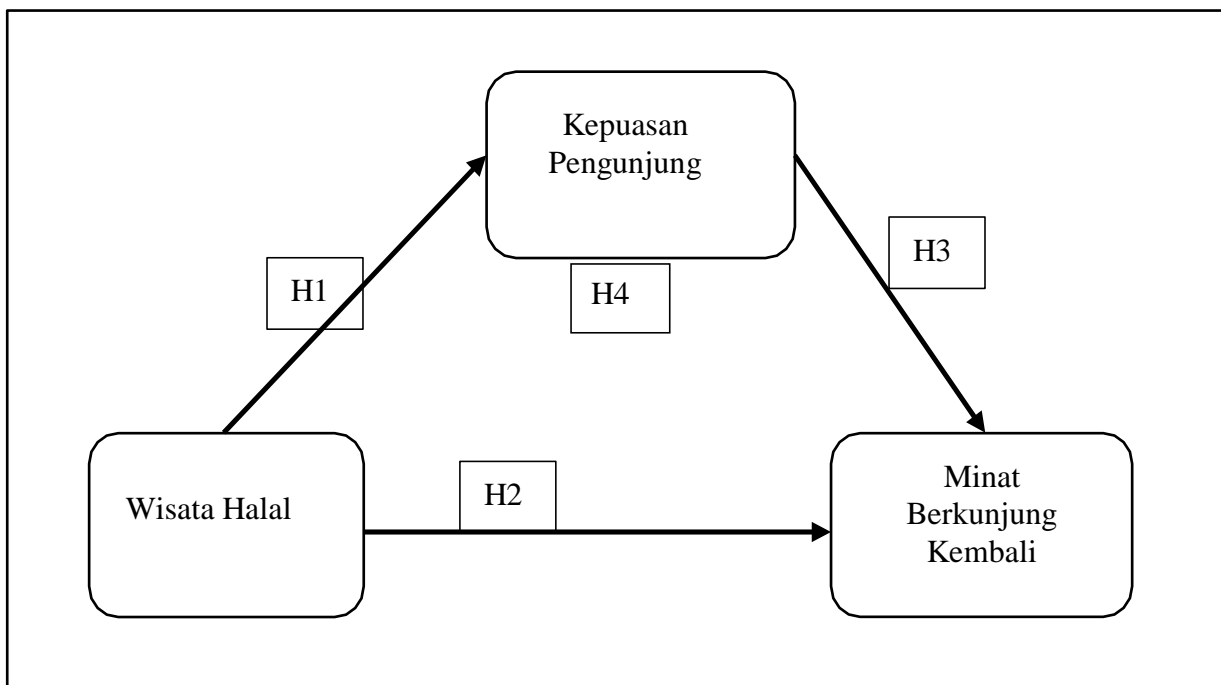


berfungsi sebagai referensi. Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini yaitu:

Nama Peneliti	Judul Penelitian
Dyah AyuKunthi Puspitasari	Analisis Peran Kepuasan Wisatawan Memediasi Pengaruh Atribut Wisata Halal Terhadap Minat Berkunjung Ulang PantaiSyariah Banyuwangi (2021)
Umi Hani	Analisis Kepuasan PengunjungWisata Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu(2019)
Musnia RahmadSolling Hamid Edi Maszudi	Islamic Tourism: Peran Atribut Wisata HalalDalam MenentukanKepuasan Dan Loyalitas Wisatawan (2023)
Shinta Mawadda, Nuri Aslami, Rahmat Daim Harahap	Analisis Dampak Pembangunan Sektor Pariwisata Halal dalam Meningkatkan Pendapatan dan Jumlah Tenaga Kerja (Studi Kasus Kecamatan Bahorok)
Mahda Fikiya, Muhammad Anwar Fathoni, Fitri Yetty	Pengaruh 4A Pariwisata Halal terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung DKI Jakarta
Cupian, Muhammad Fadhlur Rohman, Muhammad Fajri	Pengaruh Persepsi Wisatawan terhadap Kepuasaaan Mengunjungi Objek Wisata Halal Bandung

### Kerangka Pemikiran

Penelitian ini memiliki kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 3.1** Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1 : Wisata halal berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata halal di Kota Bandung
- H2 : Wisata halal berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata halal di Kota Bandung
- H3 : Kepuasan berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung Kembali pada objek wisata halal di Kota Bandung.
- H4 : Wisata Halal berpengaruh terhadap Miat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan pengunjung sebagai Variabel Mediasi.

