

**PENGARUH ATRAKSI, AKSESIBILITAS, DAN
AMENITAS TERHADAP MINAT REVISITASI
KE DESTINASI WISATA HALAL ACEH**



**KHAIRIZAL WAHID
NIM: 221008047**

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026**

**PENGARUH ATRAKSI, AKSESIBILITAS, DAN
AMENITAS TERHADAP MINAT REVISITASI
KE DESTINASI WISATA HALAL ACEH**



**KHAIRIZAL WAHID
NIM: 221008047**

**Tesis Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Untuk Mendapatkan Gelar Magister
Dalam Program Studi Ekonomi Syari'ah**

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH ATRAKSI, AKSESIBILITAS, DAN AMENITAS TERHADAP MINAT REVISITASI KE DESTINASI WISATA HALAL ACEH


KHAIRIZAL WAHID
NIM: 221008047
Program Studi Ekonomi Syariah


Tesis ini sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh untuk diujikan dalam ujian Tesis.

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Muhammad Zulhilmi, MA


Dr. Jalaluddin, MA

LEMBARAN PENGESAHAN

PENGARUH ATRAKSI, AKSESIBILITAS, DAN AMENITAS TERHADAP MINAT REVISITASI KE DESTINASI WISATA HALAL ACEH

KHAIRIZAL WAHID

NIM. 221008047

Program Studi Ekonomi Syariah

Telah dipertahankan didepan Tim penguji Tesis Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh


Tanggal: 23 Februari 2026 M
05 Ramadan 1447 H

TIM PENGUJI

Ketua,

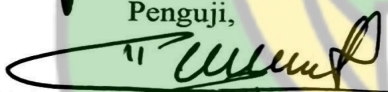
Sekretaris,


Dr. Bismillah Khairul, S.Ag., M.Si


Cut Dian Fitri, SE., M.Si., Ak., CA

Penguji,

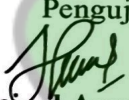
Penguji,

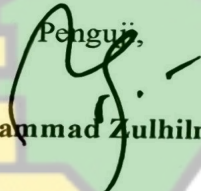

Dr. Safira Mustaqilla, MA


Dr. Hendra Syahputra, MM

Penguji,

Penguji,


Dr. Khairul Amri, SE., M.Si


Dr. Muhammad Zulhilmi, MA

Banda Aceh 27 Februari 2026
Pascasarjana

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
Direktur,


(Prof. Eka Sriandayani, S.Ag., M.A., Ph.D)

NIP.199702191998032001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Khairizal Wahid
Tempat Tanggal Lahir : Singgah Mata, 09 Maret 1989
Nomor Mahasiswa : 221008047
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan Bahwa tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Banda Aceh, 23 Januari 2026

Saya yang menyatakan



Khairizal Wahid

NIM: 221008047

PEDOMAN TRANSLITERASI

Untuk memudahkan penulisan tesis ini, ada beberapa aturan yang menjadi pegangan penulis, penulis menggunakan transliterasi dengan mengikuti format yang berlaku pada Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, sebagaimana tercantum dalam buku panduan penulisan tesis dan disertai tahun 2019/2020. Transliterasi ini dimaksud untuk sedapatnya mengalihkan huruf, bukan bunyi, sehingga apa yang ditulis dalam huruf latin dapat diketahui bentuk asalnya dalam tulisan Arab. Dengan demikian diharapkan kerancuan makna dapat dihindarkan.

Fonem konsonan Bahasa Arab, yang di dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, di dalam tulisan transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian dengan huruf dan tanda sekaligus, sebagaimana berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	TH	Te dan Ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik dibawahnya)
خ	Ka'	KH	Ka dan Ha

د	Dal	D	De
ذ	Zal	ZH	Zet dan Ha
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	SH	Es dan Ha
ص	Sad	Ş	Es (dengan titik dibawahnya)
ض	Dad	Ḍ	D (dengan titik dibawahnya)
ط	Ta'	Ṭ	Te (dengan titik dibawahnya)
ظ	Za	Ẓ	Zed (dengan titik dibawahnya)
ع	'Ain	'-	Koma terbalik diatasnya
غ	Gain	GH	Ge dan Ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه/ة	Ha'	H	Ha
ء	Hamza	' -	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

2. Konsonan yang dilambangkan dengan *W* dan *Y*.

wad'	وضع
'iwad	عوض
Dalw	دلو
Yad	يد
ḥiyal	حيل
ṭahi	طهي

3. Mād

Ūlá	أولي
ṣūrah	صورة
Zhū	ذو
Īmān	إيمان

Fī	في
Kitāb	كتاب
siḥāb	سحاب
Jumān	جمان

4. Diftong dilambangkan dengan *aw* dan *ay*. Contoh:

Awj	اوج
Nawm	نوم
Law	لو
Aysar	أيسر
Shaykh	شيخ
‘aynay	عيني

5. Alif (ا) dan waw (و) ketika digunakan sebagai tanda baca tanpa fonetik yang bermakna tidak dilambangkan. Contoh:

fa'alū	فعلوا
ulā'ika	أولئك
Ūqiyah	أوقية

6. Penulisan *alif maqṣūrah* (ي) yang diawali dengan baris fathāḥ (َ) ditulis dengan lambang á. Contoh:

ḥattá	حتى
maḍá	مضى
Kubrá	كبرى

Muṣṭafá	مصطفى
---------	-------

7. Penulisan *alif maqṣūrah* (ى) yang diawali dengan baris *kasrah* (ِ) ditulis dengan lambang *ī*, bukan *īy*. Contoh:

Raḍī al-Dīn	رضي الدين
al-Miṣrī	المصريّ

8. Penulisan *ṣ* (tā marbūṭah) bentuk penulisan *ṣ* (tā marbūṭah) terdapat dalam tiga bentuk, yaitu: Apabila *ṣ* (tā marbūṭah) terdapat dalam satu kata, dilambangkan dengan *ṣ* (hā’). Contoh:

ṣalāh	صلاة
-------	------

Apabila *ṣ* (tā marbūṭah) terdapat dua kata, yaitu sifat dan yang disifati (*ṣifat mawṣūf*), dilambangkan *ṣ* (hā’). Contoh:

al-risālah al-bahīyah	الرسالة البهية
-----------------------	----------------

Apabila *ṣ* (tā marbūṭah) ditulis sebagai *mudāf* dan *mudaf ilayh*, maka *mudāf* dilambangkan dengan “t”. Contoh:

wizārat al-tarbiyah	وزارة التربية
---------------------	---------------

9. Penulisan *ʿ* (hamzah) Penulisan hamzah terdapat dalam bentuk, yaitu:

Apabila terdapat di awal kalimat ditulis dilambangkan dengan “a”. Contoh:

Asad	أسد
------	-----

Apabila terdapat di tengah kata dilambangkan dengan “ ’ ”. Contoh:

mas’alah	مسألة
----------	-------

10. Penulisan ء (hamzah) *waṣal* dilambangkan dengan “a”. Contoh:

Riḥlat Ibn Jubayr	رحلة ابن جبير
al-istidrāk	الإستدراك
kutub iqṭanat’hā	كتب اقتنتها

11. Penulisan *shaddah* atau *tashdīd* terhadap.

Penulisan *shaddah* bagi konsonan waw (و) dilambangkan dengan “ww” (dua huruf w). Adapun bagi konsonan yā’ (ي) dilambangkan dengan “yy” (dua huruf y). Contoh:

Quwwah	قُوَّة
‘aduww	عُدُو
Shawwāl	شَوَّال
Jaw	جَوّ
al-miṣriyyah	المصريّة
Ayyām	أيّام
quṣayy	قصيّ
al-kashshāf	الكشّاف

12. Penulisan alif lām (ال).

Penulisan ال dilambangkan dengan “al” baik pada ال shamsiyyah maupun ال qamariyyah. Contoh:

al-kitāb al-thānī	الكتابالثاني
al-ittihād	الإتحاد
al-aṣl	الأصل
al-āthār	الآثار

Abū al-Wafā	أبو الوفاء
Maktabah al-Nahḍah al-Miṣriyyah	مكتبة النهضة المصرية
bi al-tamām wa al-kamāl	بالتمام والكمال
Abū al-Layth al-Samarqandī	ابو الليث السمرقندي

Kecuali: Ketika huruf ل berjumpa dengan huruf ل di depannya, tanpa huruf alif (ا), maka ditulis “lil”. Contoh:

Lil Lil-Sharbaynī	للشربيني
-------------------	----------

13. Penggunaan “ ` ” untuk membedakan antara د (dal) dan ت (tā) yang beriringan dengan huruf ه (hā) dengan huruf ذ (zh) dan (th).
Contoh:

Ad’ham	أدهم
Akramat’hā	أكرمها

14. Tulisan Allah dan beberapa kombinasinya

Allah	الله
Billāh	بالله
Lillāh	لله
Bismillāh	بسم الله

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan Alhamdulillah atas segala puji dan rasa terima kasih yang senantiasa dipanjatkan ke hadirat Allah SWT. Berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya, serta kemuliaan yang diberikan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, peneliti dapat menyelesaikan Tesis ini yang berjudul **“Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Dan Amenitas Terhadap Minat Revisitasi ke Destinasi Wisata Halal Aceh (Studi Kasus Pada Destinasi Kota Banda Aceh & Sabang)”**. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Magister pada bidang Ekonomi Syariah di Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Proses penyusunan Tesis ini tidak terlepas dari berbagai tantangan dan kesulitan, baik dalam pengumpulan referensi maupun pengungkapan gagasan. Namun, berkat doa, kerja keras, serta dukungan dari banyak pihak, akhirnya tugas ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan dukungan selama proses penyusunan Tesis ini. Penulis juga sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang bersifat membangun agar karya ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di masa mendatang.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa pencapaian dalam menyelesaikan tesis ini tidak terlepas dari kontribusi luar biasa berbagai pihak yang telah berbagi ilmu, memberikan arahan, dan menyemangati di setiap langkah. Dengan penuh penghargaan, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Ibu Prof. Eka Srimulyani, MA., Ph.D, selaku Direktur Pascasarjana UIN Ar-Raniry, yang dengan penuh kebijaksanaan telah memberikan kesempatan berharga kepada penulis untuk menempuh studi di lingkungan akademik UIN Ar-Raniry.

2. Bapak Dr. Bismi Khalidin, S.Ag., Ak., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Ar-Raniry, yang dengan dedikasi tinggi telah memberikan pelayanan terbaik demi kelancaran studi seluruh mahasiswa.
3. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid., MA, selaku dosen wali, yang senantiasa memberikan arahan, motivasi, dan masukan berharga dari tahap penyusunan usulan penelitian hingga penyelesaian tesis ini.
4. Bapak Dr. Muhammad Zuhilmi, MA, sebagai pembimbing I, yang dengan penuh dedikasi telah bersedia memberikan arahan, meluangkan waktu, dan berbagi pemikiran yang sangat membantu penulis dalam menyusun tesis ini.
5. Bapak Dr. Jalaluddin, MA, sebagai pembimbing II, yang dengan kebaikan hati telah membimbing, berbagi informasi berharga, meluangkan waktu di tengah kesibukannya, serta memberikan panduan yang memungkinkan peneliti menyelesaikan tesis ini dengan baik.
6. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan sumbangsih pemikiran, ide, motivasi, dan kontribusi berharga demi kelancaran serta keberhasilan penyusunan karya ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya.

Akhir kata, penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat serta menjadi sumber wawasan dan referensi yang bermanfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Semoga Allah SWT senantiasa membalas seluruh kebaikan dengan limpahan rahmat dan keberkahan-Nya.

Banda Aceh, 25 Februari 2026

Penulis,

Khairizal Wahid

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Dan Amenitas Terhadap Minat Revisitasi Destinasi ke Wisata Halal Aceh (Studi Kasus Pada Destinasi Kota Banda Aceh Dan Sabang)

Nama Penulis/NIM : Khairizal Wahid / 221008047

Pembimbing I : Dr. Muhammad Zuhilmi, MA

Pembimbing II : Dr. Jalaluddin, MA

Kata Kunci : Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Minat Revisitasi, Pariwisata Halal, Provinsi Aceh.

Pariwisata merupakan sektor strategis yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan sosial. Minat kunjungan ulang (*revisit intention*) menjadi indikator penting dalam keberlanjutan destinasi, khususnya wisata halal. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh atraksi, aksesibilitas, dan amenitas terhadap minat revisitasi wisata halal di Provinsi Aceh dengan fokus pada Kota Banda Aceh dan Kota Sabang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 305 wisatawan, dengan analisis regresi linear berganda menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial hanya atraksi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang, sedangkan aksesibilitas dan amenitas berpengaruh positif namun tidak signifikan. Secara simultan, atraksi (coef. 0.185 & t_{hitung} 2.900), Aksesibilitas (coef. 0.095 & t_{hitung} 1.844) dan amenitas (coef. 0.032 & t_{hitung} 0.650) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat revisitasi wisata halal di Provinsi Aceh. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan daya tarik destinasi yang didukung oleh aksesibilitas dan fasilitas dalam mendorong keberlanjutan wisata halal.

الملخص

العنوان	: تأثير المعالم السياحية، سهولة الوصول، والمرافق على إعادة زيارة الوجهة اهتماما بسياسة آتشيه الحلال (دراسة حالة عن الوجهات في باندا آتشيه ومدينة سابانغ)
الاسم / رقم ال	: خيرزال وحيد / ٢٢١٠٠٨٠٤٧
المشرف الأول	: الدكتور محمد زو الهلمي ، ماجستير
المشرف الثاني:	الدكتور محمد خلالدين ، مهندس مهندس مميز، ماجستير العلوم
الكلمات المفتاحية	: المعالم، سهولة الوصول، المرافق، اهتمام بإعادة الزيارة، السياحة الحلال، محافظة آتشيه.

السياحة قطاع استراتيجي يساهم في النمو الاقتصادي والتنمية الاجتماعية. الاهتمام بنية إعادة الزيارة هو مؤشر مهم في استدامة الوجهات، خاصة السياحة الحلال. تحدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير المعالم السياحية وسهولة الوصول والمرافق على الاهتمام بإعادة زيارة السياحة الحلال في محافظة آتشيه، مع التركيز على مدينة باندا آتشيه ومدينة سابانغ. استخدمت الدراسة نمحا كميًا من خلال مسح شمل ٣٠٥ سياح، مع تحليل متعدد الانحدار الخطي باستخدام IBM SPSS Statistics ٢٥. أظهرت النتائج أن المعالم السياحية جزئيا فقط كان لها تأثير إيجابي وذو دلالة على اهتمام الزيارات المتكررة، بينما كان لسهولة الوصول والمرافق تأثير إيجابي لكنه غير مهم. في الوقت نفسه، تؤثر المعالم السياحية (معامل ١٨٥.٠٠ ومعدل التواتر ٢,٩٠٠)، وسهولة الوصول (معامل ٠٩٥.٠٠ ومعدل التواتر ١,٨٤٤) والمرافق (معامل ٠٣٢.٠٠ ومعدل التواتر ٦٥٠٠) بشكل إيجابي ومهم على الاهتمام بزيارة السياحة الحلال في مقاطعة آتشيه. تؤكد هذه النتائج أهمية تعزيز جاذبية الوجهات المدعومة بإمكانية الوصول والمرافق في تشجيع استدامة السياحة الحلال.

ABSTRACT

Title : The Influence of Attractions, Accessibility, and Amenities on Destination Revisitation Interest in Aceh Halal Tourism (Case Study on Destinations in Banda Aceh and Sabang City)

Author's Name/NIM: Khairizal Wahid / 221008047

Supervisor I : Dr. Muhammad Zuhilmi, MA

Supervisor II : Dr. Jalaluddin, MA

Keywords : Attractions, Accessibility, Amenities, Revisitation Interest, Halal Tourism, Aceh Province.

Tourism is a strategic sector that contributes to economic growth and social development. Interest in *revisit intent* is an important indicator in the sustainability of destinations, especially halal tourism. This study aims to analyze the influence of attractions, accessibility, and amenities on the interest in halal tourism revisitation in Aceh Province with a focus on Banda Aceh City and Sabang City. The study used a quantitative approach through a survey of 305 tourists, with multiple linear regression analysis using IBM SPSS Statistics 25. The results showed that only partially attractions had a positive and significant effect on the interest of repeat visits, while accessibility and amenities had a positive but insignificant effect. Simultaneously, attractions (coef. 0.185 & t_{count} 2.900), Accessibility (coef. 0.095 & t_{count} 1.844) and amenities (coef. 0.032 & t_{count} 0.650) have a positive and significant effect on the interest in halal tourism revisitation in Aceh Province. These findings affirm the importance of strengthening the attractiveness of destinations supported by accessibility and facilities in encouraging the sustainability of halal tourism.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	16
1.3 Batasan Masalah	17
1.4 Rumusan Masalah.....	17
1.5 Tujuan Penelitian	18
1.6 Manfaat Penelitian	18
1.7 Sistematika Penulisan	19
BAB II LANDASAN TEORI	21
2.1 Kajian Teoritis	21
2.1.1 Konsep Umum Pariwisata.....	21
2.1.2 Jenis-Jenis Pariwisata.....	25
2.2 Wisata Halal (<i>Halal Tourism</i>)	27
2.2.1 Perbedaan Wisata Halal Dengan Wisata Lainnya	31
2.2.2 Landasan Wisata Halal (<i>Halal Tourism</i>)	35
2.2.3 <i>Value Chain Halal Tourism</i>	38
2.2.4 Potensi Wisata Halal Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Aceh	39
2.2.5 Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Wisata Halal ..	41
2.2.6 Indikator Wisata Halal	43
2.3 Minat Kunjungan Ulang (<i>Revisit Intention</i>)	46
2.3.1 Pengertian Minat Kunjungan Ulang (<i>Revisit Intention</i>).....	46

2.3.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Revisitasi.....	48
2.3.3	Indikator Minat Revisitasi.....	49
2.4	Atraksi (<i>Attactions</i>).....	50
2.4.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Atraksi	51
2.4.2	Manfaat Atraksi	52
2.4.3	Indikator Atraksi	52
2.5	Aksesibilitas (<i>Accessibility</i>).....	53
2.5.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Aksesibilitas	57
2.5.2	Manfaat Aksesibilitas.....	57
2.5.3	Indikator Aksesibilitas	58
2.6	Amenitas (<i>Amenities</i>).....	59
2.6.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Amenitas ..	60
2.6.2	Konseptualisasi Amenitas Dalam Perspektif <i>Ecotourism</i> Dan Wisata Halal.....	60
2.6.3	Manfaat Amenitas	62
2.6.4	Indikator Amenitas.....	62
2.7	Keterkaitan Antar Variabel.....	63
2.7.1	Hubungan Atraksi Terhadap Minat Kunjungan Ulang (<i>Revisit Intention</i>).....	63
2.7.2	Hubungan Aksesibilitas Minat Kunjungan Ulang (<i>Revisit Intention</i>).....	65
2.7.3	Hubungan Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Ulang (<i>Revisit Intention</i>).....	66
2.8	Tinjauan Pusaka.....	67
2.9	Kerangka Penelitian.....	74
2.10	Hipotesis Penelitian	75

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 77

3.1	Jenis Penelitian	77
3.2	Jenis Dan Sumber Data.....	77
3.3	Populasi Dan Sampel.....	78
3.4	Operasional Variabel	81
3.5	Skala Pengukuran	84
3.6	Teknik Pengumpulan Data	85
3.6.1	Kuesioner	86
3.7	Teknik Analisa Data	86
3.7.1	Uji Validitas	87

3.7.2	Uji Reabilitas	88
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	89
3.7.3.1	Uji Normalitas	89
3.7.3.2	Uji Multikolinieritas	90
3.7.3.3	Uji Heteroskedastisitas	90
3.7.4	Pengujian Hipotesis	91
3.7.4.1	Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	92
3.7.4.2	Uji t.....	92
3.7.4.3	Uji F.....	93

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....95

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	95
4.1.1	Profil Wilayah Kota Banda Aceh	96
4.1.2	Profil Wilayah Kota Sabang	99
4.2	Hasil Penelitian.....	102
4.2.1	Karakteristik Responden.....	102
4.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	102
4.2.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	103
4.2.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	104
4.2.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	105
4.2.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Negara Asal	106
4.3	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	107
4.3.1	Hasil <i>Convergent Validity</i> (Uji Validitas Data)	107
4.3.2	Hasil <i>Reliability Analysis</i> (Uji Reliabilitas Data)	109
4.4	Analisis Distribusi Frekuensi Persepsi Responden.....	111
4.4.1	Deskripsi Persepsi/Tanggapan Responden Penelitian.....	112
4.4.2	Persepsi Responden Terhadap Atraksi.....	113
4.4.3	Persepsi Responden Terhadap Aksesibilitas....	115
4.4.4	Persepsi Responden Terhadap Amenitas	116
4.4.5	Persepsi Responden Terhadap Minat Revisitasi Wisata Halal.....	118

4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	121
4.5.1	Hasil Uji Normalitas	121
4.5.2	Hasil Uji Multikolinearitas	125
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	126
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda	129
4.7	Hasil Uji Hipotesis.....	133
4.7.1	Uji t-test (Uji Parsial).....	133
4.7.2	Uji F-Statistic (Uji Keseluruhan)	135
4.7.3	Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>).....	135
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	137
4.8.1	Pengaruh Atraksi Terhadap Minat Revisitasi Wisatawan Pada Destinasi Wisata Halal Di Provinsi Aceh.....	138
4.8.2	Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Revisitasi Wisatawan Pada Destinasi Wisata Halal Di Provinsi Aceh.....	141
4.8.3	Pengaruh Amenitas Terhadap Minat Revisitasi Wisatawan Pada Destinasi Wisata Halal Di Provinsi Aceh.....	144
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		147
5.1	Kesimpulan	147
5.2	Saran	149
DAFTAR PUSTAKA		152
LAMPIRAN.....		160
BIOGRAFI PENULIS		228

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Antara Wisata Konvensional, Wisata Religi, Dan Wisata Halal.....	33
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	68
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	82
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	85
Tabel 4.1 Rekapitulasi Hasil Uji <i>Convergent Validity Data</i>	108
Tabel 4.2 Hasil Uji <i>Reliability Analysis</i>	110
Tabel 4.3 Interpretasi Rentang Skala Mean Pada Setiap Skor Tanggapan Responden.....	112
Tabel 4.4 Persepsi Responden Terhadap Variabel Atraksi.....	113
Tabel 4.5 Persepsi Responden Terhadap Variabel Aksesibilitas	115
Tabel 4.6 Persepsi Responden Terhadap Variabel Amenitas	117
Tabel 4.7 Persepsi Responden Terhadap Variabel Minat Revisitasi	119
Tabel 4.8 Hasil Uji Normality <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	122
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas <i>Coefficients</i>	126
Tabel 4.10 Heteroskedasticity Test	128
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Multiple Regression Analysis</i> Variabel Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Revisitasi	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat GMTI Indonesia Dari Tahun Ke Tahun.....	3
Gambar 1.2 Kunjungan Wisatawan Ke Provinsi Aceh Tahun 2019-2024 8	
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	75
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	103
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia	103
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Status Perkawinan	104
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Penghasilan.....	105
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Negara Asal	106
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas Data (<i>P-P Plot</i>)	123
Gambar 4.7 Hasil Uji Grafik <i>Histogram Normality Residual</i>	124
Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	127



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam lanskap transformasi ekonomi global, paradigma ekonomi syariah menunjukkan perluasan cakupan yang semakin signifikan dan multidimensional. Implementasinya tidak lagi berfokus secara eksklusif pada sektor keuangan, melainkan telah merambah ke berbagai aspek kehidupan ekonomi, termasuk industri pangan dan minuman halal, gaya hidup, hingga sektor rekreasi dan pariwisata modern. Perluasan ini turut mendorong lahirnya fenomena *halal tourism* sebagai *tren* global yang semakin mendapat perhatian. Seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap layanan wisata yang selaras dengan prinsip syariah, sejumlah negara baik di negara dengan mayoritas penduduk Muslim maupun di negara berpenduduk non-Muslim, seperti Jepang, Australia, Thailand, dan Selandia Baru, mulai mengembangkan destinasi wisata ramah Muslim secara sistematis dan profesional, sebagai bagian dari strategi adaptif dalam merespons dinamika pasar wisata global.¹

Sektor pariwisata termasuk salah satu bidang unggulan yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya suatu negara, termasuk Indonesia. Dalam kerangka desentralisasi dan otonomi daerah, pengembangan sektor pariwisata dinilai memiliki potensi besar sebagai motor penggerak kesejahteraan masyarakat. Melalui pembukaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan baik bagi daerah maupun masyarakat, penguatan

¹Rifani, B. Y., & Ayuningsih, A., *Revitalizing Historical Tourism Destination Through Gamification and Storytelling: a Case Study of the Warungboto Site in Yogyakarta*. *Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah*, 19(1), 2025. 30.

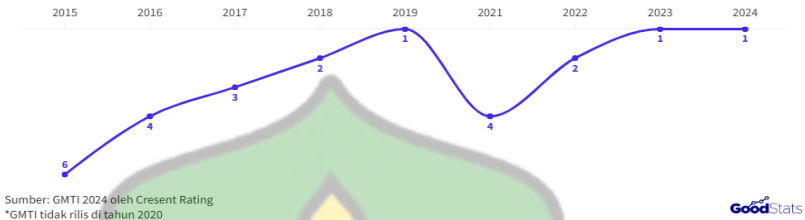
identitas serta citra lokal, hingga pendorong pemerataan pembangunan antarwilayah, pariwisata menjadi instrumen strategis dalam mempercepat kemajuan daerah secara berkelanjutan. Sejalan dengan agenda penguatan ekonomi syariah nasional, pengembangan wisata halal diproyeksikan sebagai instrumen investasi yang prospektif, karena menyediakan ruang bagi pelaku usaha untuk mengimplementasikan model bisnis yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah dalam sektor pariwisata.

Indonesia memiliki keunggulan komparatif sekaligus kompetitif dalam pengembangan pariwisata halal, yang ditopang oleh kelimpahan sumber daya alam, keragaman budaya, serta kondisi geografis dan demografis yang strategis. Sebagai negara kepulauan dengan lebih dari 17.100 pulau, ratusan bahasa daerah, dan jumlah penduduk yang melebihi 270 juta jiwa, Indonesia memiliki modal dasar yang kuat untuk mengembangkan destinasi pariwisata halal yang berdaya saing di tingkat global. Keunggulan tersebut tercermin dari kontribusi signifikan sektor pariwisata terhadap perolehan devisa nasional, sekaligus penguatan *country branding* Indonesia melalui slogan “*Wonderful Indonesia*” sebagai representasi citra pariwisata nasional di kancah internasional.²

Dalam perkembangannya, strategi branding ini juga selaras dengan penguatan *Islamic tourism*, mengingat Indonesia memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata ramah Muslim. Integrasi nilai-nilai syariah dalam layanan dan fasilitas wisata tidak hanya memperluas segmen pasar global Muslim, tetapi juga mempertegas positioning Indonesia dalam ekosistem pariwisata halal dunia.

²Muhammad Fadhlán, Ganjar Eka Subakti, *Perkembangan Industri Wisata Halal di Indonesia dan Dunia*, 77.

Gambar 1.1
Peringkat GMTI Indonesia Dari Tahun Ke Tahun³



Sumber: www.data.goodstats.id, Diakses 19 Desember 2025

Berdasarkan data, Indonesia kembali menempati urutan teratas pada *Global Muslim Travel Index (GMTI) 2024*,⁴ melanjutkan capaian serupa pada tahun 2023. Konsistensi ini menegaskan posisi Indonesia sebagai destinasi unggulan bagi wisatawan Muslim dunia. Peningkatan peringkat tersebut menunjukkan keberhasilan strategi pengembangan pariwisata yang inklusif serta responsif terhadap kebutuhan religius, setelah sebelumnya menempati peringkat kedua pada 2022 dan peringkat keempat pada 2021.

Kontribusi sektor wisata halal terhadap perekonomian nasional menunjukkan kecenderungan yang semakin menguat. Data Bank Indonesia mengindikasikan bahwa pada periode 2015-2017 jumlah wisatawan Muslim mancanegara mengalami pertumbuhan rata-rata sebesar 18% setiap tahunnya. Pada tahun 2015 tercatat sekitar 2 juta kunjungan, yang kemudian meningkat menjadi 2,4 juta pada 2016 dan mencapai 2,7 juta wisatawan pada 2017. Dinamika positif tersebut mengalami penurunan signifikan jumlah kunjungan wisatawan hingga 75,03 persen, sehingga pada

³www.data.goodstats.id, Diakses 19 Desember 2025

⁴Ramadhan R. Syahputraa A. & Ulfah K. A., *Industri Halal di Aceh: Strategi dan Perkembangan*, 19.

tahun 2020 jumlah wisatawan mancanegara tercatat hanya sekitar 4,02 juta orang. Kendati demikian, memasuki periode 2021-2024 mulai terlihat sinyal pemulihan sektor pariwisata, meskipun hingga saat ini data terpilah mengenai jumlah wisatawan Muslim secara spesifik belum tersedia.⁵

Tiga belas provinsi telah diidentifikasi oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai fokus utama dalam pengembangan atraksi pariwisata halal secara nasional. Aceh, Sumatera Barat, Banten, Riau, Lampung, DKI Jakarta, Jawa Barat, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Sulawesi Selatan, dan Nusa Tenggara Barat termasuk di antara provinsi-provinsi yang menjadi prioritas dalam program ini. Dari sejumlah wilayah tersebut, Provinsi Aceh dan Provinsi Nusa Tenggara Barat menunjukkan perkembangan yang paling menonjol dalam implementasi konsep wisata halal secara terpadu dan berkelanjutan.