## Metode

### a. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, yaitu mempelajari populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, menganalisis data kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2017).

### b. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung. Objek penelitian yang menjadi titik fokus adalah Wisata Halal yang Berada di Kota Bandung serta subjek penelitiannya adalah Wisatawan yang pernah berkunjung di Kota Bandung terkhusus wisata halal.

### c. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode struktural (outer model dengan menguji validitas, realibilitas dan hipotesis dengan langkah menggunakan metode struktural (inner model untuk mengetahui Koefisien Determinasi dan Predictive Relevance guna untuk mengetahui minat wisatawan terhadap wisata halal tersebut.

#### 1. *Structural Equation Modeling (SEM-PLS)*

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang diadopsi adalah Structural Equation Modeling dengan Partial Least Squares (SEM-PLS), yang bertujuan untuk menguraikan secara komprehensif hubungan antar variabel. SEM diimplementasikan untuk memvalidasi model yang ada, bukan untuk perancangan model.

#### 2. Analisis Jalur (*Path Analysis*) dengan Efek Mediasi

Teknik ini memungkinkan para peneliti untuk menguji baik hubungan langsung maupun tidak langsung antara variabel yang ada dalam model tersebut. Rentang nilai untuk koefisien jalur ini berada antara -1 hingga +1. Nilai yang mendekati +1 menandakan adanya hubungan yang positif dan kuat antar variabel, sedangkan nilai yang mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang kuat. Dalam proses pengujian ini, metode bootstrapping digunakan untuk menentukan signifikansi dari koefisien jalur tersebut serta untuk menganalisis efek tidak langsung (indirect effect) yang mungkin terjadi pada suatu variabel melalui satu atau lebih variabel lain yang bertindak sebagai variabel intervening (mediator).

#### 3. Model pengukuran atau Outer Model

Outer Model memberikan penjelasan mengenai hubungan antara setiap kumpulan indikator dengan variabel laten terkait. Variabel laten diukur menggunakan indikator yang bersifat reflektif maupun formatif, berdasarkan asumsi bahwa konstruk dan variabel laten memiliki



pengaruh terhadap indikator, atau adanya arah hubungan kausal dari konstruk menuju indikator manifest (Ghozali, 2016). Dalam Outer Model, pengujian yang dilakukan mencakup Uji Validitas, Validitas diskriminan dan Uji Reliabilitas.

#### 4. *Evaluasi Goodness of Fit*

Goodness of Fit adalah metode evaluasi yang digunakan untuk menentukan seberapa baik suatu model sesuai dengan data yang ada. Untuk mengukur kelayakan model, dapat digunakan Normed Fit Index (NFI). (Ghozali, 2016) mendefinisikan NFI sebagai rasio perbandingan antara model yang diusulkan dan model nol. Skala NFI berkisar dari 0, yang menunjukkan tidak ada kesesuaian, hingga 1, yang menunjukkan kesesuaian sempurna.

#### 5. Model Struktural atau *Inner Model*

Model struktural, yang juga dikenal sebagai inner model, memetakan relasi antara variabel laten, berlandaskan pada teori substantif. Pembentukan model ini berpijak pada formulasi masalah atau hipotesis penelitian untuk mengeksplorasi koneksi antara berbagai variabel. Penilaian terhadap inner model dilakukan dengan menggunakan Koefisien Jalur (Path Coefficient) serta R Kuadrat ( $R^2$ ).

#### 6. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji semua hipotesis, metode Partial Least Square (PLS) digunakan. Metode PLS dianggap efektif karena minimnya asumsi yang dibutuhkan (Ghozali, 2016). PLS memungkinkan pengujian model dengan fleksibilitas yang tinggi, termasuk tidak memerlukan distribusi data yang normal, membolehkan penggunaan berbagai skala pengukuran mulai dari nominal, ordinal, interval, hingga rasio, serta tidak mensyaratkan jumlah sampel yang besar. Proses ini melibatkan pengamatan output menggunakan program aplikasi PLS. Jika nilai  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel, maka hipotesis nol ditolak (artinya, koefisien regresi adalah signifikan) dan hipotesis alternatif yang diusulkan dalam penelitian ini diterima dengan tingkat signifikansi 5 persen.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

#### Uji Validitas

Pengujian Validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner dari masing-masing variabel tersebut. Uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut:

##### a) Validitas Konvergen

Tabel 1  
Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Loading Factor	Keterangan
Wisata Halal (X)	X1.1	0.884	Valid
	X1.2	0.864	Valid
	X1.3	0.850	Valid
	X1.4	0.802	Valid
	Z1.1	0.876	Valid

Kepuasan	Z1.2	0.895	Valid
Pelanggan (Z)	Z1.3	0.834	Valid
	Z1.4	0.718	Valid
	Z1.5	0.766	Valid
Minat Berkunjung Kembali (Y)	Y1.1	0.827	Valid
	Y1.10	0.803	Valid

Sumber: Hasil Output Smartpls 4, 2023

Berdasarkan table 4.1 Diatas diketahui bahwa nilai *loading factor* yang dihasilkan masing-masing indikator lebih dari 0,7. Dengan demikian indikator-indikator tersebut dinyatakan valid sebagai pengukur variabel latennya

#### b) Validitas Diskriminan

Tabel 2  
 Nilai Fornell-Larcker Criterion

Variabel	Kepuasan	Kualitas Layanan	Loyalitas
Kepuasan Pelanggan(Z)	<b>0.791</b>		
Minat Berkunjung Kembali (Y)	0.833	<b>0.886</b>	
Wisata Halal (X)	0.889	0.835	<b>0.850</b>

Sumber: Hasil Output Smartpls 4, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.2, nilai cross loading pada masing – masing item memiliki nilai > 0.70, dan juga pada masing – masing item memiliki nilai paling besar saat dihubungkan dengan variabel latennya dibandingkan dengan ketika dihubungkan dengan variabel laten lain. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel manifest dalam penelitian ini telah tepat menjelaskan variabel latennya dan membuktikan bahwa discriminant validity seluruh item valid.

#### Uji Reliabilitas

Tabel 3  
 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Kepuasan Pelanggan (Z)	0.850	0.893	0.625
Minat Berkunjung Kembali (Y)	0.726	0.879	0.785
Wisata Halal (X)	0.872	0.913	0.723

Sumber: Hasil Output Smartpls 4, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa nilai composite reliability semua variabel penelitian > 0,7 dan Cronbach Alpha > 0,6 . Hasil ini menunjukkan bahwa masing- masing variabel telah memenuhi composite realibility dan cronbach alpha sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat realibilitas yang tinggi. Sehingga dapat dilakukan analisis selanjutnya dengan memeriksa goodness

of fit model dengan mengevaluasi inner model.

a. Model Strukturan (Inner Model)

Setelah melakukan uji outer model maka langkah selanjutnya dengan melakukan uji inner model. Pengujian inner model atau model structural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan R-square dari model penelitian. Evaluasi model structural PLS diawali dengan melihat R-square setiap variable laten dependen. Tabel 4 merupakan hasil perkiraan R-square dengan menggunakan PLS.