Dalam tataran global, kualitas dan daya saing destinasi wisata halal dinilai melalui *Global Muslim Travel Index* (GMTI) yang menetapkan empat indikator kunci yang dijadikan dasar evaluasi, meliputi akses (*access*), komunikasi (*communications*), lingkungan (*environment*), dan pelayanan (*services*). Keempat indikator ini digunakan untuk mengukur kesiapan destinasi dalam menyediakan konektivitas yang memadai, informasi yang jelas dan mudah diakses, lingkungan yang aman dan nyaman, serta layanan pariwisata yang selaras dengan preferensi serta tuntutan wisatawan Muslim. Sementara itu, pada tingkat nasional, penyelenggaraan pariwisata berbasis syariah mengacu pada Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia melalui Fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 yang mengaturn standar operasional berbagai komponen pariwisata, mulai dari hotel, objek wisata, agen perjalanan, serta fasilitas relaksasi seperti

⁵ *Ibid* 20.

spa dan sauna, hingga peran pemandu wisata. Kedua instrumen tersebut berfungsi sebagai kerangka acuan penting dalam memperkuat tata kelola dan identitas wisata halal di Indonesia, termasuk di Provinsi Aceh.⁶

Secara historis, Aceh memiliki karakter pariwisata yang unik yang terbentuk dari tiga pengelompokan utama, yaitu pariwisata berbasis religi, budaya, dan alam. Wisata religi berkembang secara signifikan sejalan dengan kuatnya penerapan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sosial masyarakat Aceh. Hal ini tercermin dari keberadaan berbagai masjid bersejarah, seperti Masjid Raya Baiturrahman, yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga menjadi simbol identitas religius sekaligus daya tarik wisata spiritual dan historis.

Di sisi lain, wisata budaya di Aceh berakar pada kekayaan sejarah dan memori kolektif masyarakat pascabencana tsunami tahun 2004. Destinasi seperti Museum Tsunami Aceh dan Kapal PLTD Apung menjadi ruang pembelajaran dan refleksi kemanusiaan yang penting, tidak hanya untuk memperkuat pemahaman sejarah dan identitas budaya Aceh, tetapi juga sebagai objek wisata yang menyentuh aspek kemanusiaan.

Selain itu, wisata alam Aceh menawarkan potensi sumber daya alam yang beragam dan bernilai tinggi, mulai dari kawasan pantai, pegunungan, hingga destinasi bahari seperti Pulau Weh. Kekayaan alam tersebut mendukung pengembangan pariwisata berbasis alam dan keberlanjutan, sehingga melengkapi karakter pariwisata Aceh sebagai destinasi yang memiliki daya tarik komprehensif.⁷

⁶Bonifasia Yuniar Rifani, & Asti Ayuningsih, *Revitalizing Historical Tourism Destination Through Gamification and Storytelling: a Case Study of the Warungboto Site in Yogyakarta*, *Keparawisataan: jurnal ilmiah*, 19(1), (2025), H. 32.

⁷ *Ibid* H. 33.

Dalam konteks tersebut, penerapan syariat Islam di Aceh berfungsi sebagai identitas khas sekaligus keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang memperkuat posisi Aceh dalam peta pariwisata halal, baik dalam konteks nasional maupun internasional. Pertumbuhan sektor pariwisata ini memberikan efek pengganda (*multiplier effect*) yang signifikan, terutama bagi pelaku UMKM, industri kreatif, transportasi, akomodasi, dan pengelola destinasi wisata. Dengan demikian, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan tidak hanya tercermin dalam capaian statistik, tetapi juga berkontribusi langsung terhadap peningkatan kesejahteraan dan pendapatan ekonomi masyarakat lokal.

Berdasarkan kerangka tersebut, Provinsi Aceh memiliki peluang strategis untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata halal berkelas internasional. Potensi ini didukung oleh kekayaan sumber daya alam, keanekaragaman budaya, serta kuliner khas yang terintegrasi dengan penerapan prinsip-prinsip syariat Islam yang terimplementasi dalam kehidupan sosial masyarakat. Wisata halal di Aceh tidak hanya dipersepsikan sebagai upaya memastikan kehalalan produk dan pelayanan, tetapi juga mencakup jaminan kebersihan, kenyamanan, keamanan, serta keadilan bagi wisatawan dan pelaku usaha. Dengan karakteristik tersebut, identitas keislaman Aceh menjadi pembeda yang kuat sekaligus keunggulan kompetitif dalam persaingan pariwisata halal di tingkat nasional maupun global.

Daya tarik pariwisata Aceh semakin menguat seiring dengan keberagaman destinasi yang dimilikinya, yang mencakup objek wisata religi dan sejarah, diantaranya Masjid Raya Baiturrahman dan Museum Tsunami Aceh, hingga destinasi wisata alam unggulan, antara lain Danau Laut Tawar, Pulau Weh, serta kawasan ekowisata Ketambe. Selain kekayaan objek wisata, praktik sosial dan tradisi masyarakat lokal, seperti budaya ngopi khas Aceh, turut memperkaya

pengalaman wisatawan. Karakteristik tersebut menjadikan pariwisata Aceh tidak hanya bernilai rekreatif, tetapi juga merepresentasikan pengalaman wisata yang mengintegrasikan dimensi religius, sosial, dan kultural secara simultan.⁸

Perkembangan sektor pariwisata memberikan dampak ekonomi yang signifikan melalui mekanisme *multiplier effect*, khususnya terhadap pertumbuhan UMKM, industri ekonomi kreatif, sektor transportasi, akomodasi, serta pengelolaan destinasi wisata. Aktivitas pariwisata berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat lokal, sekaligus menciptakan peluang usaha baru yang berorientasi pada keberlanjutan ekonomi dan penguatan basis ekonomi daerah.

Secara keseluruhan, potensi Aceh sebagai destinasi wisata halal bertaraf global tidak semata-mata ditentukan oleh keberadaan dan keragaman objek wisata, tetapi juga ditopang oleh kekuatan identitas budaya, kekayaan kuliner halal, serta lanskap alam yang autentik dan khas. Pengembangan pariwisata halal yang dilakukan secara terencana, terintegrasi, dan berkelanjutan diharapkan mampu memacu perkembangan ekonomi regional, meningkatkan taraf hidup masyarakat, serta mengukuhkan posisi Aceh sebagai representasi utama pariwisata halal Indonesia di tingkat internasional.

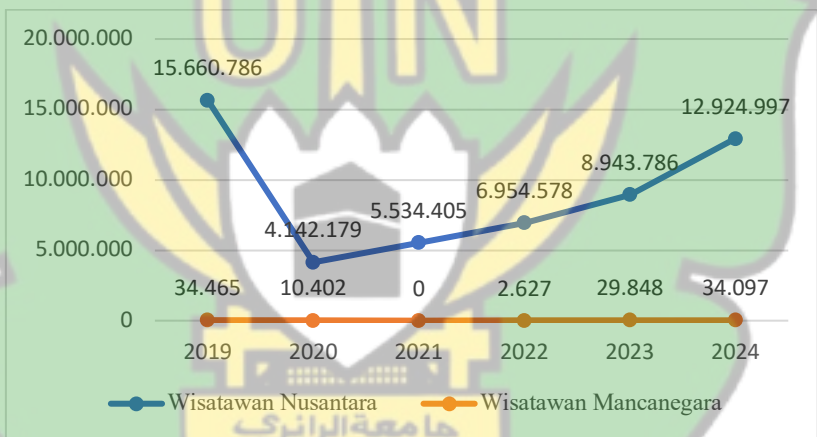
Sejalan dengan arah kebijakan tersebut, sektor pariwisata di Aceh menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, yang ditandai dengan bermunculannya berbagai destinasi baru yang semakin berorientasi pada pemenuhan preferensi dan kebutuhan wisatawan. Implementasi prinsip-prinsip syariah tidak lagi terbatas pada sektor keuangan, melainkan telah terintegrasi ke dalam berbagai sektor ekonomi lainnya, seperti industri kreatif, kuliner, fashion, kosmetik, farmasi, hingga

⁸Zahra Laswati, *Pengaruh Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Agro Eduwisata Organik Mulyaharja*, Repository Universitas Pakuan, 2024, H. 1-137.

pariwisata. Kondisi ini menempatkan wisata halal sebagai salah satu subsektor pariwisata yang paling dinamis, sekaligus mencerminkan meningkatnya ketertarikan wisatawan, baik lokal maupun internasional, terhadap destinasi yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah.⁹

Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Aceh selama periode 2019-2024 menunjukkan kecenderungan peningkatan yang signifikan. Tren pertumbuhan tersebut dapat diamati secara lebih jelas melalui penyajian data pada gambar berikut.

Gambar 1.2
Kunjungan Wisatawan Ke Provinsi Aceh
Tahun 2019-2024



Sumber: <https://dispar.bandaacehkota.go.id/> (Diakses 19 Desember 2025)¹⁰

Berdasarkan Gambar 1.2, perkembangan jumlah kunjungan wisatawan domestik dan internasional pada tahun 2019 memperlihatkan tren pertumbuhan yang positif. Kondisi ini

⁹Layin Lia Febriana, *Analisis Potensi Pengembangan Wisata Halal (Halal Tourism) Pada Destinasi Wisata Lereng Gunung Wilis Kabupaten Madiun, Etheses*, 14(1499), (2021), H.21.

¹⁰<https://dispar.bandaacehkota.go.id/> (Diakses 19 Desember 2025)

mencerminkan bahwa Kota Banda Aceh semakin dikenal dan diminati sebagai destinasi wisata. Peningkatan tersebut didukung oleh intensitas kegiatan promosi pariwisata yang dilaksanakan melalui berbagai agenda dan event wisata sepanjang tahun, baik yang diinisiasi oleh pemerintah daerah maupun oleh pemangku kepentingan pariwisata lainnya.

Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan tajam total kedatangan wisatawan nusantara dan mancanegara. Penurunan ini berkaitan dengan berbagai faktor eksternal dan internal yang memengaruhi stabilitas sektor pariwisata, termasuk perlambatan ekonomi global, perubahan preferensi perjalanan, serta kebijakan pembatasan mobilitas di sejumlah wilayah. Kondisi tersebut menyebabkan aktivitas pariwisata mengalami kontraksi yang cukup signifikan, sehingga berdampak langsung pada menurunnya angka kunjungan wisatawan.

Memasuki tahun 2021, jumlah kunjungan wisatawan nusantara mulai menunjukkan adanya perbaikan dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini mengindikasikan adanya proses penyesuaian dan pemulihan sektor pariwisata melalui berbagai strategi adaptif, inovasi layanan, serta penguatan promosi destinasi yang mendorong peningkatan kembali minat perjalanan masyarakat. Tren peningkatan tersebut semakin menguat pada tahun 2022, yang ditandai dengan lonjakan jumlah wisatawan secara signifikan. Selanjutnya, pada tahun 2023, tingkat kunjungan wisatawan cenderung stabil dan kembali berada pada kondisi normal dengan capaian yang relatif menggembirakan. Peningkatan ini sejalan dengan semakin banyaknya kegiatan dan event pariwisata yang diselenggarakan di Kota Banda Aceh, seperti Pekan Kebudayaan Aceh (PKA), *Aceh Culinary Festival (ACF)*, *Teut Apam*, serta berbagai agenda wisata lainnya yang mampu

meningkatkan daya tarik Kota Banda Aceh sebagai tujuan wisata, di samping potensi wisata unggulan yang telah ada.¹¹

Dalam literatur pariwisata, minat kunjungan ulang umumnya dijelaskan melalui tiga variabel utama, yaitu atraksi (*attractions*), aksesibilitas (*accessibility*), dan amenitas (*amenities*). Ketiga variabel tersebut merupakan pilar fundamental dalam pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan karena secara langsung memengaruhi persepsi kualitas, tingkat kepuasan, serta loyalitas wisatawan.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati H, dkk (2024) menunjukkan bahwa variabel atraksi dan aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan ulang wisatawan lokal, sedangkan amenitas secara parsial tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan tersebut menegaskan bahwa daya tarik destinasi seperti keindahan alam dan kebersihan lingkungan, serta kemudahan akses menuju destinasi wisata, merupakan determinan utama yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Adapun amenitas belum menjadi pertimbangan utama karena karakteristik wisatawan lokal yang tidak terlalu bergantung pada fasilitas akomodasi.

Namun demikian, secara simultan, atraksi, amenitas, dan aksesibilitas tetap terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan ulang wisatawan. Artinya, meskipun amenitas bukan faktor dominan secara parsial, keberadaannya tetap menjadi bagian penting dalam menciptakan kepuasan dan kenyamanan wisatawan secara menyeluruh. Oleh karena itu, pengelolaan destinasi wisata perlu dilakukan secara terpadu dan berkelanjutan dengan menitikberatkan pada penguatan kualitas atraksi sebagai daya tarik utama serta

¹¹ <https://dispar.bandaacehkota.go.id/> (Diakses 20 Desember 2025)

¹² Pusparani, *Pengaruh Faktor Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Kota Banda Aceh)*, *YUME: Journal of Management*, 6(1), (2023), H. 22.

peningkatan aksesibilitas sebagai faktor pendukung yang mempermudah mobilitas wisatawan, tanpa mengabaikan peran amenities dalam membangun pengalaman wisata yang optimal.¹³

Sejalan dengan hal tersebut, Sefira (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel atraksi dan amenities wisata memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat berkunjung, sedangkan aksesibilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketertarikan wisatawan lebih dipengaruhi oleh keunikan objek wisata dan kelengkapan fasilitas pendukung dibandingkan dengan kemudahan akses menuju lokasi wisata. Dengan demikian, peningkatan kualitas atraksi dan fasilitas wisata menjadi faktor utama dalam mendorong intensi kunjungan wisatawan.¹⁴

Selain itu, studi berjudul “Pengaruh Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Kunjungan di *Mulyaharja Organic Agro-Educational Tourism*, Kota Bogor” oleh Laswati (2024) menunjukkan bahwa faktor aksesibilitas dan daya tarik wisata secara signifikan dan positif mempengaruhi keputusan pengunjung untuk berkunjung. Secara bersamaan, telah dibuktikan bahwa faktor-faktor ini secara signifikan mempengaruhi keputusan wisatawan dalam pemilihan destinasi. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih tempat

¹³Nurhayati dkk, *Pengaruh Atraksi, Amenitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan Lokal (Studi Di 4 Destinasi Wisata Kabupaten Penajam Paser Utara)*, *Journal of Management and Social Sciences* 3(1), (2024), H. 254-72.

¹⁴ Vina Sefira M, *Pengaruh Atraksi Budaya, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar*, *Repository UIN Imam Bonjol*, 32(4), (2023), H. 54.

adalah aksesibilitas dan keunikan serta kelengkapan atraksi wisata.¹⁵

Penelitian Leylita dan Widayati (2018) menunjukkan bahwa minat kunjungan wisatawan ke Balong Waterpark Bantul dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh aksesibilitas, fasilitas (amenitas), dan atraksi wisata secara simultan. Hasil studi tersebut mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut secara kolektif berkontribusi dalam meningkatkan intensi kunjungan wisatawan. Namun, secara parsial, meskipun variabel atraksi wisata memiliki koefisien bernilai positif, pengaruhnya tidak signifikan secara statistik. Sebaliknya, aksesibilitas dan fasilitas terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan. Temuan ini menegaskan bahwa dalam konteks destinasi wisata berbasis wahana air, kemudahan akses serta ketersediaan dan kualitas fasilitas merupakan faktor yang lebih dominan dibandingkan daya tarik wahana dalam memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Namun demikian, meskipun berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa atraksi wisata, aksesibilitas, dan amenities merupakan determinan signifikan dalam membentuk minat berkunjung dan kunjungan ulang wisatawan, tantangan utama dalam pengembangan destinasi wisata tetap terletak pada kemampuan mempertahankan sekaligus meningkatkan minat kunjungan ulang (*revisit intention*) wisatawan. Minat berkunjung dapat dipahami sebagai kecenderungan psikologis individu untuk mendatangi suatu destinasi wisata, baik yang telah maupun yang belum pernah dikunjungi sebelumnya, sedangkan minat kunjungan ulang merujuk pada kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang

¹⁵Laswati Z, *Pengaruh Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Agro Eduwisata Organik Mulyaharja, Repository Universitas Pakuan*, 2024, H. 141.

ke destinasi yang sama pada periode mendatang. Kecenderungan tersebut umumnya terbentuk dari pengalaman kunjungan sebelumnya, di mana kualitas layanan, persepsi, serta memori positif berperan penting dalam membangun keterikatan emosional dan kesiapan perilaku wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Dengan demikian, keberhasilan suatu destinasi wisata tidak semata-mata diukur dari tingginya jumlah kunjungan awal, tetapi juga dari kemampuannya dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan dan berkelanjutan.¹⁶

Secara empiris, temuan hasil observasi lapangan di Provinsi Aceh mengindikasikan bahwa meskipun destinasi wisata yang ada memiliki kekuatan atraksi yang relatif tinggi, masih terdapat sejumlah permasalahan struktural pada aspek aksesibilitas dan amenities. Permasalahan tersebut antara lain tercermin pada kondisi infrastruktur jalan menuju lokasi wisata yang belum sepenuhnya memadai, keterbatasan dan kurang optimalnya keberadaan papan penunjuk arah, ketidakteraturan harga Souvenir, penerapan tarif parkir yang tidak sesuai dengan standar, serta praktik sebagian pedagang yang cenderung bersifat koersif terhadap wisatawan.

Selain itu, ditemukan pula isu terkait etika pelayanan, seperti permintaan imbalan oleh oknum petugas keamanan, serta keterbatasan fasilitas pendukung wisata halal, termasuk minimnya informasi mengenai ketentuan busana di kawasan Masjid Raya Baiturrahman dan belum optimalnya tingkat kebersihan fasilitas sanitasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan atraksi wisata yang kuat belum cukup untuk membentuk kepuasan dan loyalitas wisatawan apabila tidak

¹⁶Anio Indah Lestari, dkk. *Analisis Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan (Studi Kasus Wisata Di Aceh)*, *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 9(1), (2023), H. 7.

didukung oleh penyediaan aksesibilitas dan amenitas yang memadai serta pengelolaan destinasi yang profesional.

Atraksi merupakan komponen fundamental dalam pengembangan destinasi pariwisata yang berfungsi sebagai daya tarik utama bagi wisatawan, baik yang bersumber dari potensi alam, budaya, sejarah, maupun atraksi buatan. Di Provinsi Aceh, khususnya Kota Banda Aceh, karakteristik daya tarik wisata didominasi oleh wisata religi, wisata berbasis memori bencana tsunami, serta wisata budaya yang merefleksikan identitas lokal.

Sementara itu, aksesibilitas menggambarkan tingkat kemudahan wisatawan dalam menjangkau dan beraktivitas di destinasi wisata, yang mencakup ketersediaan dan kualitas infrastruktur transportasi, jaringan jalan, serta kelancaran mobilitas pengunjung selama berada di kawasan wisata.

Adapun amenitas merujuk pada ketersediaan dan mutu fasilitas pendukung pariwisata, antara lain akomodasi, restoran, fasilitas umum, sarana ibadah, informasi kepariwisataan, hingga layanan pendukung seperti keamanan dan kedaruratan. Ketiga komponen tersebut memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi wisatawan, menentukan tingkat kepuasan dan kualitas pengalaman berwisata, yang pada akhirnya berimplikasi terhadap loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi.¹⁷

Secara konseptual, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengayaan khazanah keilmuan dalam bidang pemasaran destinasi dan studi perilaku wisatawan melalui analisis pengaruh simultan atraksi, aksesibilitas, dan amenitas terhadap minat kunjungan ulang (*revisit intention*). Dari sudut pandang praktis dan kebijakan publik, penelitian ini

¹⁷Muhammad Yasir Yusuf, dkk. *Wisata Halal Di Aceh: Potensi, Peluang Dan Tantangan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat*, Repository.ar-raniry.ac.id, (2019), H. 13.

diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah yang bersifat aplikatif sebagai dasar pengambilan kebijakan bagi pemerintah daerah, para pemangku kepentingan industri pariwisata, serta Dinas Pariwisata dalam merancang arah pengembangan pariwisata halal di Aceh secara lebih terstruktur, berbasis evidensi empiris, dan berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang.

Dengan demikian, keberhasilan pembangunan sektor pariwisata tidak semata-mata dinilai dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga dari kualitas pengalaman yang dihadirkan sehingga mampu membangun persepsi positif, meningkatkan kepuasan, dan pada akhirnya mendorong loyalitas wisatawan melalui kecenderungan melakukan kunjungan ulang.

Penelitian ini memusatkan perhatian pada dua wilayah dengan tingkat kunjungan wisatawan tertinggi di Provinsi Aceh, yaitu Kota Banda Aceh dan Kota Sabang. Meskipun kedua wilayah tersebut memiliki keunggulan komparatif yang kuat berupa atraksi pariwisata, termasuk wisata religi, sejarah, memori bencana tsunami, serta dukungan infrastruktur pascatsunami, pola perilaku wisatawan yang ditandai dengan kecenderungan kunjungan sekali (*one-time visit*) masih relatif dominan. Fenomena ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara kapasitas dan potensi pariwisata yang tersedia dengan pembentukan loyalitas wisatawan yang masih relatif rendah. Oleh karena itu, studi ini memiliki relevansi teoritis dan implikasi praktis dalam menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi revisit intention wisatawan pada destinasi wisata halal di Aceh sebagai dasar formulasi kebijakan pengembangan pariwisata yang berdaya saing dan berorientasi jangka panjang.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Dan Amenitas Terhadap Minat**

Revisitasi Destinasi Wisata Halal Aceh (Studi Kasus Pada Destinasi Kota Banda Aceh & Sabang).”

1.2 Identifikasi Masalah

Merujuk Merujuk pada latar belakang yang telah diuraikan, fokus utama penelitian ini berkaitan dengan bagaimana pengalaman wisata pada aspek atraksi, aksesibilitas, dan amenitas berperan dalam memengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan pada destinasi wisata halal di Provinsi Aceh. Aceh memiliki positioning religius yang kuat serta dikenal sebagai salah satu provinsi yang konsisten mengembangkan pariwisata berbasis nilai-nilai syariah. Seiring dengan dinamika pertumbuhan sektor pariwisata nasional, penting untuk memahami faktor-faktor yang berkontribusi dalam membentuk kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke destinasi wisata halal di Aceh.

Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis sejauh mana atraksi, aksesibilitas, dan amenitas berperan sebagai determinan dalam memengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan pada destinasi wisata halal di Aceh. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi penguatan daya saing dan keberlanjutan pariwisata halal di wilayah tersebut. Hal ini menjadi relevan untuk diteliti karena kualitas 3A tidak semata-mata berimplikasi terhadap keputusan kunjungan pertama, melainkan juga berkaitan langsung dengan pengalaman layanan, persepsi nilai, dan kesediaan wisatawan untuk melakukan *revisiting intention*. Analisis terhadap faktor 3A Penelitian ini diharapkan dapat memberikan evidensi empiris mengenai elemen apa yang dominan mendorong maupun menghambat revisitasi, sehingga dapat menjadi dasar penguatan strategi pengembangan wisata halal Aceh berbasis data dan temuan ilmiah.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memperjelas batasan penelitian serta dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu, tenaga, biaya, dan kerangka teoritis yang digunakan, studi ini difokuskan pada lingkup tertentu.

1. Penelitian ini hanya menelaah empat variabel utama, yaitu atraksi, aksesibilitas, dan amenitas sebagai variabel bebas, sedangkan minat kunjungan ulang wisatawan dijadikan variabel terikat.
2. Pembahasan penelitian dibatasi pada konteks perilaku kunjungan ulang wisatawan terhadap destinasi pariwisata halal yang terletak di Provinsi Aceh, khususnya di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh atraksi terhadap minat revisitasi wisatawan pada destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang?
2. Bagaimana pengaruh aksesibilitas terhadap minat revisitasi wisatawan pada destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang?
3. Bagaimana pengaruh amenitas terhadap minat revisitasi wisatawan pada destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang?
4. Bagaimana Pengaruh atraksi, aksesibilitas, dan amenitas secara simultan terhadap minat revisitasi wisatawan pada destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh atraksi terhadap minat revisitasi wisatawan pada destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh aksesibilitas terhadap minat revisitasi wisatawan pada destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh amenitas terhadap minat revisitasi wisatawan pada destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang.
4. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh atraksi, aksesibilitas, dan amenitas secara simultan terhadap minat revisitasi wisatawan pada destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu pariwisata, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat revisitasi wisatawan.
- b. Memberikan penguatan literatur mengenai hubungan antara atraksi, aksesibilitas, dan amenitas dengan perilaku revisitasi wisatawan, sehingga dapat menjadi rujukan bagi penelitian sejenis di masa mendatang.
- c. Menjadi dasar konseptual dalam memahami loyalitas wisatawan melalui perspektif destinasi pariwisata daerah, khususnya di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang.¹⁸

¹⁸ Wahyudi, dkk. *Tourist Perceptions of Tourism Object in Central Aceh, Tourism: Hospitality And Culture Insights*, 3(2), (2023), H. 2-3.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pemerintah daerah, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam merumuskan strategi pengembangan destinasi wisata Aceh agar tidak hanya menarik kunjungan pertama, tetapi juga mampu menciptakan kesan positif yang mendorong kunjungan ulang.
- b. Bagi pelaku industri pariwisata (*travel agent*, hotel, penyedia jasa transportasi, dan pengelola objek wisata), penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai faktor yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kenyamanan, kepuasan, dan loyalitas wisatawan.
- c. Bagi masyarakat lokal, penelitian ini diharapkan dapat mendorong partisipasi aktif dalam mendukung pariwisata yang berkelanjutan melalui peningkatan kualitas layanan, produk, maupun budaya keramahan terhadap wisatawan.
- d. Bagi penulis dan akademisi, penelitian ini dapat memperluas wawasan dan menjadi bahan pembelajaran dalam mengembangkan teori maupun praktik di bidang manajemen pariwisata.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan dalam karya ilmiah disusun untuk memberikan alur pemahaman yang sistematis dan memudahkan pembaca dalam mengikuti keseluruhan isi penelitian. Adapun struktur penelitian ini disajikan dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan; memaparkan latar belakang penelitian, perumusan serta identifikasi masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori; menyajikan kerangka teori, konsep-konsep kunci, serta tinjauan literatur dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian; menjelaskan desain penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, populasi dan sampel, teknik analisis data, serta prosedur penelitian yang diterapkan.

BAB IV Hasil dan Pembahasan; memuat temuan penelitian, pengolahan dan analisis data, serta interpretasi dan pembahasan secara komprehensif sesuai dengan tujuan dan rumusan masalah penelitian.

BAB V Penutup; berisi kesimpulan dari seluruh hasil penelitian serta rekomendasi atau saran yang ditujukan kepada pihak terkait dan untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Konsep Umum Pariwisata

Secara etimologis, istilah Istilah pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, terdiri dari dua unsur, yaitu pari yang berarti berkeliling atau banyak, dan wisata yang memiliki makna perjalanan atau bepergian. Berdasarkan konstruksi makna tersebut, Pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan perjalanan yang melibatkan perpindahan dari satu lokasi ke lokasi lainnya, baik dalam satu wilayah maupun lintas wilayah, dengan tujuan tertentu. Sementara itu, dalam terminologi bahasa Inggris, pariwisata dikenal dengan istilah *tour*, sedangkan konsep yang merepresentasikan keseluruhan aktivitas, sistem, dan fenomena perjalanan tersebut dikenal sebagai *tourism* atau *tourisme*.¹⁹

Berdasarkan UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, Bab I Pasal 1 Ayat (4), pariwisata mencakup seluruh aktivitas yang berkaitan dengan wisata, yang difasilitasi melalui penyediaan berbagai layanan dan fasilitas oleh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah daerah, dan pemerintah pusat. Definisi tersebut menegaskan bahwa pariwisata tidak dipandang sebagai aktivitas yang berdiri sendiri, melainkan sebagai suatu sistem terpadu yang melibatkan multipihak dan memerlukan sinergi antaraktor dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengembangannya.

Aktivitas pariwisata memiliki karakteristik yang bersifat sistemik, karena di dalamnya mencakup berbagai komponen, ruang lingkup, dan proses yang saling berinteraksi serta membentuk suatu kesatuan yang

¹⁹Alfaathir Basra, *Pengaruh Citra Destinasi Wisata Halal Dan Loyalitas Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan*, Repository Ar-Raniry, 2023, H. 43.

terintegrasi. Pariwisata juga memiliki kekhasan sebagai sektor jasa dan bagian dari sistem perdagangan, yang dalam operasionalnya memerlukan dukungan dari berbagai subsistem lain, seperti lingkungan hidup, sistem sosial, budaya, serta nilai-nilai religi yang berkembang di masyarakat.

Dalam konteks kepariwisataan, kegiatan bisnis pariwisata merupakan bagian dari aktivitas ekonomi yang berorientasi pada penyediaan layanan guna memenuhi kebutuhan dan preferensi wisatawan. Layanan yang ditawarkan mencakup jasa transportasi dan perjalanan, layanan rekreasi, akomodasi atau penginapan, penyediaan kebutuhan konsumsi, layanan informasi kepariwisataan, penyediaan fasilitas pendukung berbagai aktivitas wisata, serta jasa hiburan dan layanan lain yang secara keseluruhan berkontribusi dalam membentuk kualitas pengalaman wisatawan.²⁰

Sejalan dengan hal tersebut, nstruksi Presiden Nomor 9 Tahun 1969, wisatawan (*tourist*) didefinisikan sebagai individu yang melakukan perjalanan dari tempat tinggalnya ke wilayah lain untuk menikmati perjalanan dan kunjungan yang dilakukan, dengan penegasan bahwa aktivitas tersebut tidak bertujuan untuk bekerja atau memperoleh penghasilan di destinasi yang dikunjungi.