Tabel 4  
 Hasil Pengujian *Goodness of Fit*

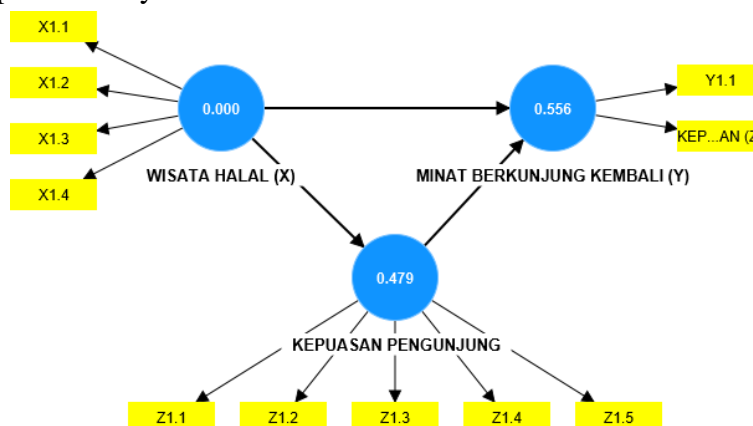
Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Kepuasan Pelanggan (Z)	0.791	0.789
Minat Berkunjung Kembali (Y)	0.736	0.732

Sumber: Hasil Output Smartpls 4, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan nilai adjusted R-Square dari variabel Kepuasan Pelanggan (Z) sebesar 0.789, nilai tersebut artinya bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (Z) dapat dijelaskan dengan variabel Wisata Halal sebesar 78,9% dan sisanya 21,1% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Selanjutnya nilai adjusted R-Square dari variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) sebesar 0.732, hal ini menunjukkan bahwa variabel Minat berkunjung Kembali dapat dijelaskan dengan variabel Wisata Halal sebesar 73,2% dan sisanya 26,8% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

b. Predictive Relevance (Q Square)

Predictive relevance merupakan suatu uji yang dilakukan dalam menunjukkan seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan dengan menggunakan prosedur blindfolding dengan melihat pada nilai Q square. Jika nilai Q square > 0 maka dapat dikatakan memiliki nilai observasi yang baik, sedangkan jika nilai Q square < 0 maka dapat dinyatakan nilai observasi tidak baik. Q-Square predictive relevance untuk model struktural, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.



Gambar 1. Predictive Relevance  
 Sumber: Dokumentasi Penulis

Berdasarkan gambar diatas maka dapat disimpulkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 5  
 Predictive Relevance

Variabel	Q <sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)	Keterangan
Kepuasan Pengunjung (Z)	0.479	Memiliki nilai predictive relevance
Minat Berkunjung Kembali (Y)	0.556	Memiliki nilai predictive relevance

Sumber: Hasil Output Smartpls 4, 2023

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Q square pada variabel dependen > 0. Dengan melihat pada nilai tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki nilai observasi yang baik/bagus karena nilai Q square > 0 (nol).

### Uji Hipotesis

Pengujian model hubungan struktural adalah untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian. Pengujian model struktural dilakukan melalui uji menggunakan software PLS. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis secara langsung adalah output gambar maupun nilai yang terdapat pada output pathcoefficients. Dasar yang digunakan untuk menguji hipotesis secara langsung adalah jika p value < 0,05 (significance level= 5%), maka dinyatakan adanya pengaruh signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berikut penjelasan secara lengkap mengenai pengujian hipotesis

Tabel 6  
 Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Wisata Halal (X) - > Kepuasan Pengunjung (Z)	0.429	0.420	0.140	3.075	<b>0.002</b>
Wisata Halal (X) - > Minat	0.889	0.891	0.025	36.237	<b>0.000</b>
Kepuasan Pengunjung (Z) -> Minat Berkunjung Kembali (Y)	0.454	0.459	0.145	3.125	<b>0.002</b>

Sumber: Hasil Output Smartpls 4, 2023

Tabel 7  
 Specific Indirect Effects

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Wisata Halal (X) - > Kepuasan Pengunjung (Z) -> Minat Berkunjung Kembali (Y)	0.382	0.374	0.125	3.054	<b>0.002</b>

Sumber: Hasil Output Smartpls 4, 2023

### Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya Kesesuaian antara data yang telah diujikan berdasarkan hasil hiotesis yang di ambil dari data engunjung wisatawan bandung terhada wisata



halal. Berdasarkan data penelitian yang dianalisis maka dilakukan pembahasan tentang hasil hipotesis penelitian sebagai berikut.