Secara konseptual, pariwisata terdiri atas beberapa unsur utama, yaitu wisata sebagai aktivitas perjalanan (*traveling*), wisatawan sebagai pelaku perjalanan (*travelers*), serta kepariwisataan yang mencakup keseluruhan kegiatan, fenomena, dan sistem yang berkaitan dengan pariwisata. Aktivitas pariwisata bersifat multidimensional karena melibatkan dimensi sosial,

²⁰ *Ibid*, H 45.

ekonomi, dan budaya yang muncul sebagai konsekuensi dari mobilitas wisatawan.

Dalam praktiknya, penyelenggaraan pariwisata melibatkan tiga aspek fundamental, yakni manusia, ruang, dan waktu. Aspek manusia mencakup wisatawan sebagai subjek perjalanan serta para pelaku yang menyediakan dan melayani kebutuhan wisata. Aspek ruang berkaitan dengan wilayah atau destinasi wisata, meliputi objek wisata serta daya tarik yang menjadi tujuan kunjungan. Sementara itu, aspek waktu merujuk pada ketersediaan waktu luang (*leisure time*) atau masa libur yang dimanfaatkan untuk melakukan aktivitas wisata.

Dalam kerangka pembangunan daerah, sektor pariwisata dipandang sebagai sektor strategis yang memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) serta penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat lokal. Perkembangan pariwisata tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berperan dalam pelestarian budaya lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar destinasi wisata.

Sejalan dengan dinamika tersebut, industri pariwisata mengalami perkembangan dan diversifikasi yang semakin kompleks, salah satunya melalui munculnya konsep pariwisata syariah atau wisata halal. Dalam beberapa tahun terakhir, konsep ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dan berkembang menjadi salah satu tren global, seiring dengan meningkatnya kesadaran wisatawan terhadap kebutuhan wisata yang selaras dengan nilai-nilai syariah serta tuntutan pasar terhadap layanan pariwisata berbasis nilai (*value-based tourism*). Menurut Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2015), istilah wisata halal mulai dikenal secara luas sejak tahun 2015 melalui penyelenggaraan *World Halal Tourism Summit* (WHTS) di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab. Sebelumnya, aktivitas wisata

yang ditujukan bagi wisatawan muslim umumnya dikenal dengan istilah *Moslem tour*. Forum ini menegaskan besarnya potensi pasar wisata halal sehingga perlu dikembangkan secara berkelanjutan.²¹

Secara terminologis, wisata halal di berbagai negara dikenal dengan beragam istilah, antara lain *Islamic tourism*, *halal tourism*, *halal travel*, *halal lifestyle*, dan *Muslim-friendly destination*. Secara industri, wisata halal ditempatkan sebagai produk tambahan yang bersifat komplementer dan tidak menggantikan pariwisata konvensional, melainkan memperkaya pendekatan pengembangan pariwisata dengan tetap menjunjung tinggi nilai budaya lokal dan prinsip-prinsip Islam tanpa menghilangkan keunikan daerah.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan aktivitas perjalanan atau kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok ke suatu lokasi yang berada di luar lingkungan tempat tinggal maupun tempat kerja sehari-hari. Kegiatan ini bertujuan untuk rekreasi, pengembangan diri, serta kepentingan pendidikan. Pelaksanaan kegiatan pariwisata tersebut didukung oleh peran masyarakat dan pemerintah melalui penyediaan fasilitas serta jaminan kenyamanan, keamanan, ketertiban, kebersihan, dan berbagai aspek pendukung lainnya.²²

²¹Muhammad Yunizar, *Kesejahteraan Pelaku Umkm Di Kota Sabang*, Repository Ar-Raniry, 2022, H. 55.

²²Joelia Nurhasanah Putri, *Pengaruh Faktor Attractiveness, Service, Accessibility Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Berpotensi Halal Tourism Istana Siak Sri Indrapura*, Repository Uin Suska, 2024, H. 20.

2.1.2 Jenis-Jenis Pariwisata

Pariwisata memiliki beragam bentuk yang dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan perjalanan, karakteristik aktivitas, serta jenis daya tarik yang menjadi basis pengembangannya. Valene L. Smith mengemukakan bahwa pariwisata dapat dikategorikan ke dalam beberapa tipologi atau jenis tertentu, yang mencerminkan perbedaan motivasi wisatawan dan pola interaksi antara wisatawan dengan destinasi yang dikunjungi, sebagaimana diuraikan sebagai berikut:²³

1. Pariwisata Budaya (*Culture Tourism*) merupakan kegiatan perjalanan yang bertujuan untuk mengenal, mengapresiasi, serta melestarikan kebudayaan yang mulai mengalami pergeseran atau penurunan eksistensi dalam kehidupan masyarakat.
2. Pariwisata Bahari (*Marine Tourism*) merupakan aktivitas wisata yang memanfaatkan wilayah pesisir dan perairan, didukung oleh ketersediaan sarana dan prasarana seperti kegiatan memancing, berenang, olahraga air, penyelaman, serta fasilitas pendukung lainnya, termasuk penyediaan makanan, minuman, dan akomodasi.
3. Pariwisata Etnik (*Ethnic Tourism*) merupakan bentuk perjalanan wisata yang dilakukan untuk mengamati serta mempelajari budaya, tradisi, dan pola kehidupan masyarakat tertentu yang memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri.
4. Pariwisata Kota (*City Tourism*) adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan dalam suatu wilayah perkotaan dengan tujuan untuk mengeksplorasi objek

²³Ghanis Haryendra Damara, Pawit M. Yusuf, dan Rully Khairul Anwar, *perilaku pencarian informasi pariwisata pada wisatawan domestik di Rumah Mode. Jurnal kajian informasi & Perpustakaan*, 2(1), (2014), H.27.

wisata, daya tarik, serta nilai sejarah yang terdapat di kota tersebut.

5. Pariwisata Rekreasi (*Recreational Tourism*) merujuk pada kegiatan wisata yang berorientasi pada relaksasi, pemulihan kondisi fisik dan psikologis, aktivitas olahraga, serta interaksi sosial dalam suasana yang tenang dan menyenangkan.
6. Pariwisata Resort (*Resort City*) merupakan kawasan yang secara khusus dikembangkan untuk kegiatan pariwisata, dengan dukungan fasilitas seperti sarana olahraga, hiburan, akomodasi, restoran, serta berbagai layanan pendukung kepariwisataan lainnya.
7. Pariwisata Alam (*Ecotourism*) adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan ke wilayah yang relatif masih alami dengan tujuan untuk menikmati keindahan alam, mempelajari flora dan fauna, memahami kearifan lokal, serta mengenal mitos atau cerita rakyat yang berkembang di daerah tersebut.
8. Pariwisata Alternatif (*Alternative Tourism*) merupakan bentuk pariwisata berskala kecil yang menekankan pada penghormatan terhadap nilai-nilai sosial, budaya lokal, serta prinsip pelestarian lingkungan.
9. Pariwisata Sosial (*Social Tourism*) adalah pendekatan pariwisata yang ditujukan untuk memberikan kesempatan rekreasi kepada masyarakat berpenghasilan rendah atau kelompok masyarakat yang sebelumnya belum memiliki minat maupun akses terhadap kegiatan wisata.
10. Pariwisata Agro (*Agro Tourism*) merupakan aktivitas wisata yang berkaitan dengan kegiatan pertanian, perkebunan, peternakan, dan kehutanan, dengan tujuan edukatif untuk menumbuhkan kesadaran wisatawan terhadap pentingnya menjaga dan melestarikan sumber daya alam.

2.2 Wisata Halal (*Halal Tourism*)

Wisata halal (*halal tourism*) dapat dipahami sebagai aktivitas perjalanan dan rekreasi yang penyelenggaraannya menyediakan fasilitas serta layanan Pariwisata yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim dengan berpedoman pada prinsip-prinsip syariah. Global Muslim Travel Index (GMTI), sebagai lembaga yang mengkhususkan diri dalam pengembangan dan pemetaan pariwisata halal secara global, mendefinisikan wisata halal sebagai kegiatan pariwisata yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, dengan penekanan pada ketersediaan layanan dan fasilitas yang mengakomodasi kebutuhan wisatawan Muslim dan sesuai dengan prinsip serta norma syariah.²⁴

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *halal tourism* atau pariwisata halal merupakan aktivitas perjalanan wisata yang dijalankan dengan tetap berlandaskan pada nilai dan prinsip syariah Islam. Kemunculan istilah *halal tourism* pada mulanya berkaitan dengan aktivitas wisata yang bertujuan menumbuhkan motivasi dan pengalaman spiritual, yang dilakukan melalui aktivitas mengunjungi tempat ibadah, makam tokoh agama, maupun situs bersejarah yang memiliki nilai religius sesuai dengan keyakinan yang dianut.²⁵ Pariwisata halal dikenal dengan sebutan wisata religi. Konsep wisata religi ini pertama kali diperkenalkan oleh *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) pada tahun 1967. Seiring berjalannya waktu, wisata religi mengalami perluasan makna, di mana segmennya tidak lagi terbatas pada penganut agama tertentu, tetapi juga mengusung nilai-nilai

²⁴Diyah Hayu, *Potensi Pengembangan Halal Tourism Pada Destinasi Wisata Sendang Kun Gerit Kabupaten Sragen*, *Repository Uin Salatiga*, 108(3), (2024), H.112.

²⁵Joelia Nurhasanah Putri, *Pengaruh Daya Tarik Pelayanan dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Halal Istana Siak Sri Indrapura*, *Journal Of Financial and Islamic Banking*, 3(1), (2025), H. 22.

yang bersifat universal, seperti unsur edukasi, pelestarian budaya, dan kearifan lokal yang tetap dijaga.

Dalam implementasinya, penyelenggaraan wisata halal mensyaratkan beberapa aspek penting, antara lain tersedianya makanan dan minuman yang telah memiliki sertifikasi halal, keberadaan fasilitas ibadah seperti musala yang layak dan mudah diakses, tidak adanya peredaran minuman beralkohol, serta ketersediaan fasilitas umum yang memadai, seperti toilet yang bersih, air bersih, dan layanan privat yang memungkinkan pemisahan antara laki-laki dan perempuan sesuai dengan prinsip kesopanan dalam Islam.

Pariwisata pada dasarnya hadir sebagai bagian dari pemenuhan kebutuhan individu maupun masyarakat, yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, seperti pelaku usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Tujuan wisata pun beragam, mulai dari kunjungan ke situs bersejarah hingga perjalanan dengan tujuan spiritual atau keagamaan. Kehadiran wisatawan internasional, khususnya di negara-negara muslim, berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan negara.

Wisata halal tidak diperuntukkan secara eksklusif bagi wisatawan muslim, melainkan bersifat inklusif sehingga dapat dinikmati pula oleh wisatawan non-muslim. Hal ini karena konsep wisata halal pada dasarnya menawarkan kenyamanan, keamanan, serta penghargaan terhadap kearifan lokal yang bersifat universal.

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 108/DSN-MUI/X/2016, destinasi wisata halal harus memenuhi sejumlah ketentuan, antara lain memberikan manfaat bagi kepentingan umum, menghadirkan nilai pencerahan, penyegaran, dan ketenangan, menjaga amanah, keamanan, serta kenyamanan pengunjung, dan mewujudkan kemaslahatan yang bersifat menyeluruh dan inklusif. Selain itu, pengelolaan destinasi wisata halal wajib

memperhatikan aspek kebersihan, kelestarian lingkungan, sanitasi, serta penghormatan terhadap nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Fatwa tersebut juga menegaskan bahwa destinasi wisata halal harus menyediakan fasilitas ibadah yang layak, mudah dijangkau, dan sesuai dengan ketentuan syariah, serta menyajikan makanan dan minuman yang telah tersertifikasi halal oleh Majelis Ulama Indonesia. Di samping itu, destinasi wisata wajib menjauhi segala bentuk aktivitas yang mengandung unsur maksiat, kemusyrikan, pornografi, khurafat, penyalahgunaan narkoba, minuman keras, maupun pertunjukan seni dan atraksi yang tidak selaras dengan prinsip syariah.²⁶

Pengembangan wisata halal merupakan salah satu inovasi penting dalam dinamika ekonomi syariah, khususnya pada sektor pariwisata. Keduanya memiliki keterkaitan yang erat dan saling memperkuat, sehingga pengembangan wisata halal tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan industri pariwisata, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam penguatan ekonomi syariah secara berkelanjutan.²⁷

Pengembangan halal *tourism* secara tidak langsung memberikan dampak signifikan terhadap penguatan ekonomi syariah di tengah masyarakat. Dinamika pertumbuhan wisata halal tidak terlepas dari perkembangan wisata religi dan aktivitas ziarah yang lebih dahulu dikenal. Seiring waktu, wisata halal hadir sebagai konsep yang lebih komprehensif dengan kriteria pengelolaan yang bersifat spesifik dan terstruktur.

²⁶ *Ibid.* H. 25.

²⁷ Annio Indah Lestari Nasution, *Analisis Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan*, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), (2023), H. 2.

Adapun beberapa kriteria utama dalam penyelenggaraan wisata halal antara lain:

1. Terbebas dari segala bentuk aktivitas atau unsur yang bertentangan dengan prinsip halal sebagaimana ditetapkan dalam syariah Islam.
2. Menghargai dan menampilkan nuansa Islami serta memenuhi ketentuan dan persyaratan syariah dalam setiap aspek pengelolaan wisata.
3. Menyediakan perlindungan hukum bagi wisatawan, baik berdasarkan peraturan perundang-undangan nasional maupun ketentuan hukum syariah.
4. Mengintegrasikan nilai-nilai duniawi dan ukhrawi sebagai satu kesatuan yang saling melengkapi.
5. Setiap aktivitas wisata yang dilakukan mengandung nilai ibadah, terutama bagi pelakunya, sesuai dengan niat dan kapasitas masing-masing individu.
6. Memberikan perlindungan kepada wisatawan muslim dari sikap, perilaku, atau layanan yang tidak selaras dengan prinsip-prinsip syariah.

Lebih lanjut, laporan *Global Muslim Travel Index* (GMTI) tahun 2019 yang disusun oleh *Mastercard Crescent Rating* mengidentifikasi beberapa kebutuhan dasar wisatawan muslim yang perlu diperhatikan dalam pengembangan destinasi wisata halal. Kebutuhan tersebut meliputi:

- a. Ketersediaan makanan halal

Makanan halal merupakan kebutuhan paling mendasar bagi wisatawan muslim selama melakukan perjalanan. Oleh karena itu, promosi terhadap rumah makan atau gerai kuliner yang telah memiliki sertifikasi halal menjadi hal yang sangat penting di daerah tujuan wisata. Keberadaan fasilitas kuliner halal akan memudahkan wisatawan muslim dalam menentukan dan

mengakses destinasi wisata yang sesuai dengan prinsip halal.

b. Fasilitas toilet yang ramah muslim

Toilet yang ramah bagi wisatawan muslim harus dilengkapi dengan ketersediaan air bersih yang memadai untuk keperluan bersuci. Fasilitas seperti hand shower serta sistem sanitasi yang bersih dan layak pakai menjadi aspek penting guna menunjang kenyamanan wisatawan muslim dalam menjaga kebersihan diri.

c. Ketersediaan tempat ibadah

Fasilitas ibadah merupakan kebutuhan esensial bagi wisatawan muslim, terutama dalam menjalankan kewajiban shalat selama perjalanan. Destinasi wisata halal diharapkan menyediakan tempat ibadah yang mudah dijangkau, dilengkapi dengan arah kiblat yang jelas, fasilitas wudhu yang bersih dan nyaman, perlengkapan shalat yang memadai, serta dukungan fasilitas toilet yang ramah muslim.²⁸

2.2.1 Perbedaan Wisata Halal Dengan Wisata Lainnya

Pada hakikatnya, pariwisata halal memiliki kesamaan dengan bentuk pariwisata lainnya, namun dibedakan oleh kerangka konseptual yang menetapkan batasan-batasan tertentu demi menciptakan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan Muslim. Meskipun memiliki karakter khusus, pariwisata konvensional pada dasarnya tetap dapat berperan sebagai elemen pendukung dalam penyelenggaraan pariwisata halal. Karimah (2016) menjelaskan bahwa perbedaan antara pariwisata konvensional dan pariwisata halal tidak hanya terlihat dari jenis pelayanan yang

²⁸Laila Fitriyatus Sholichah & Rahayu Mardikaningsih, *Pengaruh Citra Destinasi Dan Religiusitas Terhadap Minat Berkunjung Wisata Halal*, *Currency: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), (2023), H. 497.

diberikan, tetapi juga dari sistem pengelolaannya secara menyeluruh.

Dalam konteks tersebut, terdapat delapan indikator utama yang menjadi standar penyelenggaraan pariwisata halal dari sisi administrasi dan manajemen, yang sekaligus membentuk identitas khasnya, yaitu:

1. Seluruh layanan wisata harus selaras dengan nilai-nilai dan kebutuhan umat Muslim.
2. Pemandu wisata serta tenaga kerja diwajibkan bersikap disiplin dan menunjukkan penghormatan terhadap prinsip Islam.
3. Setiap aktivitas wisata diatur agar tidak bertentangan dengan ketentuan syariah.
4. Desain dan fasilitas bangunan harus mencerminkan prinsip Islam, seperti penyediaan arah kiblat dan sarana bersuci di setiap ruang, khususnya di hotel.
5. Restoran wajib menerapkan standar pelayanan halal yang diakui secara internasional.
6. Sistem transportasi harus menjamin keamanan dan perlindungan bagi wisatawan.
7. Tersedianya fasilitas ibadah yang memadai bagi wisatawan Muslim untuk menjalankan aktivitas keagamaannya.
8. Destinasi yang dikunjungi harus bebas dari unsur-unsur yang bertentangan dengan ajaran Islam.²⁹

Perbedaan antara wisata konvensional, wisata religi, dan wisata halal dapat ditinjau melalui sejumlah aspek yang

²⁹ Dhiam Permana & Lailatul Qadariyah, *Analisis Potensi Penerapan Konsep Pariwisata Halal Pada Destinasi Desa Wisata Watu Kandang Kabupaten Trenggalek*, *Finace: Journal On Islamic Finance*, 9(2), (2023), H. 275.

membedakan karakter, tujuan, serta pola pengelolaannya sebagaimana dirangkum dalam tabel berikutz

Tabel 2.1
Perbedaan Antara Wisata Konvensional, Wisata Religi, Dan Wisata Halal

No	Aspek	Wisata Konvensional	Wisata Religi	Wisata Halal
1	Objek	Alam, budaya, warisan sejarah, dan kuliner sebagai daya tarik utama	Tempat ibadah, dan situs Sejarah yang sarat nilai spiritual	Destinasi yang dikelola sesuai prinsip halal, menggabungkan hiburan dan nilai religius.
2	Tujuan	Memberikan kesenangan dan hiburan bagi pengunjung.	Meningkatkan pengalaman spiritual dan ketenangan jiwa	Menghadirkan keseimbangan antara hiburan dan peningkatan kesadaran beragama
3	Target	Memenuhi keinginan bersifat hiburan dan kesenangan semata	Wisatawan yang mencari ketenangan batin dan pengalaman religius.	Wisatawan yang ingin menikmati pengalaman menyenangkan sekaligus memperkuat nilai-nilai agama.

4	Guide	Menguasai informasi destinasi untuk menarik wisatawan.	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi ibadah.	Menarik minat wisatawan sekaligus menanamkan semangat religius, menjelaskan peran halal dalam kebahagiaan dan kepuasan batin.
5	Fasilitas Ibadah	Hanya menjadi pelengkap	Hanya menjadi pelengkap	Menjadi bagian integral dari destinasi, ibadah termasuk dalam pengalaman wisata secara harmonis.
6	Kuliner	Makanan dan Minuman	Makanan an Minuman	Disediakan secara spesifik halal, sesuai prinsip syariah.
7	Relasi Masyarakat dan Lingkungan Obyek Wisata	Komplementer, berorientasi pada keuntungan materi	Komplementer, berorientasi pada keuntungan materi	Interaksi terintegrasi berbasis prinsip syariah, berfokus pada keberlanjutan dan nilai sosial.
8	Agenda Perjalanan	Fleksibel, dapat dilakukan kapan saja	Mengikuti waktu tertentu	Menyesuaikan jadwal dengan waktu ibadah dan prinsip halal

Sumber: Data diolah (2025)

2.2.2 Landasan Wisata Halal (*Halal Tourism*)

Pariwisata halal telah mengalami perkembangan yang cukup pesat dan mulai memperoleh pengakuan luas dari berbagai kalangan, meskipun sebagian masyarakat masih memandangnya dengan keraguan. Dalam perspektif Islam, aktivitas pariwisata pada dasarnya tidak dilarang selama pelaksanaannya tidak bertentangan dengan ketentuan dan prinsip-prinsip syariah yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Kegiatan berwisata tidak hanya memungkinkan seseorang menikmati keindahan alam, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk memperkuat keimanan, menumbuhkan ketenangan batin, serta memberikan dorongan motivasi, baik bagi individu maupun kelompok. Melalui pengalaman tersebut, seseorang diharapkan mampu meningkatkan rasa syukur dan tetap konsisten dalam menjalankan kewajiban hidupnya. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang komprehensif mengenai landasan hukum halal *tourism* yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis.

Q.S Al-Mulk Ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

جامعة الرانيري
AR-RANIRY

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali) setelah dibangkitkan.”³⁰

³⁰ Al-Qur'an dan Terjemahan

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT telah menciptakan bumi dan menjadikannya mudah untuk dimanfaatkan oleh manusia. Di atas bumi ini pula Allah menyediakan berbagai kenikmatan serta rezeki yang dapat dinikmati oleh umat-Nya. Melalui ayat tersebut, Allah menegaskan sifat Ar-Rahman-Nya, yang tidak hanya tercermin dalam penciptaan sarana dan prasarana bagi kehidupan manusia, tetapi juga dalam kemudahan yang diberikan agar manusia dapat menjalani kehidupan di bumi dengan baik dan seimbang.

Q.S An-Naml Ayat 69:³¹

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ ﴿٦٩﴾

Artinya: “Katakanlah (Muhammad), “Berjalanlah kamu di bumi, lalu perhatikanlah kesudahan orang-orang yang berdosa.”

Ayat tersebut menerangkan bahwa Allah SWT menganjurkan manusia untuk melakukan perjalanan sebagai sarana mengambil pelajaran dari kehidupan umat-umat terdahulu. Melalui perjalanan tersebut, manusia diajak untuk merenungkan akibat yang dialami oleh orang-orang yang durhaka dan tidak mematuhi perintah-Nya, sehingga kehidupan mereka berakhir dalam kesengsaraan. Pemaknaan ini menegaskan bahwa aktivitas perjalanan tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga memiliki nilai edukatif dan reflektif bagi kehidupan manusia.

³¹ Al-Qur’an dan Terjemahan

Q.S Nuh ayat 19:

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ بِسَاطًا ﴿١٩﴾

Artinya: “Dan Allah menjadikan bumi untukmu sebagai hamparan, agar kamu dapat pergi kian kemari di jalan-jalan yang luas.”³²

Ayat tersebut menunjukkan bahwa Allah SWT telah menjadikan bumi sebagai tempat yang luas dan terbuka untuk dijelajahi oleh manusia. Secara substansial, ayat-ayat tersebut menegaskan bahwa perjalanan yang dianjurkan dalam Islam bukanlah perjalanan tanpa makna, melainkan perjalanan yang memiliki tujuan mulia, yaitu untuk meningkatkan keimanan kepada Tuhan Yang Maha Esa serta mengakui kebesaran-Nya. Dengan demikian, aktivitas bepergian dalam perspektif Islam dapat dipahami sebagai upaya menikmati keindahan bumi ciptaan Allah sekaligus memperoleh ketenangan batin dan pembelajaran yang bernilai bagi kehidupan.

Q.S Al-Baqarah Ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah

³² Al-Qur’an dan Terjemahan

mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.”³³

Q.S An-Nahl Ayat 114:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ إِيَّاهُ

تَعْبُدُونَ ﴿١١٤﴾

Artinya: “Makanlah sebagian apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai (rezeki) yang halal lagi baik dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.”

Q.S. Al-Baqarah ayat 168 menegaskan perintah Allah SWT kepada umat manusia untuk mengonsumsi segala sesuatu yang halal dan baik serta menjauhi hal-hal yang diharamkan. Selain ayat tersebut, Q.S. An-Nahl ayat 114 juga menekankan kewajiban bagi umat Islam untuk hanya mengonsumsi rezeki yang halal sebagai bentuk ketaatan dan rasa syukur kepada Allah SWT. Ayat-ayat ini menjadi dasar penting dalam memahami konsep halal, termasuk dalam konteks aktivitas pariwisata.

2.2.3 Value Chain Halal Tourism

Berdasarkan laporan *Global Muslim Travel Index* (GMTI) tahun 2018, pesatnya perkembangan sektor *halal tourism* di tingkat global dipengaruhi oleh sejumlah faktor strategis. Faktor-faktor tersebut meliputi peningkatan jumlah penduduk Muslim dunia, pertumbuhan pendapatan masyarakat Muslim kelas menengah, serta dominasi

³³ Al-Qur’an dan Terjemahan

generasi Muslim milenial sebagai segmen wisatawan potensial. Selain itu, kemudahan akses terhadap informasi perjalanan turut mendorong meningkatnya minat wisata halal, seiring dengan bertambahnya layanan perjalanan yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan ibadah umat Muslim, seperti paket perjalanan Ramadhan dan berbagai layanan wisata berbasis syariah lainnya.³⁴

Industri pariwisata halal tidak berdiri sendiri, melainkan terintegrasi dengan berbagai sektor pendukung yang membentuk rangkaian *entry point* dalam ekosistemnya. Selanjutnya, GMTI juga menetapkan beberapa indikator utama dalam menilai kinerja destinasi wisata halal, yaitu aspek aksesibilitas, komunikasi, kondisi lingkungan, serta kualitas layanan. Keseluruhan *entry point* tersebut kemudian membentuk rantai nilai (*value chain*) industri *halal tourism*, yang mencakup destinasi wisata, moda transportasi, hotel atau akomodasi, kafe dan restoran, hingga layanan perjalanan dan biro wisata. Rantai nilai inilah yang menjadi fondasi utama dalam pengembangan pariwisata halal secara berkelanjutan.

2.2.4 Potensi Wisata Halal Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Aceh

Potensi wisata dapat dipahami sebagai segala bentuk daya tarik yang muncul akibat proses alam maupun hasil aktivitas budaya manusia. Secara alami, potensi wisata terbentuk melalui tenaga endogen yang menghasilkan bentang alam seperti pegunungan, danau, sungai, serta formasi geografis lainnya. Di samping itu, potensi objek

³⁴Pranika, dkk. *Analysis Of The Global Muslim Travel Index (Gmti) Muslim-Friendly Tourism In Improving Community Economy Reviewed From An Islamic Economic Jimea, Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7(3), (2023). 1267–1284

wisata juga dapat lahir dari hasil kreasi dan budaya manusia.³⁵

Aceh memiliki kekayaan potensi wisata yang tersebar di berbagai wilayah dan memiliki nilai ekonomi serta nilai tambah yang signifikan. Setiap destinasi menawarkan keunikan dan karakteristik tersendiri yang mampu menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara. Kondisi ini menjadikan Aceh memiliki peluang besar dalam pengembangan pariwisata, khususnya pariwisata halal, sekaligus membuka ruang kerja sama investasi di sektor industri pariwisata.

Sektor pariwisata berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui keterlibatan berbagai pihak, mulai dari Pemerintah sebagai pembuat kebijakan, wisatawan domestik maupun mancanegara, serta pelaku usaha dan UMKM, termasuk homestay, biro perjalanan, hotel, usaha kuliner, dan penjual cenderamata. Namun, keberhasilan sektor ini sangat bergantung pada konsep dan sistem pengelolaan yang disesuaikan dengan potensi khas daerah, sehingga mampu meningkatkan daya tarik kunjungan wisatawan (Yusuf, 2021).

Menurut Sari (2020), pariwisata memberikan sejumlah dampak ekonomi, antara lain meningkatnya perputaran valuta asing melalui pengeluaran wisatawan yang mendorong aktivitas ekonomi lokal dan investasi. Selain itu, sektor ini berkontribusi terhadap pendapatan pemerintah, baik secara langsung melalui pajak pelaku usaha dan tenaga kerja pariwisata, maupun secara tidak langsung melalui pajak dan bea terkait aktivitas wisata.

³⁵ Hendry Ferdiansyah, dkk. *Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism*, *Journal of Sustainable Tourism Research*, 2(1), (2020), H. 30-34.

Pariwisata juga berperan besar dalam penciptaan lapangan kerja, khususnya pada usaha biro perjalanan, kuliner, transportasi, dan penginapan.³⁶

Lebih lanjut, perkembangan pariwisata mendorong percepatan pembangunan infrastruktur seperti transportasi, air bersih, listrik, dan fasilitas publik lainnya yang berdampak pada peningkatan kualitas hidup masyarakat. Pada akhirnya, sektor pariwisata berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal, terutama melalui tumbuhnya sektor informal yang menjadi sumber penghidupan bagi banyak penduduk di kawasan wisata.