#### ***Pengaruh Wisata Halal terhadap Kepuasan Pengunjung***

Hasil pengujian hipotesis pertama Wisata Halal terhadap Kepuasan Pengunjung menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.429 nilai *p-values* sebesar 0.002 dan t-statistik sebesar 3.075. Nilai *p-values* 0.002 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 3.075 lebih dari dari t-tabel 1.657. Hasil tersebut menunjukkan bahwa wisata halal berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. sehingga hipotesis yang menyebutkan wisata halal berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Pengunjung diterima

#### ***Pengaruh Wisata Halal terhadap Minat Berwisata Kembali***

Hasil pengujian hipotesis kedua yakni pengaruh wisata halal terhadap minat berwisata kembali menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.889 nilai *p-values* sebesar 0.000 dan t-statistik sebesar 36.237. Nilai *p-values* 0 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 36.237 lebih dari dari t-tabel 1.657. Hasil tersebut menunjukkan bahwa wisata halal berpengaruh terhadap minat berwisata kembali. Sehingga hipotesis yang menyebutkan wisata halal berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwisata kembali diterima.

#### ***Pengaruh Kepuasan Pegunjung terhadap Minat Berwisata Kembali***

Hasil pengujian hipotesis ketiga yakni Pengaruh Kepuasan Pegunjung terhadap Minat Berwisata Kembali menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.464 nilai *p-values* sebesar 0,002 dan t-statistik sebesar 3.125. Nilai *p-values* 0,002 kurang dari 0.05 dan nilai t-statistik sebesar 3.125 lebih dari dari t-tabel 1.651. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kepuasan Pegunjung berpengaruh terhadap Minat Berwisata Kembali. Sehingga hipotesis yang menyebutkan Kepuasan Pegunjung berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berwisata Kembali diterima.

#### ***Pengaruh Wisata Halal terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Mediasi***

Hasil pengujian hipotesis ketiga yakni Pengaruh Kepuasan Pegunjung terhadap Minat Berwisata Kembali menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.382 nilai *p-values* sebesar 0,002 dan t-statistik sebesar 3.054. Nilai *p-values* 0,002 kurang dari 0.05 dan nilai t-statistik sebesar 3.054 lebih dari dari t-tabel 1.651. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kepuasan Pegunjung berpengaruh terhadap Minat Berwisata Kembali. Sehingga hipotesis yang menyebutkan Wisata Halal Berpegaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Mediasi diterima.

#### **Simpulan**

Penelitian ini berhasil mengungkap beberapa aspek penting terkait pengaruh pariwisata halal terhadap kepuasan pengunjung dan minat berkunjung kembali. Berdasarkan analisis menggunakan Partial Least Squares (PLS) dan metode bootstrapping, ditemukan bahwa hipotesis H1 dan sejalan dengan studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa aspek halal dalam pariwisata berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pengunjung. hipotesis H2 dan menunjukkan bahwa pengalaman wisata halal yang positif meningkatkan keinginan wisatawan untuk kembali.

hipotesis H4, dan menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung memediasi pengaruh wisata halal terhadap minat berkunjung kembali. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya pariwisata halal dalam menciptakan pengalaman positif yang tidak hanya memuaskan pengunjung, tetapi juga meningkatkan minat mereka untuk kembali berkunjung. Dengan demikian, dalam strategi pengembangan pariwisata halal, fokus utama harus diberikan pada aspek-aspek yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjung, sehingga mempengaruhi minat mereka untuk mengunjungi kembali destinasi wisata tersebut.