2.2.5 Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Wisata Halal

Ekonomi syariah berlandaskan seperangkat nilai fundamental yang menjadi kerangka utama dalam seluruh aktivitas ekonomi, yaitu tauhid, keadilan, khilafah, *nubuwwah*, dan *ma'ad*. Nilai-nilai tersebut tidak hanya berfungsi sebagai norma etis, tetapi juga sebagai pedoman operasional dalam mengatur perilaku ekonomi individu maupun institusi.³⁷

Prinsip tauhid menegaskan keyakinan bahwa seluruh sumber daya pada hakikatnya merupakan milik Allah SWT, sementara manusia hanya bertindak sebagai pengelola yang diberi amanah. Kesadaran ini melahirkan konsep pertanggungjawaban moral dan spiritual atas setiap keputusan ekonomi. Pada level makro, tanggung jawab tersebut berimplikasi pada terwujudnya keadilan sosial dan ekonomi. Namun, pencapaian keadilan yang merata

³⁶ Yunizar, *Analisis Potensi Pariwisata Halal Bagi Kesejahteraan Pelaku Umkm Di Kota Sabang, Repository Ar-Raniry*, (2022), H. 53.

³⁷ Israk Ahmadsyah, Irawaan Abdullah, & Jalaluddin, *Wisata Halal Aceh (Tinjauan Ekonomi Syariah)*, (Aceh: Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata, 2022), H. 23.

membutuhkan peran khilafah atau pemerintah sebagai regulator yang mengarahkan dan mengawasi sistem ekonomi. Model pengelolaan ini secara historis tercermin dalam praktik ekonomi pada masa kenabian (*nubuwwah*), khususnya di Madinah. Seluruh aktivitas ekonomi tersebut pada akhirnya diarahkan untuk mencapai *ma'ad*, yakni keberhasilan yang tidak hanya diukur dari aspek material, tetapi juga bernilai ibadah dan berdimensi ukhrawi.

Dalam implementasinya, ekonomi syariah menawarkan sejumlah prinsip utama. Pertama, tauhid dan ukhuwah, yang menegaskan hubungan vertikal manusia dengan Allah sekaligus hubungan horizontal antarsesama. Kesadaran ketuhanan menjadikan aktivitas ekonomi lebih terjaga secara moral, sementara ukhuwah mendorong kerja sama yang adil dan saling menguntungkan. Kedua, prinsip kerja dan produktivitas, yang menekankan kewajiban individu untuk bekerja secara optimal dan produktif demi kemaslahatan umat, disertai dengan penghargaan yang layak atas hasil kerja. Ketiga, prinsip distribusi kekayaan yang adil, yang diwujudkan melalui instrumen zakat sebagai mekanisme redistribusi dari kelompok mampu kepada kelompok yang membutuhkan, sehingga ketimpangan sosial dapat diminimalkan.³⁸

Nilai-nilai ekonomi syariah tersebut juga tercermin dalam pengembangan wisata halal. Beberapa aspek penting yang harus dipenuhi antara lain menjadikan wisata halal sebagai media kebangkitan budaya Islam serta sarana penyebaran nilai-nilai keislaman kepada masyarakat global. Wisata halal tidak hanya menampilkan keindahan destinasi, tetapi juga memperkenalkan keluhuran peradaban dan warisan budaya Islam. Di sisi lain, wisata halal tetap memiliki tujuan ekonomi yang nyata, yaitu

³⁸ *Ibid*, H. 25.

meningkatkan kesejahteraan masyarakat Muslim sebagai pelaku dan tuan rumah dalam kegiatan pariwisata, sehingga kebahagiaan umat menjadi bagian dari tujuan utamanya.

Selain itu, wisata halal berfungsi memperkuat identitas dan kepercayaan diri umat Islam dalam menghadapi stereotip budaya global. Dalam konteks ini, aktivitas wisata tidak sekadar dipahami sebagai kegiatan bisnis, melainkan sebagai bagian dari gaya hidup dan ekspresi nilai sosial suatu komunitas.³⁹

Dengan demikian, wisata halal pada dasarnya merupakan manifestasi konkret dari praktik ekonomi syariah. Unsur tauhid tercermin dalam penyediaan fasilitas ibadah yang memadai, unsur kerja dan produktivitas tampak melalui inovasi serta peningkatan kualitas layanan, sedangkan prinsip distribusi keadilan diwujudkan melalui pola kerja sama yang jujur, adil, dan beretika dalam pengelolaan aset pariwisata. Keseluruhan prinsip tersebut mengarahkan pariwisata halal pada pencapaian *ma'ad*, yakni keberhasilan ekonomi yang seimbang antara manfaat duniawi dan nilai ukhrawi.

2.2.6 Indikator Wisata Halal

Mohamed Battour (2013) menjelaskan bahwa wisata halal memiliki beberapa indikator utama yang harus dipenuhi, antara lain:⁴⁰

1. Fasilitas ibadah,
2. Lingkungan yang bebas dari praktik perjudian, serta

³⁹Hendry Ferdiansyah, dkk. *Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism*, *Journal of Sustainable Tourism Research*, 2(1), (2020), H. 33-35.

⁴⁰Ramadhan, dkk *Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Dampak Moderasi Religiusitas Di Sumatera Barat*, 10(1), (2024), H. 511.

3. Penyediaan makanan dan minuman yang tidak mengandung alkohol.

Indikator-indikator tersebut menjadi dasar dalam menciptakan pengalaman wisata yang sesuai dengan nilai dan prinsip Islam. Sejalan dengan hal tersebut, Chanin et al. (2015) mengemukakan bahwa terdapat empat aspek penting yang perlu diperhatikan dalam mendukung pengembangan pariwisata syariah, yaitu lokasi, transportasi, konsumsi, dan hotel.

1. Lokasi

Lokasi merupakan salah satu elemen krusial dalam pengembangan wisata halal. Kawasan wisata yang dipilih sebaiknya menerapkan sistem yang selaras dengan nilai-nilai Islam guna menjamin kehalalan serta kesucian lingkungan bagi wisatawan. Lokasi tersebut harus mendukung pelaksanaan ajaran Islam dan mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan spiritualitas pengunjung. Dengan lingkungan yang bersih, sehat, dan sesuai dengan ketentuan syariat, wisatawan halal akan merasa lebih aman, nyaman, dan puas, sehingga kepercayaan serta minat mereka terhadap layanan wisata halal semakin meningkat.⁴¹

2. Transfortasi

Dalam industri wisata halal, aspek transportasi juga memegang peranan penting. Penerapan prinsip syariah dalam sistem transportasi, seperti pengaturan atau pemisahan area antara laki-laki dan perempuan yang bukan mahram, bertujuan untuk menjaga adab, kehormatan, serta kenyamanan wisatawan. Upaya ini menunjukkan komitmen penyedia layanan dalam

⁴¹Abdul Rachman, *Impact Of Implementation Of Halal Tourism In West Nusa Tenggara Province, Maqāṣid Al-Sharīa Perspective*, 20(1), (2023), H. 17-36.

menghadirkan pengalaman perjalanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.⁴²

3. Konsumsi

Aspek konsumsi menjadi perhatian utama dalam wisata halal, mengingat Islam sangat menekankan pentingnya kehalalan makanan dan minuman. Hal ini sebagaimana tercermin dalam Q.S. Al-Maidah ayat 3 yang mengatur tentang jenis, cara memperoleh, serta proses pengolahan makanan. Penelitian Moira et al. (2012) juga menunjukkan bahwa ketertarikan terhadap kuliner memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan pilihan destinasi wisata. Oleh karena itu, penyediaan konsumsi halal menjadi faktor penting dalam menarik wisatawan.⁴³

4. Hotel

Hotel berbasis syariah berperan dalam menunjang kenyamanan wisatawan halal dengan menerapkan seluruh operasional sesuai prinsip Islam. Penerapan tersebut mencakup penyediaan fasilitas yang mendukung, seperti pemisahan area spa, gym, kolam renang, serta ruang publik antara pria dan wanita. Dengan konsep ini, hotel tidak hanya memberikan rasa aman, tetapi juga meningkatkan kepuasan dan kenyamanan wisatawan selama menginap.⁴⁴

⁴² *Ibid*, H.149.

⁴³Somadi, Cupian, & Amelia Hayati, *Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Wisata Halal*. 9(1), (2024), H. 1–19.

⁴⁴Susie Surya, & Nawarti Bustamam. Potensi Pengembangan Pariwisata Halal Dan Dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provisnsi Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(2), (2021), H. 146.

2.3 Minat Kunjungan Ulang (*Revisit Intention*)

2.3.1 Pengertian Minat Kunjungan Ulang (*Revisit Intention*)

Minat atau ketertarikan, yang sering disebut sebagai *support*, merupakan salah satu kekuatan utama yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas. Kecenderungan ini dipengaruhi oleh pengalaman positif dan sentimen terhadap objek atau aktivitas tertentu. Dalam konteks pariwisata, minat berkunjung adalah keinginan seseorang untuk mengunjungi suatu destinasi, sementara minat traveling merujuk pada dorongan individu untuk melakukan perjalanan yang diarahkan pada tujuan tertentu dan memiliki dasar motivasi tertentu.

Minat berkunjung ulang menggambarkan dorongan individu untuk kembali ke tempat yang pernah dikunjungi sebelumnya. Keinginan untuk kembali ini dipengaruhi oleh pengalaman mental dan persepsi terhadap kunjungan sebelumnya. Niat berkunjung kembali adalah bentuk keinginan yang lebih spesifik untuk melakukan kunjungan secara berulang. Dengan kata lain, minat berkunjung mencerminkan dukungan individu untuk melakukan kunjungan ulang ke suatu destinasi akibat pengalaman positif sebelumnya, dan minat ini sering dihubungkan dengan pelanggan potensial yang telah mengunjungi dan bersedia menggunakan jasa atau fasilitas kembali.⁴⁵

Selain itu, minat berkunjung ulang juga dapat dianggap sebagai ekspresi psikologis yang menunjukkan rencana seseorang untuk menyelesaikan aktivitas kunjungan dalam jangka waktu tertentu. Minat ini biasanya muncul ketika individu memberikan penilaian positif terhadap destinasi wisata, yang terkait dengan atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas

⁴⁵Arlen Makalew, dkk, 2019. *Analysis of Factors that Influence Revisit Intention of Tourism Interest in Tourism Object in Alam Batu Angus di Bitung*. Jurnal EMBA, 7(3), (2019), H. 2631–2640.

pendukung yang memberikan kenyamanan selama kunjungan.⁴⁶

Secara teoretis, konsep minat berkunjung dipandang sejalan dengan konsep minat beli dalam kajian perilaku konsumen. Menurut Depdikbud sebagaimana dikutip oleh Fitriani, Arifin, dan Rachmat (2017), Minat adalah dorongan atau motivasi internal yang kuat dalam diri seseorang terhadap suatu objek tertentu. Selanjutnya, Susanto dan Kotler menjelaskan bahwa minat berfungsi sebagai insentif, yakni dorongan internal yang mampu memotivasi tindakan berkunjung serta membentuk emosi positif terhadap suatu produk pariwisata atau pengalaman destinasi tertentu.

Minat akan muncul ketika individu menemukan karakteristik atau situasi tertentu yang selaras dengan kebutuhan dan keinginannya. Secara terminologis, berkunjung diartikan sebagai aktivitas datang atau menghadiri suatu tempat. Dalam konteks pemasaran, minat beli merupakan bentuk perilaku konsumen yang mencerminkan kecenderungan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Oleh karena itu, minat berkunjung dapat dipahami sebagai kecenderungan wisatawan potensial, baik yang telah, sedang, maupun yang akan melakukan kunjungan ke suatu destinasi wisata.⁴⁷

⁴⁶Marta Vina Sefira, *Pengaruh Atraksi Budaya, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar*, *Repository UIN Imam Bonjol*, 32(4), (2023), H. 66.

⁴⁷Onita Sari Sinaga, dkk, *Peran fasilitas dan harga dalam mendorong minat berkunjung pada masa Covid-19: Studi pada Taman Hewan Kota Pematangsiantar*, *Jurnal Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, 5(1), (2020), H. 431-438.

2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Revisitasi

Beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang antara lain⁴⁸:

1. Daya tarik wisata

Faktor ini mencakup atraksi, amenitas, dan aksesibilitas suatu destinasi. Semakin menarik dan lengkap fasilitas yang ditawarkan oleh suatu objek wisata, semakin besar pula dorongan wisatawan untuk kembali berkunjung.⁴⁹

2. Citra destinasi

Citra destinasi adalah persepsi positif yang terbentuk dari keunggulan dan keunikan suatu tempat wisata. Semakin baik dan kuat citra suatu destinasi, semakin tinggi minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.⁵⁰

3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan mencerminkan tingkat kepuasan wisatawan terhadap layanan yang diterima selama berkunjung. Pelayanan yang ramah, profesional, dan memuaskan akan meningkatkan kemungkinan wisatawan kembali ke destinasi tersebut.⁵¹

4. Promosi

Promosi berperan dalam membentuk kesan atau gambaran mengenai destinasi wisata. Semakin efektif

⁴⁸Dhiajeng Dwi Suryani, *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Pulau Pahawang Lampung: Studi Kasus pada Wisatawan Pecinta Snorkeling di Pulau Pahawang Lampung* (Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2017).

⁴⁹Kurniawan, R & Zulfahmi. *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Objek Wisata Pantai Marina Kalianda Lampung Selatan*, *Edu Society: Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5 (1), (2025), H. 77.

⁵⁰*Ibid*, H. 23.

⁵¹Isdar Wahim, *The Effects of Attraction, Promotion and Accessibility on Revisiting Intention to Tana Toraja, South Sulawesi, Indonesia*. *Journal of Mandalika Review*, 2 (1), (2023), H. 27.

dan menarik promosi yang dilakukan, semakin besar minat wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut di masa mendatang.⁵²

2.3.3 Indikator Minat Revisitasi

Adapun indikator yang memengaruhi minat berkunjung ulang menurut Zeithaml dan Bitner dapat diidentifikasi melalui beberapa aspek perilaku wisatawan, yaitu:

1. Adanya keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi yang sama di masa mendatang.
2. Kesiapan wisatawan untuk membagikan pengalaman serta tingkat kepuasan yang dirasakan kepada orang lain.
3. Kemauan wisatawan untuk merekomendasikan destinasi tersebut kepada calon pengunjung lainnya.
4. Pemberian penilaian atau reputasi yang positif terhadap destinasi wisata yang dikunjungi.
5. Keinginan wisatawan untuk memberikan saran dan masukan yang bersifat konstruktif guna meningkatkan kualitas destinasi wisata pada masa yang akan datang.⁵³

Lebih lanjut, Ferdinand dalam penelitian Sinaga et al. (2020) mengemukakan bahwa indikator minat berkunjung terdiri atas beberapa dimensi, yaitu:

1. Minat transaksional, yaitu dorongan individu untuk melakukan pembelian atau kunjungan pada suatu produk atau destinasi tertentu.

⁵²Ahmad Hidayat, Ahmad Yamin, & Mietra Anggara. *Analisis Kualitas Layanan, Inovasi Produk Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang (Studi Kasus Pada Obyek Wisata Pantai Balat Di Kabupaten Sumbawa Barat)*. Jurnal Dimensi, 13(3), (2024), H. 748.

⁵³Valarie A. Zeithaml, dkk, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 7th ed. (New York: McGraw-Hill Education, 2017), H. 231.

2. Minat referensial, yakni kecenderungan individu untuk merekomendasikan produk atau destinasi kepada pihak lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang mencerminkan adanya preferensi utama terhadap suatu produk atau destinasi tertentu, yang hanya dapat berubah apabila terjadi kondisi tertentu pada objek preferensinya.
4. Minat eksploratif, yang menunjukkan keinginan untuk mencari dan memperoleh informasi secara aktif guna memperkuat keyakinan terhadap keunggulan dan citra positif produk atau destinasi tersebut.⁵⁴

2.4 Atraksi (*Attractions*)

Atraksi merupakan salah satu elemen fundamental dalam aktivitas pariwisata yang berfungsi memberikan pengalaman rekreatif sekaligus kepuasan bagi wisatawan. Secara umum, atraksi wisata dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu atraksi budaya, atraksi sosial, dan atraksi buatan. Atraksi budaya mencakup berbagai bentuk ekspresi seni, tradisi, adat istiadat, serta praktik keagamaan yang memiliki nilai keunikan dan autentisitas sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan memperoleh pengalaman yang lebih bermakna. Jenis atraksi ini pada dasarnya bersumber dari hasil aktivitas manusia yang diwariskan, dipelihara, dan direproduksi secara turun-temurun dalam suatu komunitas.

Dalam konteks pengembangan destinasi, atraksi merupakan produk inti (*core product*) yang berperan sebagai faktor pendorong utama keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan. Atraksi dalam suatu destinasi dapat

⁵⁴Fatikhatun Faoziyah, dkk. Pengaruh Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari, *Jurnal Kewarganegaraan*, 6 (2), (2022), H. 4801.

diwujudkan dalam beragam bentuk, seperti keindahan alam, keunikan objek wisata, kekayaan budaya lokal, aktivitas keseharian masyarakat, maupun daya tarik lain yang terbentuk melalui interaksi dinamis antara manusia dan lingkungannya. Keberadaan dan kualitas atraksi tersebut menjadi landasan utama bagi wisatawan dalam menilai daya tarik serta menentukan pilihan destinasi yang akan dikunjungi.

Selain itu, daya tarik wisata juga dapat ditinjau dari keragaman unsur yang ditawarkan oleh suatu destinasi, baik yang bersifat alamiah maupun non-alamiah. Daya tarik alam mencakup pemandangan, bentang alam, laut dan pantai, iklim, serta karakteristik geografis yang khas, sedangkan daya tarik budaya meliputi sejarah, cerita rakyat, agama, seni pertunjukan, festival, dan berbagai kegiatan atau acara khusus. Adapun daya tarik sosial merepresentasikan pola kehidupan masyarakat, struktur populasi, bahasa, serta peluang interaksi sosial, termasuk keberadaan bangunan dan arsitektur bersejarah maupun modern, monumen, taman kota, dan berbagai fasilitas pendukung lainnya yang memperkaya pengalaman wisatawan.⁵⁵

2.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Atraksi

Beberapa faktor yang memengaruhi terbentuknya dan kuatnya daya tarik suatu atraksi wisata antara lain:

1. Nilai keindahan, yaitu kondisi visual dan estetika destinasi yang mampu menimbulkan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung.
2. Nilai keunikan, yakni karakteristik khas yang membedakan suatu destinasi dari destinasi lainnya sehingga menarik perhatian wisatawan.⁵⁶

⁵⁵Afriani, dkk. *Pengaruh Atraksi Wisata Dan Keamanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Parangtritis*. *Pringgitan*, 5(2), (2025), H. 129.

⁵⁶*Ibid.* H. 132.

3. Keanekaragaman ciptaan Tuhan, khususnya potensi alam seperti bentang alam, flora, dan fauna yang memberikan pengalaman wisata alami bagi pengunjung.
4. Aktivitas hasil ciptaan manusia, yaitu berbagai aktivitas atau atraksi buatan yang dirancang untuk memberikan pengalaman khusus dan mendorong wisatawan memutuskan berkunjung ke objek wisata tertentu.

2.4.2 Manfaat Atraksi

Keberadaan atraksi wisata memberikan sejumlah manfaat penting, di antaranya:

1. Menjadi produk utama yang berfungsi sebagai penarik utama kunjungan wisatawan.
2. Menyajikan keindahan dan keunikan yang dapat dinikmati serta diapresiasi oleh wisatawan.
3. Menjadi bentuk aktivitas utama yang dilakukan wisatawan selama melakukan kunjungan wisata.

Dengan demikian, atraksi dapat diposisikan sebagai elemen sentral dalam pengembangan destinasi pariwisata, karena berperan sebagai *core attraction* yang menjadi magnet utama dalam menarik minat dan keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi tertentu.⁵⁷

2.4.3 Indikator Atraksi

Dalam kajian pariwisata, atraksi wisata umumnya diukur melalui beberapa indikator, antara lain:

1. *Something to see*, yaitu segala sesuatu yang dapat disaksikan oleh wisatawan,

⁵⁷Muhammad Lutfi Afandi. *Pengaruh atraksi, aksesibilitas, amenitas, akomodasi, dan aktifitas terhadap kepuasan wisatawan pada Kawasan malioboro, Universitas Dinamika*, 1(5), (2024), H. 114.

baik berupa keindahan alam, keunikan objek buatan manusia, maupun berbagai aktivitas sosial dan budaya yang diselenggarakan oleh masyarakat setempat.

2. *Something to do*, yakni berbagai aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan selama berada di destinasi wisata, sehingga memberikan pengalaman yang bermakna dan menyenangkan.
3. *Something to buy*, yaitu ketersediaan produk atau cenderamata khas destinasi yang dapat dibeli oleh wisatawan sebagai bentuk kenang-kenangan. Produk tersebut dapat berupa hasil kerajinan lokal, makanan khas daerah, maupun produk budaya lainnya yang mencerminkan identitas dan keunikan destinasi wisata. Keberadaan *something to buy* tidak hanya menambah daya tarik destinasi, tetapi juga memberikan pengalaman berwisata yang lebih lengkap serta mendorong peningkatan perekonomian masyarakat lokal.⁵⁸

2.5 Aksesibilitas (*Accessibility*)

Aksesibilitas dalam konteks kepariwisataan merujuk pada tingkat kemudahan wisatawan dalam menjangkau suatu destinasi, yang mencakup aspek kenyamanan, keamanan, efisiensi waktu tempuh, serta kelancaran mobilitas selama perjalanan dan berada di kawasan wisata. Tingkat aksesibilitas yang memadai akan meningkatkan keterjangkauan destinasi sekaligus menciptakan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan. Oleh karena itu, aksesibilitas memiliki peran strategis dalam menunjang efektivitas pengembangan kawasan pariwisata, baik dalam mendorong

⁵⁸Sri Wahyuni, *Perbandingan Relatif Kualitas Atraksi Wisata Pangandaran Terhadap Destinasi Wisata Kelas Dunia, Itenas Reprsitory*, 2(1), (2021), H. 10-21.

intensitas kunjungan wisatawan maupun sebagai bagian integral dalam perencanaan tata ruang dan pengelolaan destinasi wisata.⁵⁹

Dalam perspektif kepariwisataan, aksesibilitas tidak semata-mata dimaknai sebagai ketersediaan sarana transportasi, melainkan sebagai suatu sistem terpadu yang memungkinkan wisatawan melakukan perjalanan secara mudah, aman, dan efisien sejak tahap keberangkatan hingga tiba di destinasi tujuan. Delamartha et al. (2021) menjelaskan bahwa aksesibilitas berkaitan erat dengan mobilitas wisatawan, yaitu berbagai bentuk kemudahan yang memungkinkan pengunjung menjangkau objek wisata serta melakukan perpindahan selama berlangsungnya aktivitas perjalanan. Sejalan dengan pandangan tersebut, Wanda dan Pangestuti (2018) menegaskan bahwa kualitas akses jalan, kelancaran arus lalu lintas, serta kejelasan arah dan ketersediaan petunjuk jalan merupakan elemen-elemen krusial yang membentuk tingkat aksesibilitas suatu destinasi wisata.⁶⁰

Aksesibilitas juga mencakup ketersediaan sarana dan prasarana pendukung, baik yang bersifat fisik maupun nonfisik, yang berfungsi memudahkan wisatawan dalam menjangkau dan beraktivitas di destinasi wisata. Hal ini sejalan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, yang menegaskan bahwa pengembangan moda transportasi darat, sungai, laut, udara, serta kereta api merupakan bagian integral dari strategi

⁵⁹Marta Vina Sefira, *Pengaruh Atraksi Budaya, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Ke Objek Wisata Istana Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar*, *Repository UIN Imam Bonjol*, 32(4), (2023), H. 74.

⁶⁰Joelia Nurhasanah Putri, *Pengaruh Daya Tarik Pelayanan dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Halal Istana Siak Sri Indrapura*, *Journal Of Financial and Islamic Banking*, 3(1), (2025), H. 30.

peningkatan aksesibilitas pariwisata. Dengan demikian, tingkat aksesibilitas suatu destinasi berimplikasi langsung terhadap besaran biaya perjalanan, efisiensi waktu tempuh, jarak yang harus ditempuh, serta tingkat kenyamanan dan kemudahan yang dirasakan wisatawan selama melakukan perjalanan wisata.⁶¹

Lebih lanjut, Trihatmodjo (2017) mendefinisikan aksesibilitas sebagai kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata yang ditinjau dari aspek jarak geografis, kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi yang memadai. Aksesibilitas yang baik memungkinkan wisatawan untuk tinggal lebih lama di destinasi dan memperoleh pengalaman wisata yang lebih beragam. Oleh sebab itu, aksesibilitas tidak hanya berfungsi sebagai sarana penghubung, tetapi juga sebagai faktor pendukung terciptanya pengalaman wisata yang berkualitas.

Isdarmanto (2017) menegaskan bahwa aksesibilitas wisata mencakup infrastruktur penunjang seperti kondisi jalan, ketersediaan transportasi, serta keberadaan rambu dan petunjuk arah yang jelas. Aspek-aspek tersebut berperan penting dalam meminimalkan hambatan perjalanan wisatawan. Aksesibilitas yang optimal tidak hanya berkaitan dengan kemampuan membawa wisatawan menuju destinasi dan kembali ke tempat asal, tetapi juga menjamin kelancaran mobilitas selama berada di kawasan wisata. Hal ini menunjukkan bahwa transportasi saja tidak cukup tanpa didukung oleh kualitas jaringan jalan yang memadai.

Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, keberagaman moda transportasi turut menjadi pendorong kemajuan sektor pariwisata. Suryatina (2010) memaknai

⁶¹Zahra Laswati, *Pengaruh Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Agro Eduwisata Organik Mulyaharja*, *Journal Eprints Universitas Pakuan*, (2024), H. 113.

aksesibilitas sebagai unsur kemudahan yang disediakan bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi dengan biaya yang wajar. Sementara itu, Soekadijo (2003) menyatakan bahwa aksesibilitas pariwisata setidaknya harus memenuhi tiga persyaratan utama, yaitu: (1) akses informasi yang memudahkan wisatawan menemukan dan menjangkau destinasi; (2) kondisi jalan yang layak dan terhubung dengan prasarana umum; serta (3) ketersediaan akses menuju titik akhir perjalanan, seperti area parkir.⁶²

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas merupakan faktor strategis yang berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan wisatawan serta keberhasilan pengelolaan suatu destinasi wisata. Aksesibilitas mencakup kemudahan dan ketersediaan sarana pendukung yang memungkinkan wisatawan menjangkau destinasi secara aman, nyaman, dan efisien. Tingkat aksesibilitas yang baik berkontribusi positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, dalam upaya pengembangan destinasi wisata, peningkatan aksesibilitas melalui penyediaan dan pengembangan infrastruktur yang memadai menjadi aspek kunci dalam memperkuat daya tarik kawasan. Secara keseluruhan, pemahaman dan perhatian terhadap aspek aksesibilitas tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan, tetapi juga mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan sektor pariwisata suatu daerah.

Aksesibilitas dalam pariwisata terdiri atas beberapa komponen utama yang saling berkaitan. Komponen tersebut meliputi:

1. Infrastruktur, yaitu sarana fisik yang mendukung mobilitas wisatawan.

⁶²Rossadi, L. & Widayati, E., *Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Journal of Tourism and Economic* 1(2), (2018), H. 109-116.

2. Jaringan transportasi, seperti jalan raya, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, dan marina yang berfungsi menghubungkan wisatawan dengan destinasi tujuan.
3. Perlengkapan transportasi, yang mencakup kapasitas, kecepatan, serta jangkauan layanan dari sarana transportasi umum yang tersedia.
4. Faktor operasional, meliputi pengaturan rute perjalanan, frekuensi layanan transportasi, serta biaya atau tarif yang dikenakan kepada pengguna jasa.

2.5.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Aksesibilitas

Menurut Ibnu (2016), faktor-faktor yang memengaruhi aksesibilitas dalam pengembangan pariwisata antara lain:

1. Pembangunan pariwisata menuntut adanya aksesibilitas yang baik karena melibatkan keterpaduan pembangunan lintas sektor. Destinasi wisata tidak akan mampu menarik wisatawan apabila tidak didukung oleh sistem transportasi yang terhubung dengan baik.
2. Perkembangan suatu destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh tingkat kemudahan akses menuju kawasan wisata tersebut, di mana akses yang mudah akan meningkatkan potensi kunjungan wisatawan.

2.5.2 Manfaat Aksesibilitas

Adapun manfaat keberadaan aksesibilitas dalam pariwisata adalah sebagai berikut:⁶³

1. Aktivitas pariwisata sangat bergantung pada sistem komunikasi dan transportasi. Oleh karena itu, destinasi wisata yang tidak memiliki aksesibilitas memadai akan mengalami kesulitan dalam berkembang sebagai kawasan pariwisata. Keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan juga sangat dipengaruhi oleh pertimbangan jarak dan waktu tempuh.

⁶³ *Ibid*, H. 117.

2. Aksesibilitas yang baik dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu kawasan. Kondisi jalan yang memadai, kedekatan destinasi dengan bandara, serta ketersediaan transportasi umum menuju objek wisata merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya tarik wisata.

2.5.3 Indikator Aksesibilitas

Adapun indikator aksesibilitas menurut Sari (2022) dapat dijabarkan sebagai berikut:⁶⁴

1. Kemudahan mencapai

Kemudahan mencapai merujuk pada tersedianya petunjuk arah dan penetapan jalur yang jelas sehingga memudahkan wisatawan dalam menjangkau lokasi destinasi, khususnya bagi wisatawan yang baru pertama kali berkunjung.

2. Kenyamanan

Kenyamanan menjadi aspek penting dalam perjalanan wisata. Apabila wisatawan merasakan kondisi perjalanan yang tenang dan nyaman, baik dari segi sarana maupun prasarana, maka hal tersebut berpotensi meningkatkan keinginan untuk melakukan kunjungan ulang.

3. Keamanan

Keamanan dimaknai sebagai jaminan keselamatan wisatawan selama perjalanan menuju destinasi, termasuk terhindar dari tindakan kriminal seperti perampokan, pembegalan, dan gangguan lainnya.

⁶⁴Achmad Jaelani, dkk. *Pengaruh Aksesibilitas, Word Of Mouth, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo, Jurnal Ilmiah dan Kewirausahaan*, 5 (2), (2025), H. 167–86.

4. Kelancaran

Kelancaran mengacu pada kondisi perjalanan yang tidak mengalami hambatan, baik dari segi kualitas jalan maupun ketersediaan dan keteraturan layanan transportasi yang digunakan wisatawan.

2.6 Amenitas (*Amenities*)

Amenitas merupakan seperangkat fasilitas pendukung yang disediakan oleh suatu destinasi wisata guna memenuhi kebutuhan serta mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi wisatawan selama berkunjung. Fasilitas tersebut disiapkan dan dikelola oleh pengelola destinasi sebagai bentuk pelayanan kepada wisatawan, yang meliputi akomodasi, area parkir, pusat perbelanjaan, ruang informasi, toilet umum, hingga fasilitas pendukung lainnya. Keberadaan amenitas menjadi unsur penting dalam menciptakan kenyamanan dan kepuasan wisatawan selama berada di destinasi wisata.⁶⁵

Fungsi utama amenitas adalah menunjang kelancaran aktivitas wisatawan agar mereka dapat menikmati kunjungan dengan nyaman dan terdorong untuk tinggal lebih lama di kawasan wisata. Berbagai fasilitas dan layanan yang tersedia di destinasi, seperti biro perjalanan, restoran atau kafe, toko kerajinan dan suvenir, sistem keamanan yang memadai, layanan perbankan, penukaran uang, klinik atau layanan kesehatan darurat, hingga pusat informasi wisata, menjadi bagian dari amenitas yang mendukung pengalaman wisata secara menyeluruh.

Setiap destinasi wisata memiliki karakteristik dan jenis amenitas yang berbeda-beda, menyesuaikan dengan potensi dan kebutuhan pengunjung. Namun demikian, secara umum penyediaan amenitas ditujukan untuk memenuhi kebutuhan

⁶⁵Fajar Subeni, & Rida Rizkyta. Pengaruh Atraksi Dan Amenitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Lengkong Culinary Night Di Lengkong Kecil Kota Bandung. *Jurnal Pringgitan*, 5(1), (2022), H. 14-22.

dasar wisatawan, seperti kemudahan mobilitas, kenyamanan dalam mengakses fasilitas, pengaturan konsumsi makanan dan minuman, hiburan, kegiatan berbelanja, serta layanan pendukung lainnya. Dengan tersedianya amenities yang memadai, wisatawan dapat menyelesaikan rangkaian kegiatan wisata secara optimal, sehingga meningkatkan kualitas pengalaman berwisata dan daya saing destinasi.⁶⁶

2.6.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Amenitas

Beberapa faktor yang memengaruhi kualitas dan keberadaan amenities di destinasi wisata antara lain:

1. Kondisi dan kelayakan fasilitas, yang mencerminkan tingkat kesiapan destinasi dalam melayani kebutuhan wisatawan.
2. Ketepatan perencanaan desain interior dan eksterior fasilitas, yang berperan dalam menciptakan kenyamanan, estetika, serta kesan positif bagi pengunjung.
3. Ketersediaan dan kualitas fasilitas sanitasi, yang menjadi aspek krusial karena memiliki hubungan langsung dengan persepsi, kenyamanan, dan kepuasan wisatawan.
4. Fasilitas pada dasarnya merupakan elemen fisik yang mampu meningkatkan nilai tambah suatu produk atau jasa pariwisata.

2.6.2 Konseptualisasi Amenitas dalam Perspektif *Ecotourism* dan Wisata Halal

Dalam kerangka pengembangan *ecotourism*, amenities tidak lagi dipahami secara sempit sebagai sekadar penyediaan sarana fisik, melainkan sebagai elemen esensial yang membentuk kualitas pengalaman wisata yang berorientasi pada keberlanjutan, pelestarian lingkungan,

⁶⁶ *Ibid*, H. 25.

dan penghormatan terhadap kearifan lokal. Dalam konteks ini, amenitas mencakup penyediaan infrastruktur dasar yang layak dan higienis, fasilitas ibadah, pusat informasi, akomodasi berkonsep ramah lingkungan, sistem pengelolaan limbah yang berkelanjutan, serta sarana interpretasi edukatif yang mendukung pemahaman wisatawan terhadap aspek konservasi. Mutu amenitas tersebut sangat dipengaruhi oleh komitmen manajerial terhadap prinsip pembangunan berkelanjutan, keberpihakan kebijakan pemerintah daerah, keterlibatan aktif masyarakat lokal, kompetensi sumber daya manusia, serta tingkat kesadaran wisatawan dalam menerapkan perilaku wisata yang bertanggung jawab.⁶⁷

Sementara itu, dalam perspektif wisata halal, standar amenitas memperoleh legitimasi normatif melalui ketentuan yang ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia dalam Fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah. Regulasi tersebut menegaskan bahwa fasilitas destinasi wisata harus terbebas dari unsur yang bertentangan dengan prinsip syariah, menjamin ketersediaan produk halal, menjaga aspek kebersihan dan higienitas, serta menyediakan sarana ibadah yang representatif.

Dengan demikian, pada destinasi seperti Aceh yang mengembangkan pariwisata halal berbasis nilai syariah sekaligus mengusung prinsip keberlanjutan, amenitas dikonstruksi melalui sinergi antara dimensi ekologis dan kepatuhan terhadap norma syariah. Integrasi kedua dimensi ini berperan strategis dalam meningkatkan daya saing

⁶⁷Kristiani Halawa, & Haniek Listyorini. *Provision And Development Of Tourism Amenities In The Context Of Tourist Comfort And Sustainability In The Economic, Sociocultural And Environmental Identity Of Tourism Villages, Journal Of Tourism Economics And Policy*, 5 (2), (2025), H. 375.

destinasi, memperkuat persepsi positif wisatawan, serta membangun kepercayaan yang berkelanjutan terhadap kualitas layanan wisata.⁶⁸

2.6.3 Manfaat Amenitas

Keberadaan amenitas di destinasi wisata memberikan sejumlah manfaat, antara lain:

1. Memenuhi kebutuhan dasar wisatawan selama beraktivitas wisata, seperti tersedianya toilet, area istirahat, restoran, tempat ibadah, area parkir, serta akomodasi.
2. Menjadi bentuk pelayanan destinasi kepada wisatawan, yang menunjukkan perhatian pengelola terhadap kenyamanan pengunjung.
3. Berperan sebagai unsur pelengkap destinasi, sehingga penyediaan amenitas wisata perlu mendapatkan perhatian serius dalam pengembangan pariwisata.
4. Menciptakan rasa aman dan nyaman, yang berdampak positif terhadap pengalaman berwisata dan kepuasan pengunjung.

2.6.4 Indikator Amenitas

Amenitas dalam suatu destinasi wisata dapat diukur melalui beberapa indikator berikut:

1. Fasilitas Penyedia Makanan (Restoran), yang menawarkan ragam kuliner, khususnya makanan khas daerah, sebagai bagian dari pengalaman wisata.
2. Sarana Sanitasi (Toilet Umum), yang disediakan oleh pengelola maupun masyarakat sekitar destinasi di Kota

⁶⁸Sheila Distianti, & Muhammad Nazieh Ibadillah. Implementasi Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah Pada Biro Perjalanan Wisata Syariah, Jurnal Alfatih Global Mulia, 3 (1), (2021), H. 26.

Banda Aceh dan Kota Sabang, dengan memperhatikan aspek kebersihan dan kelayakan penggunaan.

3. Rest Area, berupa area peristirahatan yang lokasinya berdekatan dengan objek wisata dan memberikan kenyamanan bagi wisatawan.
4. Toko souvenir, sebagai tempat penjualan cendera mata khas objek wisata yang berfungsi sebagai oleh-oleh dari Kota Banda Aceh dan Kota Sabang.
5. Fasilitas Parkir, yaitu fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan untuk memarkirkan kendaraan selama berkunjung ke destinasi.
6. Tempat ibadah, sebagai sarana pendukung bagi wisatawan dalam menjalankan ibadah sesuai dengan agama dan keyakinannya, sehingga mendukung terciptanya suasana destinasi yang inklusif dan ramah bagi seluruh pengunjung.⁶⁹

2.7 Keterkaitan Antar Variabel

2.7.1 Hubungan Atraksi Terhadap Minat Kunjungan Ulang (*Revisit Intention*)

Atraksi wisata memiliki keterkaitan yang signifikan dengan minat berkunjung ulang wisatawan. Keberadaan atraksi yang menarik pada suatu destinasi memberikan dampak positif terhadap keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung. Dengan adanya atraksi wisata, pengunjung terdorong untuk mengulangi kunjungan guna kembali merasakan serta menikmati berbagai kreasi fisik maupun intelektual yang dihasilkan oleh manusia. Dalam pengertian yang luas, kebudayaan mencakup seluruh hasil

⁶⁹Fatikhatun Faoziyah, Roby Setiadi & Hendri Sucipto. *Pengaruh Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari, Jurnal Kewarganegaraan*, 6 (2), (2022), H. 23.

cipta, rasa, dan karsa manusia yang diwujudkan dalam berbagai bentuk aktivitas dan karya.⁷⁰

Atraksi wisata sebagai komoditas pariwisata diwujudkan melalui beragam pertunjukan, tontonan seni, serta adat istiadat dan tradisi yang dikemas sebagai daya tarik utama destinasi. Unsur-unsur tersebut berfungsi untuk menarik perhatian wisatawan dan menumbuhkan minat mereka untuk melakukan kunjungan ulang. Peran budaya dalam industri pariwisata sangat penting, mengingat salah satu motivasi utama seseorang melakukan perjalanan adalah keinginan untuk menyaksikan secara langsung gaya hidup dan kebudayaan masyarakat setempat. Modal sosial yang dimiliki suatu destinasi wisata dapat diberdayakan sebagai pusat daya tarik yang efektif dalam mendorong wisatawan untuk kembali mengunjungi objek wisata tersebut.

Witt dan Moutinho menyatakan bahwa atraksi wisata atau destinasi wisata merupakan faktor motivasional utama yang mendorong wisatawan dalam melakukan kegiatan perjalanan wisata. Sejalan dengan pandangan tersebut, Suwena dan Widyatmaja menegaskan bahwa atraksi merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan, sekaligus menjadi modal utama atau sumber daya kepariwisataan dalam pengembangan suatu destinasi.⁷¹

H1: Atraksi berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi.

⁷⁰Yusrini Kadafi, Hasudungan, *Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi Dan Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Wisatawan Generasi Z Berkunjung Kembali Ke Kota Tua Jakarta*, *Journal Of Tourism and Hospitality Horizon*, 1 (1), (2024), H. 54.

⁷¹Marta Vina Sefira, *Pengaruh Atraksi Budaya, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar*, *Repository UIN Imam Bonjol*, 32(4), (2023), H. 88.

2.7.2 Hubungan Aksesibilitas Wisata Terhadap Minat Kunjungan Ulang (*Revisit Intention*)

Aksesibilitas merupakan salah satu determinan utama yang memengaruhi tingkat kunjungan wisatawan ke suatu destinasi. Ketersediaan akses yang memadai tidak hanya memudahkan wisatawan dalam menjangkau lokasi wisata, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan ketertarikan serta minat kunjungan wisatawan. Dengan demikian, kualitas aksesibilitas memiliki peran strategis dalam mendukung perkembangan pariwisata di suatu wilayah.⁷²

Aksesibilitas mencakup keberadaan sarana transportasi dan infrastruktur pendukung yang menghubungkan wisatawan dengan destinasi wisata. Apabila akses menuju lokasi wisata tersedia dengan baik, aman, dan mudah dijangkau, maka peluang wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali akan semakin besar. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan mobilitas menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman berwisata yang positif.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Iranita dan Alamsyah serta Dita dan Zaini yang menyimpulkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa semakin baik kualitas aksesibilitas suatu destinasi, maka semakin tinggi kecenderungan wisatawan untuk kembali berkunjung.⁷³

H2: Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi.

⁷²Gustina Afriani, dkk. *Pengaruh Atraksi Wisata Dan Keamanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Parangtritis, Pringgitan 5 (2)*, (2025), H. 129.

⁷³Iranita, & Alamsyah. *Pengaruh Citra dan Aksesibilitas Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan ke Wisata Bahari Desa Benan, Jurnal Bahtera Inovasi, 2 (2)*, (2019), H. 24.

2.7.3 Hubungan Amenitas Wisata Terhadap Minat Kunjungan Ulang (*Revisit Intention*)

Amenitas dapat dimaknai sebagai seluruh fasilitas dan layanan pendukung yang disediakan oleh pengelola destinasi serta dikelola dengan standar kebersihan dan kelayakan guna menunjang kenyamanan wisatawan selama melakukan aktivitas wisata. Keberadaan fasilitas tersebut berperan sebagai elemen pendukung yang menentukan keputusan wisatawan dalam memilih suatu destinasi, sekaligus memengaruhi kecenderungan mereka untuk melakukan kunjungan ulang.⁷⁴

Upaya peningkatan, dukungan operasional, serta pemeliharaan fasilitas, termasuk keberadaan kantor layanan dan pusat informasi, merupakan aspek krusial dalam pengelolaan destinasi wisata. Hal ini menjadi tanggung jawab penting bagi pelaku industri pariwisata maupun otoritas publik. Pengelolaan fasilitas yang berorientasi pada kualitas, keberlanjutan, dan kebutuhan wisatawan akan menciptakan rasa aman serta kenyamanan selama kunjungan berlangsung. Kondisi tersebut secara tidak langsung berdampak pada efektivitas tata kelola dan pelayanan publik, karena tersedianya unit layanan yang responsif terhadap permasalahan wisatawan dapat mendorong peningkatan minat kunjungan ulang ke Istano Basa Pagaruyung.⁷⁵

Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Sari dan Suyuthie yang menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Hasil tersebut menegaskan bahwa tingkat

⁷⁴Gustina Afriani, dkk. *Pengaruh Atraksi Wisata Dan Keamanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Parangtritis*, *Jurnal Pringgitan*, 5 (2), (2024), H. 132.

⁷⁵Heni Nurhayati, Rukaiyah, & Nurmadhani Fitri Suyuthi, *Pengaruh Atraksi, Amenitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan Lokal (Studi Di 4 Destinasi Wisata Kabupaten Penajam Paser Utara)*, *Journal Of Management And Social Sciences (JIMAS)*, 3 (1), (2024), H. 6.

kemudahan dan kenyamanan yang dirasakan wisatawan berkontribusi dalam meningkatkan keinginan untuk melakukan kunjungan kembali. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kenyamanan yang ditawarkan oleh suatu destinasi wisata, maka semakin besar pula peluang terjadinya kunjungan ulang.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Nurbaeti et al. menunjukkan bahwa amenitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Pendapat serupa juga dikemukakan oleh Budiman Merpaung serta Dian Ariesta et al. yang menyatakan bahwa fasilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Hal ini mengindikasikan bahwa kelengkapan dan kualitas fasilitas, baik di dalam kawasan objek wisata maupun di lingkungan sekitarnya, menjadi faktor penting dalam meningkatkan loyalitas wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut.⁷⁶

H3: Amenitas berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi.

2.8 Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu merupakan kajian empiris yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan memiliki relevansi dengan penelitian yang sedang dilakukan, berfungsi sebagai rujukan konseptual dan metodologis, sehingga dapat membantu peneliti dalam merumuskan kerangka pemikiran, variabel penelitian, serta metode analisis yang digunakan. Meskipun model dan variabel penelitian memiliki kesamaan dengan studi sebelumnya, penelitian ini dibedakan oleh objek, lokasi, serta karakteristik subjek yang menjadi fokus analisis.

⁷⁶Nurbaeti, dkk. 2022. *Pengaruh Komponen 4A Pariwisata terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Telaga Biru Cisoka, Kabupaten Tangerang, Banten. Jurnal Kawistara*, 12 (3), (2022), H. 355.

Dengan demikian, penelitian terdahulu dijadikan sebagai dasar pendukung dalam memperkuat landasan teoritis dan empiris penelitian ini. Berikut disajikan ringkasan beberapa penelitian sebelumnya yang relevan, khususnya yang membahas atraksi, aksesibilitas, dan amenitas, atau variabel sejenis yang memiliki keterkaitan dengan penelitian penulis, baik dari aspek teori, subjek dan objek penelitian, maupun teknik analisis yang digunakan.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Komponen 4A Pariwisata (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Ancillary) Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Telaga Biru Cisoka, Kabupaten Tangerang, Banten, (Nurbaeti et al. 2022).	Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ancillary, Kepuasan, Minat Kunjung Kembali.	Kuantitatif Dengan Analisis Jalur Berbasis SmartPLS	Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Serta Minat Kunjung Ulang Wisatawan Milenial, Baik Secara Langsung maupun Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. Sementara Itu, Ancillary Tidak Menunjukkan Pengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan

				Maupun Minat Kunjung Kembali.
2	Pengaruh Atraksi Budaya, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Ke Objek Wisata Istano Basa pagaruyung Kabupaten Tanah Datar, (Marta Vina Sefira, 2019).	Atraksi Budaya, Amenitas, Aksesibilitas, Minat Berkunjung Ulang Wisatawan.	Kuantitatif Deskriptif	Atraksi Wisata, Amenitas Wisata, dan Aksesibilitas Berpengaruh Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan. Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Variabel Atraksi Wisata dan Amenitas Wisata Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Berkunjung, Sedangkan Aksesibilitas Memiliki Pengaruh Positif Namun Tidak Signifikan.
3	pengaruh Aksesibilitas dan Atraksi Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung pada Agro Eduwisata Organik Mulyaharja, Kota Bogor, (Laswati, 2024).	Aksesibilitas, Atraksi Wisata, Keputusan Berkunjung	Kuantitatif	Aksesibilitas Dan Atraksi Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Berkunjung, Baik Secara Parsial Maupun Simultan

4	Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta, Leylita N R, & Widayati E, (2018).	Aksesibilitas, Amenitas, Atraksi Wisata, Minat Kunjungan Wisatawan	Kuantitatif	Aksesibilitas Dan Amenitas Memiliki Pengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan, Sedangkan Atraksi Wisata Meskipun Bernilai Positif, Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Kunjungan.
5	Pengaruh Atraksi Budaya, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar, (Sefira 2019).	Atraksi Budaya, Amenitas, dan Aksesibilitas, Minat Berkunjung Ulang	Kuantitatif	Atraksi Budaya dan Amenitas Budaya Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Berkunjung, Sedangkan Aksesibilitas Memiliki Pengaruh Positif Namun Tidak Signifikan.
6	Pengaruh Atraksi, Amenitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan Lokal (Studi Di 4 Destinasi Wisata Kabupaten Penajam Paser	Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, Kunjungan Ulang Wisatawan	Kuantitatif	Atraksi dan Aksesibilitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan Lokal, Sementara

	Utara), Nurhayati H, dkk (2024).			Amenitas Tidak Berpengaruh Signifikan Secara Parsial.
--	--	--	--	---

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu, persamaan dan perbedaan penelitian dapat dijelaskan pada uraian berikut.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nurbaeti et al. (2022) dengan judul Pengaruh Komponen 4A Pariwisata (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan *Ancillary*) terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Telaga Biru Cisoka Kabupaten Tangerang Banten menggunakan variabel atraksi, aksesibilitas, amenitas, *ancillary*, kepuasan, dan minat kunjung kembali dengan pendekatan kuantitatif melalui analisis jalur berbasis SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi, aksesibilitas, dan amenitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan minat kunjung ulang, baik secara langsung maupun melalui kepuasan sebagai variabel mediasi, sementara *ancillary* tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada fokus objek dan konteks penelitian, di mana penelitian Nurbaeti et al. dilakukan pada destinasi wisata umum, sedangkan penelitian ini secara khusus mengkaji destinasi wisata halal di Provinsi Aceh tanpa menggunakan variabel intervening, sehingga menitikberatkan pada pengaruh langsung atraksi, aksesibilitas, dan amenitas terhadap minat revisitasi.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Marta Vina Sefira (2019) dengan judul Pengaruh Atraksi Budaya, Amenitas, dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar menggunakan variabel atraksi budaya, amenitas, aksesibilitas, dan minat berkunjung

ulang wisatawan dengan metode kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi budaya dan amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang wisatawan, sedangkan aksesibilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan. Persamaan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel atraksi, amenitas, dan aksesibilitas sebagai faktor yang memengaruhi minat atau keputusan wisatawan. Perbedaannya terletak pada objek penelitian dan jenis destinasi, di mana penelitian tersebut berfokus pada wisata budaya, sedangkan penelitian ini berfokus pada destinasi wisata halal di Provinsi Aceh yang memiliki karakteristik religius dan penerapan nilai syariah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Laswati (2024) dengan judul Pengaruh Aksesibilitas dan Atraksi Wisata terhadap Keputusan Berkunjung pada Agro Eduwisata Organik Mulyaharja Kota Bogor menggunakan variabel aksesibilitas, atraksi wisata, dan keputusan berkunjung dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas dan atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, baik secara parsial maupun simultan. Persamaan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel aksesibilitas dan atraksi wisata sebagai faktor yang memengaruhi keputusan atau minat wisatawan. Perbedaannya terletak pada variabel amenitas yang tidak diteliti serta konteks destinasi, di mana penelitian tersebut dilakukan pada agro eduwisata, sedangkan penelitian ini meneliti destinasi wisata halal dengan pendekatan nilai religius dan budaya lokal Aceh.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Leylita Novita Rossadi dan Endang Widayati (2018) dengan judul Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Atraksi Wisata terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Wahana Air Balong

Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta menggunakan variabel aksesibilitas, amenitas, atraksi wisata, dan minat kunjungan wisatawan dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas dan amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan, sedangkan atraksi wisata memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan. Persamaan penelitian ini terletak pada kesamaan variabel independen yang digunakan, yaitu aksesibilitas, amenitas, dan atraksi wisata. Perbedaannya terletak pada jenis destinasi dan karakteristik wisata, di mana penelitian tersebut dilakukan pada wahana wisata air bersifat umum, sedangkan penelitian ini difokuskan pada destinasi wisata halal dengan prinsip-prinsip syariah yang menjadi nilai pembeda utama.

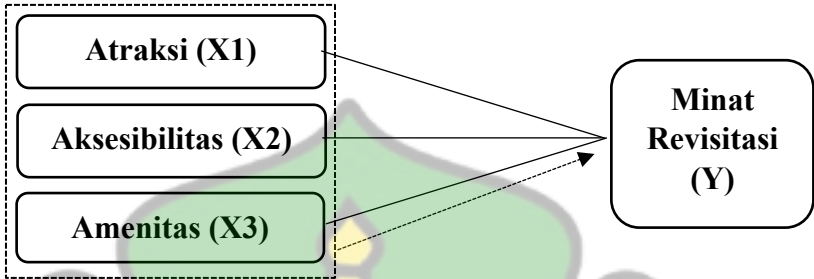
5. Penelitian yang dilakukan oleh Sefira (2019) dengan judul Pengaruh Atraksi Budaya, Amenitas, dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar menggunakan variabel atraksi budaya, amenitas, aksesibilitas, dan minat berkunjung ulang wisatawan dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi budaya dan amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang, sedangkan aksesibilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan. Persamaan penelitian ini terletak pada fokus kajian terhadap minat berkunjung ulang wisatawan. Perbedaannya terletak pada konteks wisata budaya Minangkabau yang menjadi objek penelitian, sedangkan penelitian ini mengkaji destinasi wisata halal di Provinsi Aceh yang menekankan integrasi nilai religius, budaya, dan pariwisata.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati H. et al. (2024) dengan judul Pengaruh Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan Lokal (Studi di 4 Destinasi Wisata Kabupaten Penajam Paser Utara) menggunakan variabel atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan kunjungan ulang wisatawan dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi dan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan ulang wisatawan lokal, sedangkan amenitas tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Persamaan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel atraksi, amenitas, dan aksesibilitas dalam menganalisis perilaku kunjungan ulang wisatawan. Perbedaannya terletak pada konteks wilayah dan konsep wisata, di mana penelitian tersebut dilakukan pada destinasi wisata lokal non-halal, sedangkan penelitian ini berfokus pada destinasi wisata halal di Provinsi Aceh dengan karakteristik syariah yang kuat.

2.9 Kerangka Penelitian

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan sistematis mengenai alur pemikiran penelitian, penulis menyusunnya dalam sebuah kerangka pemikiran. Kerangka ini dibangun berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan, sehingga mampu menjelaskan hubungan antarvariabel secara logis. Melalui kerangka pemikiran tersebut, arah analisis serta hubungan sebab-akibat antarvariabel dalam penelitian ini dapat dipahami dengan lebih terstruktur. Oleh karena itu, kerangka pemikiran penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Penelitian



Sumber: Data diolah berdasarkan teori konseptual alur riset (2025)

Keterangan:

X1, X2, X3 = Variabel Independen

Y = Variabel Dependen

Arah Panah = Hubungan



Pengaruh Secara Spasial



Pengaruh Secara Simultan

2.10 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang dirumuskan untuk menjawab permasalahan penelitian berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Hipotesis disebut bersifat sementara karena kesimpulan yang dikemukakan masih bertumpu pada landasan teori yang relevan, belum didukung oleh bukti empiris yang diperoleh melalui proses pengumpulan dan pengolahan data. Dengan demikian, hipotesis dapat dipahami sebagai jawaban teoritis atas permasalahan penelitian yang kebenarannya masih perlu diuji dan dibuktikan secara ilmiah melalui penelitian lapangan. Berdasarkan kajian teori dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- H1:** Atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat revisitasi destinasi wisata halal di provinsi aceh
- H2:** Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat revisitasi destinasi wisata halal di provinsi aceh
- H3:** Amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat revisitasi destinasi wisata halal di provinsi aceh
- H4:** Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat revisitasi destinasi wisata halal di provinsi aceh



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, dengan data yang bersifat numerik yang dianalisis menggunakan metode statistik. Pendekatan kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu melalui pengumpulan data dengan instrumen penelitian yang terstruktur, dengan tujuan utama menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2012). Berdasarkan sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif-analitis, yakni menyajikan data yang diperoleh di lapangan dan menganalisisnya berdasarkan landasan teori yang relevan. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan asosiatif, dengan tujuan untuk mengidentifikasi hubungan serta pengaruh sebab-akibat antarvariabel yang diteliti.⁷⁷

Pendekatan kuantitatif dipilih karena fokus penelitian diarahkan pada pengukuran yang objektif dan terstruktur, dengan menggunakan instrumen kuesioner serta pengolahan data statistik melalui bantuan perangkat lunak seperti SPSS, sehingga hasil penelitian diharapkan valid dan dapat digeneralisasikan.

3.2 Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama penelitian. Menurut Sugiyono (2016), data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumbernya, sehingga data tersebut bersifat aktual dan relevan dengan tujuan penelitian.

⁷⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D*, (CV. Alfabeta: Bandung, 2017).

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden, yang dilengkapi dengan wawancara langsung kepada pihak-pihak terkait dengan objek penelitian. Dengan demikian, sumber data penelitian berasal dari responden yang memberikan tanggapan dan jawaban atas pernyataan-pernyataan dalam kuesioner, yang telah dirancang berdasarkan variabel-variabel penelitian.

3.3 Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian didefinisikan sebagai keseluruhan elemen penelitian yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, populasi dimaknai sebagai seluruh kelompok individu yang memiliki kesesuaian karakteristik dengan fokus kajian yang diteliti. Penetapan karakteristik populasi dilakukan secara sistematis guna memperoleh gambaran yang komprehensif serta menghasilkan temuan penelitian yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Sehubungan dengan itu, populasi penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Aceh, dengan cakupan wilayah penelitian difokuskan pada Kota Banda Aceh dan Kota Sabang sebagai destinasi utama yang mewakili karakteristik wisata halal di Aceh.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi penelitian dan memiliki karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian. Pemilihan sampel dilakukan dengan mempertimbangkan keterwakilan dan kesesuaian terhadap fenomena yang diteliti, sehingga data yang diperoleh mampu mencerminkan kondisi populasi secara akurat. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu salah satu metode *non-*

probabilitas yang memilih responden berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Mengingat populasi tidak dapat diketahui secara pasti, penentuan jumlah sampel dilakukan dengan mengacu pada rumus *Cochran* untuk memperoleh jumlah sampel minimum yang representatif. Penggunaan rumus ini diharapkan mampu menghasilkan ukuran sampel yang representatif sehingga mendukung keandalan hasil penelitian.