### Daftar Rujukan

- Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y. N., & Dara Singh, K. S. (2021). *Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB)*. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 282–311. <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>.
- Abror, A., Wardi, Y., Trinanda, O., & Patrisia, D. (2019). The impact of Halal tourism, customer engagement on satisfaction: moderating effect of religiosity. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24, 633–643. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1611609>
- Ade Ela Pratiwi, S. (2016). Analisis Pasar Wisata Syariah di Kota Yogyakarta. *Media Wisata*, 1, 14. [https://amptajurnal.ac.id/index.php/MW\\_S/article/view/153](https://amptajurnal.ac.id/index.php/MW_S/article/view/153)
- Alvianna, S., & Hidayatullah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Harga Layanan Dan Kepuasan Terhadap Pengaruh Kualitas Harga Layanan Dan Kepuasan Terhadap Kesetiaan Usia Millennial Berkunjung Ke Tempat Wisata. *Media Wisata*, 18(2), 231–250. <https://doi.org/10.36275/mws>
- Asmunianto. (2019). *Implementasi Pasal 12 Peraturan Daerah NTB No 2 Tahun 2016 Tentang Industri Pariwisata Halal*. In *Psychology to Industrial and Organizational Psychology, Tenth Edition Paul (Vol. 53, Issue 9)*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Basiya, R., dan Rozak, H. A. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah. *Dinamika Kepariwisata*, Vol. XI No, 1–12.
- Daly, F. . (2018). Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Kota Banda Aceh. *Skripsi. Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh. Diakses Pada Tanggal 15 Desember 2018*.
- Djakfar, M. (2017). *Pariwisata Halal Persepektif Multidimensi*. Uin-Maliki Press.
- Fikiya, M., Fathoni, M. A., & Yetty, F. (2021). Pengaruh 4A Pariwisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung ke DKI Jakarta. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2(1), 348–364.
- Fikiya, M., Fathoni, M. A., & Yetty, F. (2021). Pengaruh 4A Pariwisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung ke DKI Jakarta. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2(1), 348–364.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Pada PT. XL AXIATA Tbk. Dan PT. INDOSAT Tbk*, *Jurnal EMBA*, 63 IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII.
- Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.



- Ismanto, A., Lestyanto, D. P., Haris, M. I., & Erwanto, Y. (2020). *omposisi Kimia, Karakteristik Fisik, dan Organoleptik Sosis Ayam dengan Penambahan Karagenan dan Enzim Transglutaminase*. *Sains Peternakan: Jurnal Penelitian Ilmu Peternakan*, 18(1), 73-80.
- Jaelani, A. (2017). *Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects*. *SSRN Electronic Journal*, 76237. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2899864>.
- Kemenparekraf. (2019). *Panduan Penyelenggaraan Pariwisata Halal (Vol. 53, Issue 9)*.
- Musnia, M., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). *Islamic Tourism: Peran Atribut Wisata Halal dalam Menentukan Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan*. *Jesya*, 6(2), 1899–1900. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1188>.
- Puspitasari, D. A. K. (2021). *Analisis Peran Kepuasan Wisatawan Memediasi Pengaruh Atribut Wisata Halal Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pantai Syariah Banyuwangi*. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(1), 45-54.
- Ramasari, E. L., Ma'ruf, W. F., & Riyadi, P. H. (2012). *Aplikasi karagenan sebagai emulsifier di dalam pembuatan sosis ikan tenggiri (Scomberomorus guttatus) pada penyimpanan suhu ruang*. *Jurnal Pengolahan dan Bioteknologi Hasil Perikanan*, 1(1), 1-8.
- Sedarmayanti. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Suhartanto, D., Gan, C., Andrianto, T., Ismail, T. A. T., & Wibisono, N. (2021). *Holistic tourist experience in halal tourism evidence from Indonesian domestic tourists*. *Tourism Management Perspectives*, 40, 100884. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100884>.
- Sukma Irdiana, Kurniawan Yunus Ariyono, & K. D. (2021). *Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Pengunjung Dan Minat Berkunjung Kembali*. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(3), 421–428. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalaindonesia.v1i3.620>.
- Supardin, L., Suyanto, M., Hidayat, A., & Wijaya, T. (2023). *A bibliometric analysis of halal tourism: future research agenda*. *Journal of Islamic Accounting and Business Research, ahead-of-print(ahead-of-print)*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2023-0028>.
- Utama. (2017). *Pengantar Industri Pariwisata (Andi (ed.))*.
- Wijayanti, A. D. (2019). *Hubungan stres, perilaku makan dan asupan zat gizi dengan status gizi pada mahasiswa tingkat akhir*. *Journal of Nutrion College*.