Mengingat jumlah populasi tidak dapat ditentukan secara pasti, maka penetapan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Cochran* sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2017):⁷⁸

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2}$$

$$n_0 = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n_0 = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.0025}$$

$$n_0 = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n_0 = 384.16$$

⁷⁸Febriyani Eka Supriati, dkk. *Application Of The Cochran-Orcutt Method In Analyzing The Impact Of Water Quality Dynamic On The Growth Of Vannamei Shrimp (Litopenaeus Vannamei)*, Jurnal Statistika, 12 (2), (2024), H. 35-46.

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang diperlukan

Z^2 : Harga dalam kurve normal untuk simpanan 5%, dengan nilai =1,96

p : Peluang Benar 50% = 0,5

q : Peluang Salah 50% = 0,5

e : Tingkat Kesalahan Sampel (*sampling error*), dalam penelitian ini menggunakan 10%

Sehingga jumlah sampel akhir yang dihasilkan adalah:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{(n_0 - 1)}{N}}$$

$$n = \frac{384.16}{1 + \frac{(384.16 - 1)}{1469}}$$

$$n = \frac{384.16}{1 + \frac{383.16}{1469}}$$

$$n = \frac{384.16}{1 + 0.2608}$$

$$n = \frac{384.16}{1.2608}$$

$$n = 304.7$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel minimum yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebesar 304.7 responden. Namun, guna meningkatkan tingkat akurasi dan keandalan hasil penelitian, jumlah sampel yang digunakan dibulatkan menjadi 305 responden.

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2015), operasionalisasi variabel merupakan proses penjabaran suatu variabel ke dalam bentuk yang dapat diamati dan diukur, sehingga variasi nilai dari objek penelitian dapat dianalisis secara sistematis dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, variabel yang dikaji terdiri atas Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas sebagai variabel independen, serta Minat Revisitasi Wisata sebagai variabel dependen.

Penyusunan operasionalisasi variabel memiliki peran penting karena menjadi dasar dalam menentukan konsep, indikator, serta alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Dengan adanya operasionalisasi variabel yang jelas dan terukur, peneliti dapat meminimalkan perbedaan persepsi, sekaligus mempermudah proses analisis hubungan antarvariabel secara ilmiah dan objektif.

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini bertujuan untuk menerjemahkan konsep teoretis ke dalam bentuk yang dapat diukur secara empiris. Proses ini mencakup penjelasan mengenai variabel penelitian, definisi konseptual, indikator pengukuran, serta skala pengukuran yang digunakan. Indikator-indikator tersebut dikembangkan berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, kemudian disusun dalam bentuk pertanyaan dan pernyataan yang relevan dengan tujuan penelitian.

Pengukuran variabel, khususnya yang berkaitan dengan sikap dan persepsi responden, menggunakan skala *Likert* sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2019). Skala ini memungkinkan responden memberikan penilaian secara bertingkat terhadap setiap pernyataan, sehingga data yang diperoleh bersifat kuantitatif dan dapat dianalisis secara sistematis.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Deskripsi	Indikator
1	Atraksi (X1)	<p>Atraksi Merupakan Daya Tarik utama suatu destinasi wisata yang mendorong wisatawan untuk berkunjung, baik berupa keindahan alam, budaya, religi, sejarah, maupun atraksi buatan yang memberikan pengalaman unik dan bernilai bagi wisatawan.</p> <p>Faoziyah F, (2022)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Something to see</i>, yaitu segala sesuatu yang dapat disaksikan oleh wisatawan. 2. <i>Something to do</i>, yakni berbagai aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan selama berada di destinasi wisata. 3. <i>Something to buy</i>, yaitu ketersediaan produk atau cenderamata khas destinasi yang dapat dibeli oleh wisatawan sebagai bentuk kenang-kenangan.
2	Aksesibiliti (X2)	<p>Aksesibilitas adalah tingkat kemudahan wisatawan dalam mencapai dan berpindah di dalam destinasi wisata, yang mencakup kondisi dan ketersediaan sarana transportasi, jaringan jalan, petunjuk arah, serta keterjangkauan lokasi destinasi.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan mencapai 2. Kenyamanan 3. Keamanan 4. Kelancaran

		Isdarmanto, 2017)	
3	Amenitas (X3)	Amenitas merujuk pada berbagai fasilitas pendukung yang tersedia di destinasi wisata untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan wisatawan, seperti akomodasi, restoran, fasilitas umum, sarana ibadah, kebersihan, dan layanan pendukung lainnya. (Sefira, 2023)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Restoran 2. Toilet umum 3. Rest area 4. Toko souvenir 5. Tempat parkir 6. Tempat ibadah
4	Minat Revisitasi (Y)	Minat revisitasi adalah kecenderungan atau keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali ke suatu destinasi wisata di masa mendatang, yang dipengaruhi oleh pengalaman berwisata, tingkat kepuasan, serta persepsi terhadap kualitas destinasi. (Surya &	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif

		Bustamam, 2021)	
--	--	----------------------------	--

Sumber: Data diolah (2025)

3.5 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan Skala *Likert* sebagai alat ukur dalam pengumpulan data. Skala *Likert* merupakan salah satu teknik pengukuran yang paling umum digunakan dalam penelitian berbasis survei, khususnya pada kajian sosial dan perilaku, karena efektif dalam mengukur sikap, persepsi, dan pendapat individu terhadap suatu fenomena tertentu. Melalui skala ini, responden diberi kesempatan untuk mengekspresikan tingkat persetujuan atau penolakan terhadap pernyataan yang disusun oleh peneliti.

Instrumen Skala *Likert* disusun dalam bentuk pernyataan-pernyataan terstruktur yang kemudian diberi bobot nilai untuk menghasilkan skor tertentu, sehingga dapat merepresentasikan karakteristik responden seperti sikap, pemahaman, dan kecenderungan perilaku. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengubah persepsi subjektif menjadi data kuantitatif yang dapat dianalisis secara statistik.

Dalam penelitian ini, responden diminta untuk memilih satu dari lima kategori jawaban pada setiap pernyataan yang diajukan, dengan rentang skor mulai dari 5 (sangat setuju) hingga 1 (sangat tidak setuju). Penggunaan skala lima tingkat ini bertujuan untuk memperoleh variasi jawaban yang lebih akurat dan mencerminkan intensitas penilaian responden secara proporsional. Struktur Skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

No	Inisial	Keterangan	Bobot
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah (2025)

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam proses penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data yang diperlukan sebagai dasar dalam pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Data yang terkumpul melalui teknik ini selanjutnya dianalisis untuk menjawab permasalahan penelitian secara objektif dan sistematis.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data diklasifikasikan sebagai penelitian survei, yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang dirancang dan dikelola secara mandiri oleh peneliti. Penggunaan teknik survei dipilih karena dinilai efisien, baik dari segi waktu pelaksanaan maupun biaya dan tenaga yang dibutuhkan, tanpa mengurangi kualitas data yang diperoleh.

Dengan demikian, teknik pengumpulan data menjadi langkah strategis bagi peneliti dalam memperoleh informasi yang relevan, akurat, dan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga mampu mendukung proses analisis dan penarikan kesimpulan secara ilmiah.⁷⁹

⁷⁹Marta Vina Sefira, *Pengaruh Atraksi Budaya, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar*, *Repository UIN Imam Bonjol*, 32(4), (2023), H. 101.

3.6.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menyampaikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh jawaban yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengumpulkan data secara langsung dari subjek penelitian.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan secara langsung di lapangan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden yang telah memenuhi kriteria penelitian. Peneliti menyusun daftar pertanyaan secara sistematis dan terstruktur untuk diajukan kepada wisatawan yang sedang melakukan kunjungan di Provinsi Aceh, khususnya di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang, sehingga data yang diperoleh relevan dengan fokus penelitian.

3.7 Teknik Analisa Data

Setelah seluruh tahapan pengumpulan data diselesaikan, langkah berikutnya dalam penelitian ini adalah melakukan analisis data. Proses analisis data dilaksanakan dengan menerapkan metode statistik yang relevan dan selaras dengan tujuan penelitian, sehingga data yang diperoleh dapat diolah, dianalisis, serta diinterpretasikan secara tepat dan objektif. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda sebagai metode analisis kuantitatif untuk mengkaji hubungan linier secara simultan antara beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengukur kekuatan hubungan serta mengetahui arah dan besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini sejalan dengan pendapat Ghozali (2015) yang menyatakan bahwa analisis regresi digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan arah hubungan antara variabel dependen dan

variabel independen. Oleh karena itu, model regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk persamaan sebagai berikut: ⁸⁰

Persamaan model regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (minat revisitasi wisata)

X₁ = Variabel independen (atraksi)

X₂ = Variabel independen (aksesibilitas)

X₃ = Variabel independen (amenitas)

α = Konstanta.

β = Koefisien regresi (*slope*), yang menunjukkan besarnya perubahan variabel dependen akibat perubahan variabel independen.

3.7.1 Uji Validitas

Instrumen penelitian yang valid merupakan alat ukur yang mampu mengumpulkan data secara tepat dan konsisten sesuai dengan tujuan penelitian. Validitas menunjukkan tingkat ketepatan suatu instrumen dalam mengukur konstruk atau konsep yang hendak diteliti. Suatu instrumen dikatakan valid apabila memiliki kemampuan yang memadai dalam merepresentasikan dan mengukur konsep penelitian secara akurat. Sebaliknya, tingkat validitas yang rendah mengindikasikan bahwa instrumen tersebut belum mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara optimal.

⁸⁰Ningsih, *Pengaruh Penggunaan Artificial Intelligence (Ai), Digital Marketing Dan Celebrity Endorsement Terhadap Perkembangan Bisnis (E-Commerce) Dengan Pengalaman Usaha Sebagai Variabel Moderasi Di Provinsi Aceh, Repository Uin Ar-Raniry*, 2 (2), (2024), H. 196–206.

Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada derajat kebebasan (df) = $n-2$, di mana n merupakan jumlah sampel penelitian. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan melalui analisis butir (*item analysis*) dengan menggunakan jumlah sampel (n) tertentu dan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan valid apabila seluruh butir pernyataan memenuhi kriteria pengujian validitas yang telah ditetapkan.

3.7.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan prosedur yang digunakan untuk menilai tingkat keandalan instrumen penelitian, khususnya kuesioner, dalam mengukur variabel yang diteliti. Keandalan instrumen menunjukkan bahwa data yang dihasilkan relatif bebas dari bias dan kesalahan pengukuran, sehingga mampu menunjukkan tingkat konsistensi dan kestabilan yang tinggi, baik dalam perbandingan antar item maupun pada pengukuran yang dilakukan pada periode berbeda.

Suatu kuesioner dinyatakan reliabel apabila responden memberikan jawaban yang relatif konsisten terhadap pernyataan yang diajukan. Dengan kata lain, reliabilitas mencerminkan kemampuan instrumen untuk menghasilkan pengukuran yang dapat diulang dengan tingkat kestabilan yang memadai. Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan terdiri atas lima kategori dengan interval yang seragam.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* (α). Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* hitung lebih besar dari 0,5, yang menunjukkan bahwa variabel

yang diukur memiliki tingkat konsistensi internal yang dapat dipercaya.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai kesesuaian model regresi dengan data yang digunakan dalam penelitian. Sebelum analisis regresi dilaksanakan, data penelitian perlu terlebih dahulu diuji berdasarkan asumsi-asumsi klasik yang mendasari model regresi agar hasil analisis yang diperoleh bersifat valid dan dapat diinterpretasikan secara tepat.

Model regresi yang baik harus memenuhi beberapa kriteria statistik, yaitu terbebas dari permasalahan multikolinearitas dan heteroskedastisitas, serta memiliki data yang berdistribusi normal. Oleh karena itu, pengujian terhadap kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik dilakukan melalui beberapa tahapan pengujian sebagai berikut:

3.7.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal, yang merupakan salah satu prasyarat utama dalam penerapan analisis regresi dan uji statistik parametrik. Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa variabel dependen maupun independen dalam model regresi linier memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal, sehingga model regresi yang diperoleh dapat dianggap layak dan memenuhi asumsi statistik.

Dalam penelitian ini, pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *Jarque-Bera*, yang digunakan untuk mengidentifikasi apakah data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas ini

ditentukan berdasarkan nilai probabilitas, di mana data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, sedangkan apabila nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

3.7.3.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan kondisi di mana terdapat hubungan yang kuat atau ketergantungan yang tinggi antarvariabel independen dalam suatu model regresi, baik secara langsung maupun akibat pengaruh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mendeteksi adanya korelasi yang signifikan di antara variabel-variabel independen, karena kondisi tersebut dapat memengaruhi ketepatan estimasi koefisien regresi.

Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi yang kuat antarvariabel independen. Suatu model regresi dinyatakan terbebas dari masalah multikolinieritas apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,01. Selain itu, multikolinieritas dianggap tidak terjadi apabila tingkat korelasi antarvariabel independen berada pada kategori lemah dan tidak signifikan, yaitu di bawah 0,05.

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi linier, karena kondisi tersebut dapat memengaruhi ketepatan dan validitas hasil estimasi. Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser*, yaitu dengan menganalisis nilai

ObsR-squared atau probabilitas *Chi-Square*. Model regresi dinyatakan tidak mengandung masalah heteroskedastisitas apabila nilai *ObsR-squared* atau probabilitas *Chi-Square* lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu $\alpha = 0,05$. Dengan terpenuhinya kriteria tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi linier yang digunakan terbebas dari masalah heteroskedastisitas.⁸¹

3.7.4 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linier yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian. Hipotesis merupakan dugaan sementara yang disusun berdasarkan landasan teori dan dirumuskan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji secara empiris. Melalui pengujian hipotesis, dapat diketahui apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Atraksi berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi.

H₀: Atraksi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi.

H₂: Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi.

H₀: Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi.

⁸¹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015), hlm. 154.

H₃: Amenitas berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi.

H₀: Amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi.

H₄: Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi.

H₀: Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi.

3.7.4.1 Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Koefisien determinasi (*R-Square*) digunakan dalam analisis regresi linier untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai *R-Square* menunjukkan proporsi variansi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi dan diperoleh dari kuadrat koefisien korelasi (*R*). Meskipun demikian, nilai *R-Square* cenderung meningkat seiring dengan penambahan variabel independen, sehingga berpotensi menimbulkan bias apabila tidak disertai pertimbangan teoritis yang memadai.

Secara umum, semakin mendekati nilai 1, semakin baik kemampuan model regresi dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Model regresi yang baik ditandai dengan nilai residual yang rendah, yang menunjukkan bahwa variasi variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen secara signifikan pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$.

3.7.4.1.1 Uji t

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial dalam menjelaskan

variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2012). Melalui uji ini, dapat dianalisis pengaruh individual variabel atraksi (X_1), aksesibilitas (X_2), dan amenitas (X_3) terhadap minat revisitasi wisata (Y) (Ghozali, 2009).

Pengujian hipotesis parsial dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Hipotesis alternatif (H_a) diterima apabila nilai t *hitung* lebih besar dari nilai t *tabel*.
2. Hipotesis alternatif (H_a) ditolak apabila nilai t *hitung* lebih kecil dari nilai t *tabel*.

3.7.4.1.2 Uji F

Menurut Ghozali (2018), uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sekaligus untuk menilai kelayakan model regresi yang digunakan. Pengujian ini dilakukan pada tingkat signifikansi α sebesar 5%. Model regresi dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya apabila nilai signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05, sedangkan apabila nilai signifikansi uji F lebih besar dari 0,05 maka model dinyatakan tidak layak.

Prosedur pengujian uji F dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. Merumuskan hipotesis, di mana H_0 menyatakan bahwa secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas terhadap Minat revisitasi wisata, sedangkan H_a menyatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas terhadap Minat revisitasi wisata.
2. Menetapkan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05); dan (3) membandingkan nilai signifikansi uji F

dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan, di mana H_0 ditolak dan H_a diterima apabila nilai signifikansi uji $F < 0,05$, serta H_0 diterima dan H_a ditolak apabila nilai signifikansi uji $F > 0,05$.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam perkembangan masyarakat modern, sektor pariwisata telah menjadi salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi pemerintah daerah maupun masyarakat lokal, baik secara langsung maupun tidak langsung. Keberadaan sektor pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan daerah, tetapi juga berperan dalam mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi, khususnya di wilayah-wilayah yang memiliki potensi sumber daya alam dan budaya untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata.⁸²

Keberhasilan Pengembangan kawasan pariwisata dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kondisi geografis wilayah serta tingkat komitmen pemerintah daerah dalam merumuskan dan melaksanakan kebijakan pembangunan pariwisata. Dalam konteks tersebut, pengembangan sumber daya manusia menjadi faktor yang sangat penting. Peningkatan kualitas dan kapasitas sumber daya manusia diperlukan untuk mendukung pembangunan ekonomi melalui peningkatan produktivitas, terutama dalam sektor pariwisata yang menuntut profesionalisme, kompetensi, dan kualitas pelayanan yang optimal.

Suatu perjalanan dapat dikategorikan sebagai perjalanan wisata apabila dilakukan ke luar wilayah asal dengan tujuan memperoleh pengalaman tertentu yang memiliki karakteristik khusus. Karakteristik tersebut meliputi perbedaan kondisi dengan daerah asal, nilai historis yang melekat pada objek wisata, serta daya tarik yang mampu memberikan pengalaman

⁸²Zalikhha, *Peluang Dan Tantangan Pelaksanaan Wisata Di Kota Sabang*, *Jurnal Al Bayan*, 21 (31), (2015), H. 90-107.

positif dan kepuasan bagi wisatawan. Berdasarkan karakteristik destinasi yang dikunjungi, wisatawan secara umum diklasifikasikan ke dalam dua kelompok, yaitu wisatawan domestik yang melakukan perjalanan di dalam wilayah negara sendiri dan wisatawan internasional yang melakukan perjalanan ke luar negeri.⁸³

4.1.1 Profil Wilayah Kota Banda Aceh

Kota Banda Aceh merupakan salah satu kota tertua di Indonesia yang memiliki keterkaitan erat dengan sejarah kejayaan Kesultanan Aceh Darussalam. Pada masa pemerintahan kesultanan, kota ini dikenal dengan sebutan Bandar Aceh Darussalam. Secara historis, Kota Banda Aceh didirikan oleh Sultan Johan Syah pada hari Jumat, 1 Ramadhan 601 H, yang bertepatan dengan 22 April 1205 M. Hingga saat ini, usia Kota Banda Aceh telah mencapai 820 tahun, menjadikannya sebagai salah satu kota Islam tertua di kawasan Asia Tenggara.

Secara astronomis, Kota Banda Aceh terletak pada koordinat 05°16'15"–05°36'16" Lintang Utara dan 95°16'15"–95°22'35" Bujur Timur, dengan ketinggian rata-rata sekitar 0,80 meter di atas permukaan laut. Kondisi tersebut menunjukkan karakteristik geografis Banda Aceh sebagai wilayah dataran rendah yang berada di ujung barat Indonesia serta berbatasan langsung dengan perairan Selat Malaka dan Samudra Hindia. Letak geografis yang strategis ini menjadikan Banda Aceh memiliki peran penting sebagai pintu gerbang aktivitas perdagangan, pariwisata, dan transportasi maritim di kawasan barat Nusantara.⁸⁴ Dengan luas wilayah sekitar 61,36 km², Kota Banda Aceh

⁸³ *Ibid*, H. 108.

⁸⁴ Pemerintah Kota Banda Aceh, Profil Kota Banda Aceh Meliputi: Sejarah, Demografi, Kecamatan & Gampong, di akses pada tanggal 19 Oktober 2024, dari <https://bandaacehkota.go.id/>

berbatasan langsung dengan Kabupaten Aceh Besar di sisi selatan dan timur. Selain itu, kota ini beriklim tropis dengan suhu rata-rata harian berkisar antara 25-32°C dan tingkat curah hujan yang relatif tinggi, terutama pada periode September hingga Desember, sehingga mendukung keberlangsungan aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat.⁸⁵

Dalam perkembangan sejarahnya, Kota Banda Aceh memegang peranan strategis dalam proses penyebaran agama Islam di wilayah Nusantara. Peran tersebut menjadikan Banda Aceh tidak hanya sebagai pusat kegiatan keagamaan, tetapi juga sebagai simbol peradaban Islam di wilayah barat Indonesia. Julukan Serambi Mekkah yang melekat pada Kota Banda Aceh mencerminkan posisinya sebagai pintu gerbang penyebaran Islam sekaligus pusat aktivitas keislaman di tingkat regional.

Pada masa kejayaannya, Banda Aceh Darussalam berkembang sebagai kota regional yang berfungsi sebagai pusat pendidikan Islam dan perdagangan internasional. Keberadaan lembaga pendidikan Islam menarik kedatangan pelajar dari berbagai wilayah, seperti Timur Tengah dan India, sementara aktivitas perdagangan menjadikan kota ini ramai dikunjungi pedagang dari kawasan Arab, Turki, Tiongkok, Eropa, dan India. Puncak kejayaan Kesultanan Aceh Darussalam terjadi pada masa pemerintahan Sultan Iskandar Muda (1607-1636), yang dikenal sebagai tokoh sentral dalam sejarah Aceh.⁸⁶

Dari sisi administratif, Pada masa awal pembentukannya, Kota Banda Aceh hanya terdiri dari dua kecamatan, yakni Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan

⁸⁵ Nurlaila N, *Tradisi Dan Budaya Toleransi Dalam Tinjauan Sejarah Di Aceh, Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama*, 2 (2), (2022), H. 116.

⁸⁶ Rusdi Sufi, dkk. *Sejarah Kotamadya Banda Aceh*, Balai Kajian Sejarah Dan Nilai Tradisional Banda Aceh, (Banda Aceh: Balai Kajian sejarah dan Nilai Tradisional, 1997), H. 70.

Baiturrahman, dengan luas wilayah sekitar 11,08 km². Seiring dengan perkembangan kota, wilayah Banda Aceh mengalami perluasan menjadi 61,36 km² yang terbagi menjadi empat kecamatan, sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 1983. Selanjutnya, melalui Peraturan Daerah Kota Banda Aceh Nomor 8 Tahun 2000, wilayah administrasi kembali dimekarkan menjadi sembilan kecamatan. Hingga Desember 2014, secara administratif Kota Banda Aceh terdiri dari 9 kecamatan, 17 kemukiman, dan 90 gampong, sesuai ketentuan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh.

Berdasarkan karakteristik sejarah, religius, dan budaya tersebut, Kota Banda Aceh memiliki potensi pariwisata yang kuat. Identitas kota sebagai pusat penyebaran Islam di Nusantara serta citra Serambi Mekkah membentuk daya tarik destinasi yang khas, khususnya bagi wisatawan yang memiliki minat terhadap wisata religi dan wisata sejarah. Keberadaan situs-situs bersejarah, objek wisata religi, serta kehidupan masyarakat yang masih menjunjung tinggi nilai-nilai Islam memberikan pengalaman wisata yang autentik.⁸⁷

Ditinjau dari aspek ekonomi, Kota Banda Aceh mengandalkan sektor perdagangan, jasa, perikanan, dan pariwisata sebagai sektor unggulan dalam mendukung perekonomian daerah. Letak geografis yang strategis menjadikan kota ini sebagai gerbang utama menuju Pulau Weh (Sabang), yang dikenal sebagai salah satu destinasi wisata bahari unggulan di Indonesia. Keberadaan Masjid Raya Baiturrahman serta berbagai situs peninggalan sejarah Kesultanan Aceh Darussalam memperkuat posisi Banda Aceh sebagai destinasi wisata religi dan sejarah yang memiliki daya tarik tinggi bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Sinergi antara potensi alam, nilai-

⁸⁷ *Ibid*, H. 71.

nilai keislaman, dan warisan sejarah membentuk karakteristik Banda Aceh sebagai kota yang memiliki keunggulan komparatif dari sisi budaya dan ekonomi. Sebagai kota madani yang menerapkan syariat Islam secara menyeluruh, Banda Aceh terus diarahkan menjadi model pengelolaan perkotaan yang berkelanjutan dan modern tanpa mengesampingkan nilai-nilai agama serta kearifan lokal. Dengan demikian, Kota Banda Aceh memiliki peran strategis sebagai representasi integrasi antara sejarah, budaya, dan pembangunan modern di Indonesia.⁸⁸

Kondisi tersebut berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik destinasi serta minat berkunjung wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Selain itu, dukungan tata kelola wilayah dan infrastruktur perkotaan yang relatif memadai turut menunjang aksesibilitas dan kenyamanan wisatawan dalam mengunjungi berbagai destinasi wisata di Kota Banda Aceh turut memperkuat posisinya sebagai salah satu tujuan wisata utama di Provinsi Aceh.⁸⁹

4.1.2 Profil Wilayah Kota Sabang

Kota Sabang merupakan daerah yang terletak di ujung paling barat Negara Kesatuan Republik Indonesia. Secara geografis, Kota Sabang berada pada koordinat 95°13'02"–95°22'36" Bujur Timur dan 5°46'28"–5°54'28" Lintang Utara. Wilayah ini berbatasan dengan Selat Malaka di bagian utara dan timur, Selat Benggala di bagian selatan, serta Samudra Hindia di bagian barat. Letak geografis dan geopolitik tersebut menempatkan Kota Sabang pada posisi yang sangat strategis, karena berada pada jalur pelayaran

⁸⁸Pemerintah Kota Banda Aceh, *Profil Kota Banda Aceh Meliputi: Sejarah, Demografi, Kecamatan & Gampong*, di akses pada tanggal 19 Oktober 2024, dari <https://bandaacehkota.go.id/>

⁸⁹ *Ibid.*

internasional dan berdekatan dengan sejumlah negara di kawasan Asia Selatan dan Asia Tenggara, seperti India, Malaysia, dan Thailand. Posisi strategis ini memberikan nilai tambah bagi pengembangan pariwisata, khususnya dalam menarik wisatawan mancanegara yang datang melalui jalur laut dan udara.⁹⁰

Kota Sabang dikenal luas dengan julukan Nol Kilometer Indonesia, yang memiliki daya tarik simbolik dan geografis sebagai penanda batas wilayah barat Indonesia. Selain itu, Kota Sabang juga dikenal memiliki panorama alam yang indah serta kawasan taman laut yang mempesona. Keberadaan Pulau Rubiah sebagai salah satu kawasan taman laut unggulan, yang kerap disebut sebagai salah satu taman laut terbaik di Indonesia setelah Bunaken di Sulawesi Utara, menjadi magnet utama bagi wisatawan, khususnya pecinta wisata bahari. Kondisi tersebut menjadikan Kota Sabang sebagai salah satu destinasi wisata utama di Provinsi Aceh yang diminati oleh wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.⁹¹

Secara administratif dan fisik, Kota Sabang terdiri dari lima pulau utama, yakni Pulau Weh, Pulau Klah, Pulau Rubiah, Pulau Seulako, dan Pulau Rondo, disertai gugusan pulau karang di kawasan Pantee. Pulau Weh menjadi pulau terbesar sekaligus pusat permukiman dan pemerintahan, sementara Pulau Rondo menempati posisi sebagai salah satu pulau terluar Indonesia, berjarak sekitar 15,6 km dari Pulau Weh. Luas daratan Kota Sabang mencapai sekitar 153 km², dengan wilayah perairan yang jauh lebih luas dibandingkan daratan. Secara administratif, kota ini terbagi

⁹⁰Muhammad Yunizar, *Analisis Potensi Pariwisata Halal Bagi Kesejahteraan Pelaku Umkm Di Kota Sabang*, Repository Ar-Raniry, (2022), H. 115.

⁹¹Zalikhha, *Peluang Dan Tantangan Pelaksanaan Wisata Di Kota Sabang*, Jurnal Al-Bayan, 21 (1), (2015), H. 56.

menjadi tiga kecamatan yaitu Sukajaya, Sukakarya, dan Sukamakmue, yang mencakup 18 gampong. Karakteristik wilayah kepulauan ini memberikan keunikan tersendiri yang mendukung pengembangan pariwisata berbasis alam dan bahari.⁹²

Secara historis, sejak masa kolonial Belanda, Kota Sabang telah berperan sebagai jalur strategis perdagangan dan pelayaran internasional karena posisinya di pintu masuk Selat Malaka, salah satu jalur pelayaran tersibuk di dunia. Setiap tahunnya, kawasan perairan Sabang dilalui oleh puluhan ribu kapal niaga internasional. Selain itu, kedalaman alami Pelabuhan Sabang yang mencapai sekitar 22 meter menjadikan wilayah ini potensial untuk disinggahi kapal-kapal berukuran besar. Kondisi ini turut membuka peluang pengembangan wisata bahari dan wisata kapal pesiar (*cruise tourism*), yang berpotensi meningkatkan kunjungan wisatawan asing.

Pada tahun 2000, pemerintah menetapkan Kota Sabang sebagai Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas melalui Undang-Undang Nomor 37 Tahun 2000. Meskipun memiliki peran strategis dalam perdagangan, sektor pariwisata justru berkembang sebagai sektor unggulan yang memberikan kontribusi signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Perkembangan pariwisata, khususnya wisata bahari, terbukti menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan perekonomian daerah serta menarik arus kunjungan wisatawan secara berkelanjutan.

Kota Sabang memiliki beragam potensi wisata yang menonjolkan wisata alam dan bahari, antara lain Pantai Iboih, Pantai Sumur Tiga, Pantai Pasir Putih, Pantai Anoi Itam, Pantai Kasih, Danau Aneuk Laot, sumber air panas di Gunung Jaboi, benteng-benteng peninggalan Perang Dunia

⁹² *Ibid*, H. 57.

II, serta kawasan Monumen Nol Kilometer Indonesia. Selain itu, Pulau Rubiah dikenal sebagai salah satu lokasi unggulan untuk aktivitas snorkeling dan diving dengan keindahan bawah laut yang masih alami, ditandai oleh keberagaman terumbu karang dan biota laut. Keberagaman potensi wisata tersebut menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi serta minat kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke Kota Sabang.⁹³

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

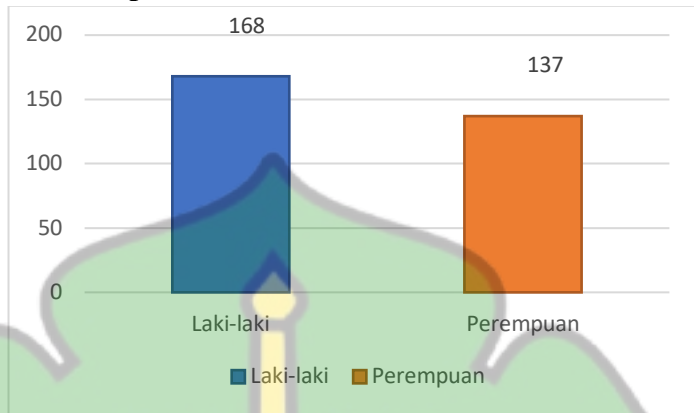
Karakteristik responden dalam penelitian ini dianalisis berdasarkan 305 wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Aceh, khususnya pada destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang, yang mencakup wisatawan domestik maupun mancanegara. Pengumpulan data karakteristik responden dilakukan melalui pengisian informasi demografis yang meliputi jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan, dan negara asal. Data tersebut digunakan untuk menggambarkan profil responden secara komprehensif serta menjadi dasar dalam analisis lebih lanjut pada pembahasan berikutnya.

4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini terdiri dari pria dan wanita. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin sebagai wisatawan dapat dilihat pada Gambar 4.1 berikut.

⁹³Mawardi, Akhyar, & Dedi Sufriadi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Kota Sabang*, *Jurnal EMT KITA* 7 (2), (2023), H. 557.

Gambar 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



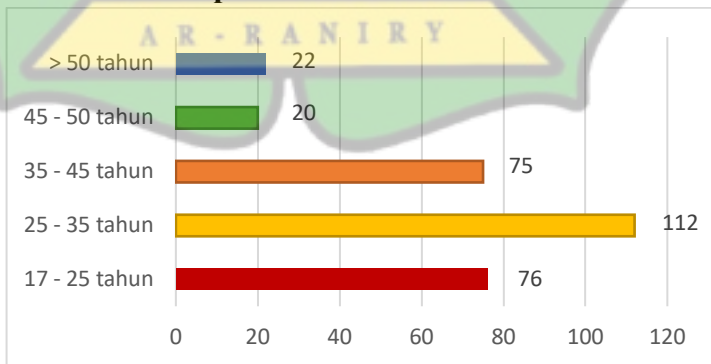
Sumber: Rekapitulasi peneliti berdasarkan hasil respon kuesioner (2026)

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, dengan persentase sebesar 55,1 % atau sebanyak 168 orang, sedangkan sisanya sebesar 44,9 % atau 137 orang merupakan perempuan.

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan kelompok usia, responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Gambar 4.2
Responden Berdasarkan Usia



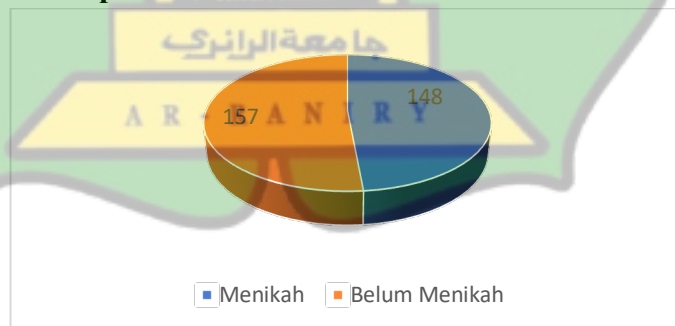
Sumber: Rekapitulasi peneliti berdasarkan hasil respon kuesioner (2026)

Berdasarkan data yang ditampilkan pada Gambar 4.2, distribusi usia responden menunjukkan bahwa proporsi terbesar berasal dari kelompok usia 25-35 tahun, yaitu sebanyak 112 responden atau sekitar 40% dari keseluruhan sampel. Temuan ini mencerminkan bahwa kelompok usia tersebut memiliki tingkat keterlibatan paling dominan dalam penelitian ini. Sebaliknya, kelompok usia di atas 45 tahun merupakan kategori dengan jumlah responden paling sedikit, yakni hanya 20 responden atau sekitar 6,6%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia produktif, khususnya rentang 25-35 tahun, yang memberikan kontribusi utama terhadap data penelitian. Sementara itu, tingkat partisipasi responden cenderung menurun seiring bertambahnya usia.

4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Berdasarkan status perkawinan responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Gambar 4.3
Responden Berdasarkan Status Perkawinan



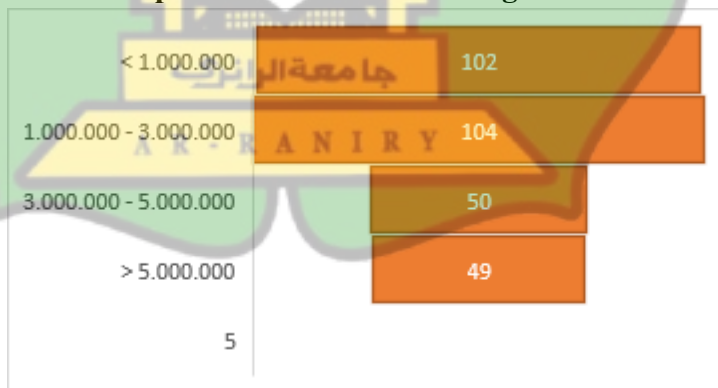
Sumber: Rekapitulasi peneliti berdasarkan hasil respon kuesioner (2026)

Berdasarkan diagram 4.3, distribusi responden menurut status pernikahan menunjukkan bahwa kelompok responden yang belum menikah memiliki proporsi terbesar, yaitu sebanyak 157 orang atau sekitar 51,5% dari keseluruhan responden. Sementara itu, responden dengan status menikah berjumlah 148 orang atau setara dengan 48,5%. Komposisi ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berasal dari kelompok yang belum menikah. Dominannya kelompok tersebut dapat merefleksikan karakteristik responden yang cenderung berada pada rentang usia relatif muda atau masih berada pada fase awal kehidupan sosial. Temuan ini turut memberikan gambaran mengenai keterkaitan status pernikahan dengan tingkat keterlibatan responden dalam konteks penelitian yang dilaksanakan.

4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Karakteristik wisatawan berdasarkan tingkat pendapatan bulanan akan disajikan dengan detail sebagai berikut.

Gambar 4.4
Responden Berdasarkan Penghasilan



Sumber: Rekapitulasi peneliti berdasarkan hasil respon kuesioner (2026)

Gambar 4.4 menunjukkan distribusi penghasilan responden yang relatif beragam, di mana sebagian besar responden berada pada kelompok pendapatan rendah hingga menengah. Responden dengan penghasilan kurang dari Rp1.000.000 berjumlah 102 orang, sementara kelompok dengan penghasilan Rp1.000.000-Rp3.000.000 merupakan yang paling dominan, yaitu sebanyak 104 orang. Selanjutnya, responden dengan tingkat penghasilan Rp3.000.000-Rp5.000.000 tercatat sebanyak 50 orang, dan responden dengan penghasilan di atas Rp5.000.000 berjumlah 49 orang. Temuan ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat penghasilan yang relatif terbatas hingga menengah, yang mencerminkan kondisi sosial ekonomi responden dan berpotensi memengaruhi pola perilaku serta pengambilan keputusan yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Negara Asal

Karakteristik wisatawan berdasarkan negara asal dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Gambar 4.5
Responden Berdasarkan Negara Asal



Sumber: Rekapitulasi peneliti berdasarkan hasil respon kuesioner (2026)

Berdasarkan Gambar 4.5, komposisi asal wisatawan menunjukkan bahwa wisatawan domestik (nusantara) mendominasi jumlah responden, dengan total 165 orang. Sementara itu, wisatawan mancanegara tercatat sebanyak 140 orang dari keseluruhan responden. Temuan ini mengindikasikan bahwa kunjungan wisata dalam penelitian ini lebih banyak didorong oleh pergerakan wisatawan lokal, meskipun kontribusi wisatawan mancanegara juga tergolong signifikan dalam membentuk karakteristik responden secara keseluruhan.

4.3 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Kualitas data yang diperoleh dari jawaban responden dalam kuesioner dapat dinilai melalui pengujian *convergent validity* dan *reliability analysis*. Uji validitas dan reliabilitas merupakan elemen krusial dalam penelitian karena berfungsi untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mampu mengukur variabel yang diteliti secara konsisten dan akurat. Evaluasi ini menjadi dasar penting dalam menilai kelayakan metode serta perencanaan penelitian agar hasil yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Salah satu indikator yang umum digunakan dalam proses ini adalah koefisien korelasi *Cronbach's Alpha*, yang mencerminkan tingkat keandalan dan ketepatan instrumen penelitian dalam mendukung analisis data pada tahap selanjutnya.

4.3.1 Hasil *Convergent Validity* (Uji Validitas Data)

Validitas merupakan tahap penting dalam pengujian instrumen penelitian, khususnya kuesioner, yang bertujuan untuk menilai sejauh mana setiap item pertanyaan mampu mengukur variabel yang dimaksud. Melalui uji validitas, peneliti dapat mengevaluasi keakuratan dan keabsahan setiap item, sehingga data yang diperoleh memiliki kualitas tinggi dan dapat dijadikan dasar analisis yang dapat dipercaya.

Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan menggunakan pendekatan *convergent validity*, yaitu dengan mengevaluasi tingkat kesesuaian dan keabsahan setiap butir kuesioner melalui pengorelasiian skor masing-masing item dengan skor total responden. Suatu data dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sedangkan data dengan nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ dinyatakan tidak valid. Uji validitas ini melibatkan 305 responden dengan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). Analisis *convergent validity* dilakukan menggunakan software E-Views versi 13, dan untuk memastikan keakuratan hasil pengujian, peneliti melakukan analisis ulang (*reanalysis*) dengan IBM SPSS Statistics versi 25. Hasil pengujian *convergent validity* tersebut selanjutnya disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.1
Rekapitulasi Hasil Uji *Convergent Validity Data*

No. Item/ Pernyataan Kuesioner	Variabel	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	R-hitung (<i>Pearson Correlation</i>)	R-tabel	Ket
1	X1_1	0.334	0.607	0.504	0.113	Valid
2	X1_2	0.199	0.641	0.411		
3	X1_3	0.399	0.588	0.574		
4	X1_4	0.370	0.600	0.522		
5	X1_5	0.348	0.614	0.463		
6	X1_6	0.079	0.654	0.199		
7	X2_1	0.506	0.705	0.585	0.113	Valid
8	X2_2	0.433	0.709	0.536		
9	X2_3	0.419	0.704	0.555		
10	X2_4	0.553	0.693	0.641		
11	X2_5	0.516	0.693	0.621		
12	X2_6	0.427	0.703	0.559		
13	X3_1	0.574	0.731	0.673	0.113	Valid
14	X3_2	0.654	0.736	0.715		
15	X3_3	0.609	0.735	0.685		
16	X3_4	0.558	0.744	0.636		
17	X3_5	0.610	0.737	0.682		
18	X3_6	0.593	0.741	0.664		
19	Y_1	0.634	0.799	0.681		

20	Y_2	Minat Revisitasi	0.356	0.722	0.468	0.113	Valid
21	Y_3		0.511	0.691	0.634		
22	Y_4		0.498	0.704	0.591		
23	Y_5		0.394	0.711	0.537		
24	Y_6		0.596	0.683	0.690		

Sumber: Review peneliti berdasarkan output olah data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25 (2026)

Berdasarkan hasil pengujian validitas yang disajikan pada Tabel 4.1, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan yang digunakan dalam model penelitian telah memenuhi kriteria validitas. Penelitian ini melibatkan empat variabel utama, yaitu atraksi (X1), aksesibilitas (X2), amenitas (X3), dan minat revisitasi (Y), yang masing-masing diukur menggunakan enam item pernyataan. Keabsahan setiap item kuesioner ditentukan berdasarkan ketentuan bahwa nilai r hitung harus melebihi nilai r tabel. Pada penelitian ini, nilai r tabel sebesar 0,113, yang diperoleh dari jumlah sampel sebanyak 305 responden ($N = 305$) dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh item pada keempat variabel memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel, sehingga seluruh pernyataan dinyatakan valid. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan, baik pada variabel atraksi, aksesibilitas, amenitas, maupun minat revisitasi, dinilai layak dan dapat digunakan secara optimal untuk mendukung proses analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini.

4.3.2 Hasil *Reliability Analysis* (Uji Reliabilitas Data)

Reliability analysis digunakan sebagai alat untuk menilai tingkat konsistensi dan keandalan instrumen penelitian yang diterapkan, khususnya kuesioner yang berfungsi sebagai variabel atau indikator konstruk. Melalui uji reliabilitas, dapat diketahui apakah pernyataan-pernyataan dalam kuesioner mampu menghasilkan data yang

stabil dan konsisten apabila digunakan berulang kali, baik pada responden yang sama maupun pada responden yang berbeda. Pengujian reliabilitas dilakukan satu kali untuk setiap variabel pada kelompok responden yang sama dan dianalisis menggunakan software SPSS dengan indikator statistik berupa koefisien *Cronbach's Alpha* (α). Kuesioner dinyatakan handal atau reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh melebihi batas minimum yang ditetapkan, yaitu $\alpha > 0,60$ atau secara umum berada di atas nilai 0,50 yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat keandalan yang memadai. Nilai koefisien yang melampaui batas tersebut mengindikasikan bahwa instrumen penelitian mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan akurat, sehingga apabila dilakukan pengukuran ulang terhadap objek yang sama pada waktu yang berbeda, data yang dihasilkan tetap relatif serupa. Adapun data yang digunakan untuk menguji reliabilitas masing-masing variabel selanjutnya disajikan dalam tabel pengujian reliabilitas.

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliability Analysis

No. Kode Variabel	Variabel	Total Item Variabel	Nilai Reliability Threshold	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan	
1	X1	Atraksi	6	0.60	0.637	Reliabel
2	X2	Aksesibilitas	6	0.60	0.728	Reliabel
3	X3	Amenitas	6	0.60	0.767	Reliabel
4	Y	Minat Revisitasi	6	0.60	0.731	Reliabel

Sumber: Review output olah data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25 (2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada Tabel 4.2, dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang melampaui batas

minimum yang dipersyaratkan, yaitu 0,60. Temuan ini mengindikasikan bahwa setiap item pernyataan dalam instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik, sehingga mampu menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya. Dengan terpenuhinya kriteria reliabilitas tersebut, instrumen yang digunakan dinilai telah memenuhi standar keandalan ilmiah dan layak digunakan untuk mengukur variabel penelitian secara akurat dan bertanggung jawab. Lebih lanjut, variabel yang memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* relatif lebih tinggi, seperti X3 (Amenitas), mencerminkan tingkat keandalan instrumen yang lebih kuat dibandingkan dengan variabel lainnya.

4.4 Analisis Distribusi Frekuensi Persepsi Responden

Penelitian ini melibatkan 305 responden sebagai subjek penelitian. Data yang dikumpulkan selanjutnya dianalisis untuk menggambarkan distribusi frekuensi jawaban responden, yang mencerminkan persepsi mereka terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner. Instrumen penelitian yang digunakan terdiri atas 24 butir pernyataan, yang disusun secara sistematis untuk merepresentasikan dan mengukur masing-masing variabel dalam model penelitian secara menyeluruh. Berdasarkan seluruh item tersebut, dilakukan perhitungan total skor (*sum of scores*) dan nilai rata-rata (*mean*) untuk setiap variabel penelitian. Hasil perhitungan ini kemudian diinterpretasikan dengan menggunakan rentang skala penilaian (*rating scale*) yang telah ditetapkan, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kecenderungan persepsi dan tanggapan responden terhadap fenomena yang dikaji. Adapun hasil interpretasi kategori pembobotan nilai pada skala *Likert* yang digunakan untuk menilai rata-rata (*mean*) persepsi responden disajikan pada table 4.3:

Tabel 4.3
Interpretasi Rentang Skala Mean Pada Setiap
Skor Tanggapan Responden

Skor	Rentang Nilai Rata-Rata	Keterangan
Skor 1	1,00 – 1,79	Sangat tidak setuju
Skor 2	1,80 – 2,59	Tidak setuju
Skor 3	2,60 – 3,39	Netral
Skor 4	3,40 – 4,19	Setuju
Skor 5	4,20 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Interpretasi peneliti berdasarkan rentang *mean* skala *likert* (2026).

4.4.1 Deskripsi Persepsi/Tanggapan Responden Penelitian

Menurut Robbins dan Judge (2018), persepsi merupakan proses di mana individu mengorganisasi dan menginterpretasikan rangsangan sensorik sehingga membentuk makna terhadap lingkungannya, yang pada dasarnya bersifat subjektif dan tidak selalu mencerminkan kondisi objektif yang sesungguhnya. Sejalan dengan pandangan tersebut, Schiffman dan Kanuk (2019) mendefinisikan persepsi sebagai mekanisme individu dalam menyeleksi, menyusun, dan menafsirkan informasi yang berasal dari lingkungan untuk membentuk pemahaman atau gambaran tertentu.

Dalam penelitian ini, persepsi responden dideskripsikan berdasarkan tanggapan yang diberikan terhadap berbagai variabel penelitian yang diukur melalui instrumen kuesioner. Variabel yang dianalisis meliputi persepsi terhadap digitalisasi, religiusitas, keterikatan pegawai, kinerja pegawai, serta tingkat kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Analisis terhadap masing-masing variabel tersebut bertujuan untuk menggambarkan pandangan responden secara sistematis dan kontekstual, sehingga dapat memberikan pemahaman yang

komprehensif mengenai pola persepsi responden serta keterkaitan antarvariabel sesuai dengan tujuan penelitian.

4.4.2 Persepsi Responden Terhadap Atraksi

Persepsi responden terhadap instrumen pada variabel atraksi diukur menggunakan skala penilaian *Likert*, dengan rentang bobot mulai dari sangat setuju (skor 5) hingga sangat tidak setuju (skor 1). Tingkat variasi persepsi responden, baik yang menunjukkan kecenderungan tinggi maupun rendah, terhadap jawaban atas setiap item kuesioner yang berkaitan dengan aspek atraksi, dianalisis berdasarkan data empiris yang disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.4
Persepsi Responden Terhadap Variabel Atraksi

No	Item/Pernyataan Kuesioner	Persepsi Responden					Sum of scores	Mean (Rata-Rata)
		STS	TS	N	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1	Destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang memiliki keunikan tersendiri sehingga menarik untuk di kunjungi.	0	0	0	25	280	1500	4.92
2	Saya menemukan pengalaman spritual yang menyentuh hati saat berada di sini	0	0	0	34	271	1491	4.89
3	Destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang memiliki nilai sejarah, warisan budaya, adat istiadat yang kaya dan menarik	0	0	0	31	274	1494	4.90
4	Atraksi panorama Alam yang masih Alami dan fasilitas sesuai syariah islam	0	0	0	21	284	1504	4.93
5	Ada nya kuliner halal khas Daerah yang enak	0	0	0	11	294	1514	4.96

	dan tempat yang nyaman sehingga menarik kunjungi kembali.							
6	Saya akan merekomendasikan destinasi wisata halal Kota Banda Aceh dan Kota Sabang kepada teman dan keluarga	0	0	0	9	296	1516	4.97
Rata-rata								4.92

Sumber: Review peneliti berdasarkan output olah data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25 (2026)

Berdasarkan hasil yang disajikan pada Tabel 4.4, diperoleh nilai *mean* (rata-rata) variabel atraksi sebesar 4,92. Nilai tersebut berada pada rentang penilaian 4,20-5,00, yang menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap atraksi termasuk dalam kategori sangat baik. Temuan ini mengindikasikan adanya penilaian yang sangat positif dan konsisten dari responden terhadap keberadaan dan penerapan atraksi, sekaligus mencerminkan tingginya tingkat penerimaan terhadap peran variabel atraksi dalam model penelitian.

Secara keseluruhan, hasil analisis distribusi frekuensi persepsi responden menunjukkan bahwa implementasi atraksi pada objek pariwisata telah diterima dengan sangat baik. Tingginya nilai rata-rata pada hampir seluruh item pernyataan mencerminkan bahwa atraksi wisata dinilai mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata. Meskipun demikian, diperlukan perhatian yang lebih terarah pada beberapa aspek tertentu agar keberlanjutan serta optimalisasi dampak positif dari atraksi wisata dapat terus terjaga dalam jangka panjang.

4.4.3 Persepsi Responden Terhadap Aksesibilitas

Persepsi responden terhadap instrumen pada variabel aksesibilitas diukur menggunakan skala penilaian *Likert*, dengan rentang bobot mulai dari sangat setuju (skor 5) hingga sangat tidak setuju (skor 1). Tingkat variasi persepsi responden, baik yang menunjukkan kecenderungan tinggi maupun rendah, terhadap jawaban atas setiap item kuesioner yang berkaitan dengan aspek atraksi, dianalisis berdasarkan data empiris yang disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.5
Persepsi Responden Terhadap Variabel Aksesibilitas

No	Item/Pernyataan Kuesioner	Persepsi Responden					Sum of scores	Mean (Rata-Rata)
		STS	TS	N	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1	Wisata Kota Banda Aceh dan Kota Sabang Proses booking akomodasi dan tiket sangat mudah dan cepat.	0	0	0	25	280	1500	4.92
2	Destinasi wisata halal Kota Banda Aceh dan Kota Sabang memiliki aplikasi atau website yang Mudah dan membantu saya selama berkunjung.	0	0	0	37	268	1488	4.88
3	Terdapat papan penunjuk jalan menuju objek wisata.	0	0	0	73	232	1452	4.76
4	Transportasi umum di destinasi Kota Banda Aceh dan Kota Sabang memadai dan mudah diakses	0	0	0	37	268	1488	4.88
5	Penginapan dan makanan halal mudah di dapatkan sekitar destinasi	0	0	0	51	254	1474	4.83
6	Destinasi ini memiliki peta dan guide yang	0	0	0	69	236	1456	4.77

menarik dan nyaman, saya ingin berkunjung kembali ke Kota Banda Aceh dan Kota Sabang							
Rata-rata							4.84

Sumber: Review peneliti berdasarkan output olah data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25 (2026)

Berdasarkan hasil yang disajikan pada Tabel 4.5, analisis persepsi responden terhadap variabel aksesibilitas yang diukur melalui 6 item pernyataan menunjukkan nilai *mean* (rata-rata) sebesar 4,84. Nilai tersebut berada pada rentang penilaian 4,20-5,00, sehingga dapat dikategorikan dalam tingkat penilaian sangat baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden memberikan penilaian yang positif dan konsisten terhadap aspek aksesibilitas, sekaligus mencerminkan tingginya tingkat penerimaan terhadap peran variabel tersebut dalam model penelitian.

Secara umum, hasil analisis menunjukkan bahwa aksesibilitas dipersepsikan sebagai faktor yang sangat penting dan memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk pandangan responden terhadap destinasi wisata. Tingginya nilai rata-rata pada sebagian besar item kuesioner menggambarkan adanya pengakuan kuat terhadap pengaruh aksesibilitas dalam mendukung kenyamanan dan kemudahan wisatawan. Meskipun demikian, diperlukan upaya berkelanjutan untuk memperkuat pemahaman responden serta meningkatkan konsistensi penerapan aspek aksesibilitas di berbagai objek wisata, sehingga dampak positifnya dapat terus dioptimalkan.

4.4.4 Persepsi Responden Terhadap Amenitas

Persepsi responden terhadap instrumen pada variabel amenitas diukur menggunakan skala penilaian *Likert*,

dengan rentang bobot mulai dari sangat setuju (skor 5) hingga sangat tidak setuju (skor 1). Tingkat variasi persepsi responden, baik yang menunjukkan kecenderungan tinggi maupun rendah, terhadap jawaban atas setiap item kuesioner yang berkaitan dengan aspek atraksi, dianalisis berdasarkan data empiris yang disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.6
Persepsi Responden Terhadap Variabel Amenitas

No	Item/Pernyataan Kuesioner	Persepsi Responden					Sum of scores	Mean (Rata-Rata)
		STS	TS	N	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1	Saya merasa puas dengan pelayanan selama berada di Destinasi Wisata halal Aceh	0	0	0	105	200	1410	4.62
2	Fasilitas pendukung seperti Toilet, tempat ibadah yang bersih dan nyaman sesuai konsep Syariah	0	0	0	76	229	1449	4.75
3	Saya bisa menemukan pusat pembelanjaan khas Aceh yang menarik dan dengan harga terjangkau	0	0	0	124	181	1401	4.59
4	Fasilitas Wi-Fi di Destinasi wisata halal aceh sangat baik dan mudah diakses.	0	0	0	93	212	1432	4.70
5	Saya sangat terkesan dengan pelayanan yang diberikan oleh penyedia wisata halal di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang	0	0	0	98	207	1427	4.68
6	Prilaku sosial masyarakat yang aman, nyaman dan pelayanan Tour guide yang asik sehingga berkeinginan datang kembali suatu saat nanti	0	0	0	84	221	1441	4.72
Rata-rata								4.67

Sumber: Review peneliti berdasarkan output olah data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25 (2026)

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 4.6, hasil analisis persepsi responden terhadap variabel amenitas yang diukur melalui enam item kuesioner menunjukkan bahwa nilai *mean* (rata-rata) yang diperoleh sebesar 4,67. Nilai tersebut berada dalam rentang penilaian 4,20-5,00, sehingga mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap aspek amenitas termasuk dalam kategori sangat baik. Temuan ini mencerminkan adanya penilaian yang positif dan konsisten dari responden terhadap ketersediaan serta kualitas amenitas, sekaligus menunjukkan tingkat penerimaan yang tinggi terhadap peran variabel amenitas dalam mendukung model penelitian yang dikembangkan.

Secara keseluruhan, hasil analisis ini mengindikasikan bahwa responden menilai amenitas sebagai faktor yang penting dalam membentuk pengalaman wisata yang menyeluruh. Tingginya nilai rata-rata pada sebagian besar item pernyataan menunjukkan adanya kesesuaian antara fasilitas yang disediakan dengan kebutuhan serta harapan wisatawan, yang menjadi indikator penting dalam keberhasilan pengelolaan dan pengembangan amenitas pada destinasi wisata.

4.4.5 Persepsi Responden Terhadap Minat Revisitasi Wisata Halal

Persepsi responden terhadap instrumen pada variabel minat revisitasi wisata halal dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala penilaian *Likert*. Skala tersebut memiliki rentang bobot penilaian mulai dari sangat setuju dengan skor 5 hingga sangat tidak setuju dengan skor 1, yang memungkinkan responden untuk mengekspresikan tingkat persetujuan mereka secara bertahap terhadap setiap pernyataan yang diajukan. Penggunaan skala ini bertujuan

untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai sikap dan penilaian responden terhadap minat melakukan kunjungan ulang pada destinasi wisata halal.

Variasi persepsi responden, baik yang menunjukkan kecenderungan tinggi maupun rendah, dianalisis berdasarkan jawaban atas setiap item kuesioner yang berkaitan dengan aspek atraksi. Analisis tersebut dilakukan dengan mengacu pada data empiris yang telah dikumpulkan dan disajikan secara sistematis dalam bentuk table berikut:

Tabel 4.7
Persepsi Responden Terhadap Variabel
Minat Revisitasi

No	Item/Pernyataan Kuesioner	Persepsi Responden					Sum of scores	Mean (Rata-Rata)
		STS	TS	N	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1	Wisata halal di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang memiliki lingkungan yang ramah dan Nyaman membuat saya ingin kembali lagi.	0	0	0	12	293	1513	4.96
2	Saya merasa puas berkunjung ke destinasi wisata halal Aceh sebagai pilihan yang tepat dalam berwisata dan akan berkunjung kembali	0	0	0	35	270	1490	4.89
3	Saya bersedia merekomendasikan destinasi wisata halal di Aceh kepada orang lain untuk dikunjungi	0	0	0	72	233	1453	4.76
4	Destinasi wisata halal di Aceh memiliki ciri khas yang membedakannya dari daerah lain	0	0	0	33	272	1492	4.89
5	Dari banyaknya pilihan tempat wisata, saya dan keluarga lebih tertarik berkunjung kembali ke	0	0	0	73	232	1452	4.76

	destinasi wisata halal Aceh							
6	Secara keseluruhan, saya merasa puas berkunjung ke destinasi wisata halal di Aceh dan berniat untuk berkunjung kembali	0	0	0	50	255	1475	4.84
Rata-rata								4.85

Sumber: Review peneliti berdasarkan output olah data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25 (2026)

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 4.7, hasil analisis persepsi responden terhadap variabel minat revisitasi yang diukur melalui 6 item kuesioner menunjukkan bahwa nilai mean (rata-rata) yang diperoleh sebesar 4,85. Nilai tersebut berada dalam rentang penilaian 4,20-5,00, yang menempatkan persepsi responden terhadap minat revisitasi dalam kategori sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa responden secara konsisten memberikan penilaian positif terhadap kecenderungan untuk melakukan kunjungan ulang, serta mencerminkan tingginya tingkat penerimaan terhadap variabel minat revisitasi dalam model penelitian yang dikembangkan.

Secara keseluruhan, hasil analisis ini mengindikasikan bahwa pengalaman wisata yang dirasakan tidak hanya mampu memenuhi ekspektasi wisatawan, tetapi juga mendorong terbentuknya keinginan yang kuat untuk melakukan kunjungan kembali ke destinasi wisata. Evaluasi tersebut menegaskan bahwa variabel minat revisitasi merupakan komponen yang sangat penting dan memiliki relevansi signifikan dalam menjelaskan perilaku wisatawan, sehingga layak dipertahankan sebagai salah satu elemen utama dalam model penelitian yang diajukan.

4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan fundamental dalam penelitian ini yang bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi linier berganda yang digunakan terbebas dari pelanggaran terhadap asumsi-asumsi dasar, sehingga mampu menghasilkan estimasi parameter yang valid, tidak bias, dan dapat diandalkan. Pengujian ini mencakup tiga aspek utama, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas, yang masing-masing memiliki peran penting dalam menjamin ketepatan dan keabsahan model regresi yang diterapkan. Apabila hasil pengujian menunjukkan tidak adanya pelanggaran terhadap ketiga asumsi tersebut, maka model regresi dapat dinyatakan layak untuk digunakan dalam analisis lanjutan. Adapun hasil dari setiap tahapan uji asumsi klasik dalam penelitian ini disajikan dan dijelaskan secara rinci pada bagian berikutnya.

4.5.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menilai apakah data pada variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi linier memiliki distribusi yang normal. Pengujian ini penting karena salah satu asumsi dasar regresi linier adalah bahwa data, khususnya residual, harus terdistribusi normal atau setidaknya mendekati distribusi normal. Pemenuhan asumsi normalitas ini bertujuan untuk memastikan bahwa hasil estimasi parameter regresi serta pengujian hipotesis yang dihasilkan bersifat valid, akurat, dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode statistik nonparametrik *One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S)* dengan dasar penilaian pada nilai probabilitas *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Metode ini digunakan untuk mengetahui apakah data, khususnya residual dalam model regresi, terdistribusi secara normal atau mendekati distribusi

normal, sehingga dapat memenuhi asumsi dasar analisis regresi linier.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* ditentukan dengan membandingkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* dengan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). Apabila nilai probabilitas yang diperoleh lebih kecil dari 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai *Asymp. Sig.* lebih besar dari 0,05, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Adapun hasil pengujian normalitas data menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dalam penelitian ini disajikan pada tabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Normality *One Sample Kolmogorov-Smirnov* Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		289
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.79283579
Most Extreme Differences	Absolute	.204
	Positive	.116
	Negative	-.204
Test Statistic		.204
Asymp. Sig. (2-tailed)		.106 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

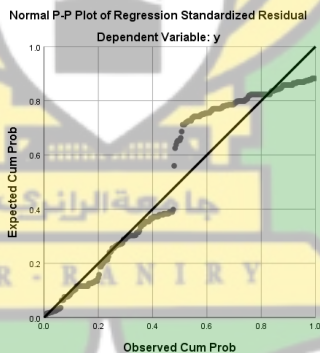
Sumber: Output olah data IBM SPSS Statistics 25 (2026)

Berdasarkan hasil pengujian normalitas yang disajikan pada Tabel 4.8, uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S) menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang diperoleh sebesar 0,106, yang lebih besar dari tingkat

signifikansi 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa data penelitian memenuhi asumsi normalitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data bersifat normal dan layak digunakan dalam analisis regresi selanjutnya.

Selain pengujian secara statistik, normalitas data dalam penelitian ini juga dievaluasi melalui pendekatan visual menggunakan grafik Normal P-P Plot. Berdasarkan kriteria pengujian, data dinyatakan berdistribusi normal apabila titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Sebaliknya, apabila sebaran data menjauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti polanya, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Untuk menilai normalitas residual pada model regresi, hasil pengujian tersebut selanjutnya ditampilkan dalam bentuk grafik Normal P-P Plot sebagaimana disajikan pada gambar berikut.

Gambar 4.6
Hasil Uji Normalitas Data (P-P Plot)



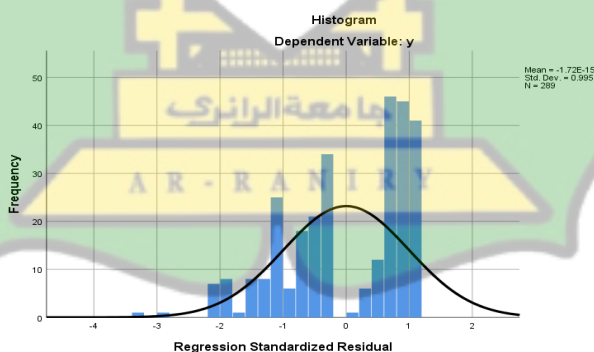
Sumber: Output olah data IBM SPSS Statistics 25 (2026)

Berdasarkan Gambar 4.6, sebaran titik-titik pada grafik Normal P-P Plot menunjukkan pola yang menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut dengan relatif mendekati garis lurus. Pola ini menggambarkan bahwa

mayoritas residual dari model regresi berada dekat dengan distribusi normal, sehingga menunjukkan konsistensi antara nilai observasi dan distribusi teoretis yang diharapkan. Kondisi ini penting karena distribusi residual yang mendekati normal merupakan salah satu asumsi dasar dalam regresi linier, yang memungkinkan hasil estimasi parameter regresi lebih akurat dan interpretasi model menjadi lebih valid.

Dengan melihat pola distribusi residual yang mendekati normal pada grafik P-P Plot, dapat disimpulkan bahwa data penelitian telah memenuhi asumsi normalitas residual. Pemenuhan asumsi ini memberikan indikasi bahwa model regresi yang digunakan dapat diterapkan dengan andal, serta memungkinkan analisis lanjutan seperti uji hipotesis dan prediksi dapat dilakukan dengan tingkat kepercayaan yang tinggi. Oleh karena itu, model regresi layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya, sehingga hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan yang lebih sahih dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Gambar 4.7
Hasil Uji Grafik *Histogram Normality Residual*



Sumber: Output olah data IBM SPSS Statistics 25 (2026)

Berdasarkan Gambar 4.2, grafik histogram menunjukkan pola sebaran yang relatif simetris dan

menyerupai kurva lonceng (*bell-shaped*), yang mengindikasikan bahwa residual cenderung mengikuti distribusi normal. Pola simetris tersebut tampak dari sebaran data yang terpusat di sekitar nilai tengah (*mean*). Nilai mean residual yang mendekati nol, yaitu sebesar $-1,72E-15$, menunjukkan bahwa rata-rata residual berada sangat dekat dengan angka nol, sementara nilai standar deviasi sebesar 0,995 mencerminkan tingkat penyimpangan residual yang relatif kecil. Dengan jumlah observasi sebanyak 305 data, hasil pengujian ini dapat dinilai memiliki tingkat keandalan yang tinggi. Secara keseluruhan, kesesuaian pola histogram dengan kurva distribusi normal memperkuat pemenuhan asumsi normalitas residual, sehingga model regresi yang digunakan dapat dinyatakan valid dan layak untuk dilanjutkan pada tahap analisis berikutnya.

4.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengidentifikasi adanya hubungan atau korelasi antarvariabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak terjadinya korelasi yang kuat antarvariabel bebas, sehingga masing-masing variabel bersifat ortogonal atau tidak saling memengaruhi satu sama lain. Keberadaan multikolinieritas dalam penelitian ini dideteksi dengan mengamati nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang tercantum pada tabel koefisien regresi. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka dapat disimpulkan terdapat multikolinieritas yang signifikan antarvariabel bebas. Sebaliknya, jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka model regresi dinyatakan bebas dari masalah multikolinieritas. Dengan demikian, hasil pengujian ini digunakan untuk memastikan kelayakan model regresi dalam menjelaskan hubungan antarvariabel penelitian, yang selanjutnya disajikan pada tabel.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients

Model (Variabel Independent)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics		Keterangan
	B	Std. Error	Beta	t	Sign.	Tolerance	VIF	
Atraksi (X1)	0.185	0.064	0.169	2.900	0.000	0.985	1.015	Terbebas dari multikolinearitas
Aksesibilitas (X2)	0.095	0.051	0.107	1.844	0.066	0.991	1.009	Terbebas dari multikolinearitas
Amenitas (X3)	0.032	0.049	0.038	0.650	0.016	0.977	1.024	Terbebas dari multikolinearitas

Sumber: Review peneliti berdasarkan output olah data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25 (2026)

Hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini, yaitu atraksi, aksesibilitas, dan amenitas, memiliki nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,10 serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang berada di bawah 10. Kondisi ini menandakan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinearitas yang signifikan di antara variabel independen, sehingga masing-masing variabel dapat dianggap independen satu sama lain dalam kontribusinya terhadap variabel dependen.

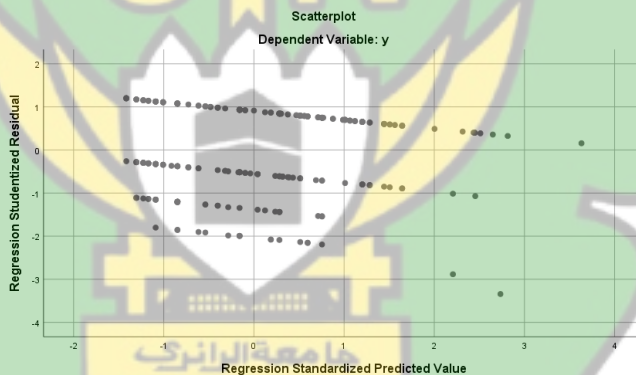
Temuan ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian terbebas dari permasalahan multikolinearitas. Dengan demikian, hubungan antarvariabel independen tidak saling memengaruhi secara berlebihan, sehingga interpretasi koefisien regresi menjadi lebih valid dan dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel terhadap minat revisitasi wisata halal secara akurat.

4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menilai apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians error* (residual) antar pengamatan, yang berpotensi mengganggu

keakuratan dan validitas inferensi statistik dalam analisis regresi linier. Keberadaan heteroskedastisitas dapat menyebabkan estimasi koefisien menjadi tidak efisien dan menurunkan reliabilitas hasil pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji *Glejser*, dengan dasar evaluasi pada nilai *Obs*R-squared* atau probabilitas *Chi-Square*. Model regresi dinyatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas apabila nilai *Obs*R-squared* atau probabilitas *Chi-Square* yang dihasilkan lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$), yang menunjukkan bahwa varians residual bersifat homogen dan model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Gambar 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*



Sumber: Output *scatterplot* olah data primer IBM SPSS Statistics 25 (2026)

Berdasarkan Gambar 4.8, hasil uji *scatterplot* menunjukkan bahwa sebaran titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, baik di atas maupun di bawah garis nol. Pola sebaran tersebut mengindikasikan bahwa varians residual bersifat konstan (homoskedastisitas), sehingga dapat disimpulkan bahwa

model regresi yang digunakan tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

Selain pengujian secara visual, peneliti juga melakukan uji heteroskedastisitas bantuan IBM SPSS Statistics 25. Dalam uji heteroskedastisitas, variabel independen diregresikan terhadap nilai absolut residual untuk mendeteksi kemungkinan adanya ketidaksamaan varians. Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas tersebut disajikan secara rinci pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Heteroskedasticity Test

Variabel Independent	Nilai Signifikansi Standardized Coefficient	Alpha (α)	Keterangan
Atraksi (X1)	0.686	0.05	Tidak mengalami heteroskedastisitas
Aksesibilitas (X2)	0.061	0.05	Tidak mengalami heteroskedastisitas
Amenitas (X3)	0.075	0.05	Tidak mengalami heteroskedastisitas

Sumber: Review peneliti berdasarkan output olah data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25 (2026)

Berdasarkan Tabel 4.10, hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi *standardized coefficient* pada seluruh variabel independen berada di atas ambang batas 0,05, yaitu atraksi sebesar 0,686, aksesibilitas sebesar 0,061, dan amenitas sebesar 0,075. Temuan ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas yang signifikan pada masing-masing variabel independen.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas memiliki varians yang relatif seragam (*homogen*), sehingga asumsi homoskedastisitas dalam model regresi telah terpenuhi. Kondisi ini menunjukkan

bahwa sebaran residual bersifat konstan pada seluruh nilai variabel independen, yang pada akhirnya memperkuat validitas model regresi dan menegaskan kelayakannya untuk digunakan dalam analisis lanjutan.

4.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengkaji hubungan antara satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen, yang dalam literatur statistik dikenal sebagai *multiple linear regression*. Dalam penelitian ini, pengolahan data dilakukan dengan menerapkan model regresi linier berganda yang melibatkan tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi serta mengukur arah dan besarnya pengaruh variabel independen, yaitu atraksi, aksesibilitas, dan amenitas, terhadap variabel dependen berupa minat revisitasi wisata halal. Untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan dan kekuatan pengaruh antarvariabel yang dianalisis, hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini dirangkum dan disajikan secara sistematis dalam tabel berikut.

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda yang disajikan dalam tabel, langkah awal dalam pengujian hipotesis dilakukan dengan menyusun model persamaan regresi yang merepresentasikan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Secara umum, model regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji *Multiple Regression Analysis* Variabel Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Revisitasi

Constant and Model Variables	Dependent Variable: Minat Revisitasi			
	Model Persamaan			
	Coefficient Estimasi	Std. Error	t - hitung	P - value
Constant (β_0)	4.671	0.350	13.358	0.000
AT	0.185	0.064	2.900	0.004
AKS	0.095	0.051	1.844	0.066
AM	0.032	0.049	0.650	0.516
R	0.202			
R-Square (R^2)	0.041			
F - hitung	4.045			0.008

Sumber: Rekap output uji *Multiple Regression Analysis* IBM SPSS Statistics 25 (2026)

Berdasarkan Tabel 4.11, hasil analisis regresi dapat dirumuskan dan diinterpretasikan sebagai berikut:

$$MR = \alpha + \beta_1 AT + \beta_2 AKS + \beta_3 AM + e$$

$$MR = 4.671 + 0.185 AT + 0.095 AKS + 0.032 AM + e$$

Keterangan:

X1 = Atraksi

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien Regresi

X2 = Aksesibilitas

X3 = Amenitas

e = Standar Error

Analisis Interpretasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Variabel Atraksi (X1)

Koefisien regresi untuk variabel atraksi (X1) bernilai positif sebesar 0,185 yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat revisitasi (Y). Temuan ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan (1%) pada variabel atraksi akan diikuti oleh peningkatan minat revisitasi sebesar 0,185, dengan asumsi variabel lain di luar model regresi berada dalam kondisi konstan. Dengan kata lain, semakin optimal dan menarik atraksi yang ditawarkan pada destinasi wisata, maka kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang di wilayah Kota Banda Aceh dan Kota Sabang akan semakin meningkat.

Signifikansi pengaruh variabel atraksi tersebut diperkuat oleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari tingkat kepercayaan $\alpha = 0,05$ ($0,004 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa atraksi merupakan salah satu faktor determinan yang berperan penting dalam meningkatkan minat revisitasi wisatawan.

2. Variabel Aksesibilitas (X2)

Koefisien regresi pada variabel aksesibilitas (X2) menunjukkan nilai positif sebesar 0,095, yang mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat revisitasi wisata (Y). Hasil ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan satu satuan (1%) pada tingkat aksesibilitas akan diikuti oleh peningkatan minat revisitasi sebesar 0,095 dengan asumsi variabel lain di luar model regresi berada dalam kondisi konstan.

Dengan demikian, semakin optimal tingkat penerapan aksesibilitas yang dirasakan oleh wisatawan, maka kecenderungan minat untuk melakukan kunjungan ulang ke destinasi wisata di wilayah Kota Banda Aceh dan

Kota Sabang akan semakin meningkat. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa aksesibilitas yang baik secara konseptual berpotensi membentuk sikap positif wisatawan terhadap suatu destinasi, yang selanjutnya dapat mendorong keputusan untuk melakukan kunjungan ulang. Namun demikian, berdasarkan hasil pengujian statistik diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,066 yang lebih besar dari taraf kepercayaan $\alpha = 0,05$ ($0,066 > 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa secara empiris variabel aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan minat revisitasi wisatawan. Dengan demikian, secara parsial aksesibilitas tidak memiliki pengaruh nyata terhadap keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.

3. Variabel Amenitas (X3)

Nilai koefisien regresi pada variabel amenitas (X3) menunjukkan hubungan yang bersifat positif, yaitu sebesar 0,032. Hasil ini mengindikasikan bahwa amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat revisitasi wisatawan. Dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dalam model regresi berada dalam kondisi konstan, peningkatan amenitas sebesar satu satuan (1%) akan diikuti oleh peningkatan minat revisitasi (Y) sebesar 0,032.

Temuan ini menunjukkan bahwa secara konseptual peningkatan kualitas dan ketersediaan amenitas berpotensi mendorong kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke destinasi wisata di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang. Namun demikian, berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,516 yang lebih besar daripada taraf signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel amenitas tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat revisitasi wisatawan. Artinya, amenitas belum dapat dikategorikan sebagai faktor determinan dalam meningkatkan keputusan kunjungan ulang pada konteks penelitian ini.

4.7 Hasil Uji Hipotesis

Dalam pelaksanaan uji hipotesis, model analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang akan diuji baik secara simultan melalui uji F maupun secara parsial menggunakan uji t. Kriteria penerimaan hipotesis ditetapkan berdasarkan nilai probabilitas (p) sebagai berikut:

Hipotesis nol (H_0) diterima apabila nilai probabilitas (p) kurang dari atau sama dengan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel atraksi, Aksesibilitas dan amenitas, baik secara simultan maupun parsial, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat revisitasi wisata.

4.7.1 Uji t-test (Uji Parsial)

Pengujian parameter hipotesis secara parsial menggunakan uji t bertujuan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independent yaitu atraksi, aksesibilitas, dan amenitas terhadap variabel dependen, yaitu minat revisitasi, secara individual. Uji ini dilakukan pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ (5%). Dalam pengujian, nilai t-hitung dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,967 untuk menentukan penerimaan atau penolakan hipotesis. Keputusan pengujian diambil berdasarkan kriteria berikut: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan $sig < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dan $sig > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi.

Tabel 4.11 menyajikan hasil pengujian parameter secara parsial (uji t) yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Variabel Atraksi (X1)

Hasil pengujian hipotesis alternatif pertama (H_{a1}) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,900, sementara nilai t_{tabel} adalah 1,967. Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,900 > 1,967$) dan nilai signifikansi (sig.) berada di bawah tingkat signifikansi 0,05 ($0,004 < 0,05$), maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_{a1}) diterima. Dengan demikian, secara statistik dapat disimpulkan bahwa variabel atraksi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat revisitasi wisatawan di wilayah Provinsi Aceh, khususnya di Kota Banda Aceh dan Sabang.

2. Variabel Aksesibilitas (X2)

Hasil pengujian hipotesis alternatif kedua (H_{a2}) mengindikasikan bahwa variabel aksesibilitas memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,844, yang lebih tinggi dibandingkan nilai t_{tabel} sebesar 1,967. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,066, yang lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) tidak dapat ditolak dan hipotesis alternatif (H_{a2}) ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat revisitasi wisatawan di Provinsi Aceh, khususnya di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang.

3. Variabel Amenitas (X3)

Hasil pengujian hipotesis alternatif ketiga (H_{a3}) menunjukkan bahwa variabel amenitas memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,650, sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,967. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,516, yang lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha =$

0,05 ($0,516 > 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) tidak dapat ditolak dan hipotesis alternatif (H_{a3}) ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel amenitas tidak memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap minat revisitasi wisatawan di Provinsi Aceh, khususnya di wilayah Kota Banda Aceh dan Kota Sabang.

4.7.2 Uji F- Statistik (Uji Keseluruhan)

Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F dilakukan untuk menguji pengaruh bersama dari seluruh variabel independen dalam model, yaitu atraksi, aksesibilitas, dan amenitas, terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan pada uji F adalah sebagai berikut: Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ (α), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel-variabel independen tersebut secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ (α), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, menandakan adanya pengaruh signifikan secara simultan.

Berdasarkan data yang tercantum dalam Tabel 4.11, hasil uji F menunjukkan bahwa variabel atraksi, aksesibilitas, dan amenitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi wisatawan di Provinsi Aceh, khususnya di wilayah Kota Banda Aceh dan Sabang. Hal ini didukung oleh nilai $F_{hitung} = 4.045$, yang lebih besar dibandingkan nilai $F_{tabel} = 2,634$ (dengan derajat kebebasan $df_1 = 3$; $df_2 = 301$; dan $\alpha = 0.05$). Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,008 yang lebih kecil dari 0,05 menguatkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama

memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap minat revisitasi wisatawan di wilayah penelitian.

4.7.3 Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan indikator statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menilai kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berada pada rentang 0 hingga 1, di mana nilai mendekati 0 menunjukkan bahwa variabel bebas hampir tidak memiliki kemampuan dalam menjelaskan perubahan variabel terikat, sedangkan nilai yang mendekati 1 mengindikasikan kemampuan penjelasan yang sangat kuat. Dengan demikian, semakin besar nilai R^2 , semakin baik tingkat kecocokan model regresi dalam merepresentasikan hubungan antarvariabel. Meskipun demikian, nilai R^2 yang terlalu tinggi juga perlu dicermati karena berpotensi mengindikasikan *overfitting*, yakni kondisi ketika model terlalu menyesuaikan diri dengan data sampel.

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 4.11, nilai *R-Square* yang diperoleh sebesar 0,041. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel atraksi (X1), aksesibilitas (X2), dan amenities (X3) secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 4,1% variasi pada variabel minat revisitasi (Y). Adapun sisanya sebesar 95,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak termasuk dalam analisis regresi ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kontribusi ketiga variabel independen tersebut terhadap minat revisitasi tergolong kuat, sehingga model regresi yang dibangun memiliki kemampuan prediktif yang cukup baik dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki kontribusi signifikan terhadap dinamika pembangunan ekonomi dan sosial, baik di tingkat nasional maupun regional. Sektor ini tidak hanya berperan sebagai sumber pendapatan, tetapi juga sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta stimulasi terhadap sektor-sektor produktif lainnya yang saling terintegrasi. Oleh karena itu, pariwisata kerap dipandang sebagai instrumen efektif dalam mempercepat pembangunan wilayah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.⁹⁴

Sejalan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pengembangan pariwisata diarahkan untuk memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual wisatawan melalui aktivitas perjalanan dan rekreasi, sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan negara dan daerah. Dalam kerangka penelitian ini, pembangunan pariwisata khususnya yang menitikberatkan pada penguatan atraksi, aksesibilitas, dan amenities dipandang memiliki peran krusial dalam menciptakan daya saing destinasi.⁹⁵

Berbagai temuan empiris menunjukkan bahwa pembangunan pariwisata di suatu daerah mampu menghasilkan dampak positif yang luas, seperti terbukanya peluang usaha baru, peningkatan penyerapan tenaga kerja, serta bertambahnya penerimaan pemerintah. Dampak lanjutan

⁹⁴Ramadhani, dkk. *Identifikasi Pengembangan Pariwisata Berdasarkan 3a (Atraksi, Aksesibilitas, Dan Amenitas) Pada Kampung Semanggi Surabaya*, *Jurnal Pariwisata Indonesia* 19 (2), (2023), H. 53-62.

⁹⁵Hasana Fadilla, *Pengembangan Sektor Pariwisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Daerah Di Indonesia*, *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance* 2 (1), (2024), H. 36-43.

tersebut diharapkan menciptakan *multiplier effect* yang lebih tinggi dibandingkan sektor ekonomi lainnya, sehingga memperkuat pentingnya analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat revisitasi wisatawan sebagai indikator keberlanjutan dan keberhasilan pengembangan destinasi pariwisata.

Pengembangan pariwisata juga diarahkan sebagai instrumen untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Upaya ini perlu diwujudkan melalui pengelolaan destinasi yang aman, nyaman, menarik, mudah diakses, dan berwawasan lingkungan agar mampu memberikan dampak ekonomi yang berkelanjutan bagi daerah dan masyarakat setempat. Dalam konteks tersebut, sinergi antara pemerintah dan sektor swasta menjadi faktor kunci, khususnya dalam penyediaan fasilitas pendukung, pengembangan atraksi, serta penyelenggaraan hiburan yang berdaya tarik tinggi. Keberagaman objek wisata yang tersebar di berbagai wilayah sesungguhnya merupakan potensi besar yang, apabila dikelola secara optimal, dapat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan daerah sekaligus memperkuat daya saing destinasi pariwisata.⁹⁶

4.8.1 Pengaruh Atraksi Terhadap Minat Revisitasi Wisatawan Pada Destinasi Wisata Halal di Provinsi Aceh

Atraksi wisata merupakan elemen fundamental dalam sistem kepariwisataan yang berfungsi sebagai sumber utama ketertarikan wisatawan terhadap suatu destinasi.⁹⁷

Atraksi mencakup berbagai bentuk keunikan dan kekhasan yang bersumber dari potensi alam, budaya, maupun hasil

⁹⁶ *Ibid*, H. 44.

⁹⁷ Anju Pardamean Pasaribu & Tri Utari Ismayuni, *Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Eden 100, Jurusan Manajemen Pariwisata, STIM Sukma Medan*, 17 (1), (2023), H. 510-24.

kreasi manusia, yang memiliki nilai estetika, edukatif, dan rekreatif.

Keberadaan atraksi menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan wisatawan untuk memilih satu destinasi dibandingkan destinasi lainnya, sekaligus menjadi penggerak utama terjadinya perjalanan wisata. Secara konseptual, atraksi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori, antara lain atraksi alam, budaya, event atau kegiatan khusus, rekreasi, serta hiburan, yang secara keseluruhan berperan dalam membentuk citra dan daya saing destinasi wisata.

Daya tarik wisata yang dikelola secara optimal tidak hanya mampu menarik kunjungan wisatawan, tetapi juga mempertahankan lama tinggal serta memenuhi kebutuhan dan ekspektasi wisatawan secara berkelanjutan. Untuk mencapai tujuan tersebut, atraksi harus didukung oleh ketersediaan aktivitas wisata dan objek pendukung yang berada dalam kondisi baik serta dikelola secara profesional.⁹⁸

Hasil penelitian ini mengungkapkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel atraksi dan minat revisitasi wisatawan pada destinasi wisata di Provinsi Aceh, khususnya di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas, keberagaman, dan pengelolaan atraksi wisata, maka semakin kuat pula dorongan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Secara empiris, hal tersebut dibuktikan melalui hasil uji parameter parsial (uji t) terhadap hipotesis alternatif pertama (H_{a1}), di mana variabel atraksi (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,900, yang lebih besar dibandingkan nilai t_{tabel} sebesar 1,967, serta didukung oleh nilai signifikansi 0,004 yang berada di bawah tingkat

⁹⁸ *Ibid*, H. 25.

kepercayaan $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata memiliki kontribusi yang bermakna dalam meningkatkan minat revisitasi wisatawan. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan dan inovasi atraksi sebagai strategi utama dalam pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Hasil penelitian ini mengonfirmasi konsistensi temuan empiris dalam kajian pariwisata yang menyatakan bahwa atraksi wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat revisitasi wisatawan. Atraksi tidak hanya berfungsi sebagai faktor penarik awal (*pull factor*), tetapi juga berperan sebagai determinan utama dalam pembentukan pengalaman wisata (*tourism experience*) yang berkesan dan bernilai. Kualitas, keunikan, kelangkaan, serta keberlanjutan pengelolaan atraksi terbukti mampu membentuk persepsi positif wisatawan terhadap destinasi, yang selanjutnya mendorong meningkatnya kecenderungan untuk melakukan kunjungan ulang. Hal ini sejalan dengan pandangan Harahap (2020) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata memiliki ciri khas, keunikan, dan keutuhan yang menjadi elemen penting dalam menarik minat wisatawan, serta dengan Salim et al. (2022) yang memaknai atraksi wisata sebagai aset alam, budaya, maupun buatan manusia yang bernilai dan menarik.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan studi Helsy Erlinda dan Tamam (2025) yang menyimpulkan bahwa daya tarik wisata, khususnya yang berbasis keindahan alam dan pengalaman rekreasi, berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi. Konsistensi hasil ini diperkuat oleh berbagai penelitian terdahulu, antara lain Salim et al. (2022), Ngajow et al. (2021), Sucipto (2022), Ningtiyas dan

Alvianna (2021), serta Aso et al. (2019), yang secara empiris membuktikan bahwa atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Secara teoretis, kondisi tersebut menegaskan bahwa atraksi wisata merupakan variabel kunci dalam membangun kepuasan, keterikatan emosional, dan loyalitas wisatawan. Dengan demikian, penguatan dan pengembangan atraksi wisata yang autentik, berkualitas, dan berkelanjutan menjadi strategi fundamental dalam meningkatkan daya saing destinasi serta mempertahankan minat kunjungan ulang wisatawan.⁹⁹

4.8.2 Pengaruh Atraksi Terhadap Minat Revisitasi Wisatawan Pada Destinasi Wisata Halal di Provinsi Aceh

Aksesibilitas merupakan elemen penting yang menunjang aktivitas perjalanan wisata, karena berkaitan langsung dengan ketersediaan sarana dan kemudahan transportasi dalam menjangkau suatu destinasi. Setiap perjalanan membutuhkan moda transportasi yang memadai, dan seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan serta teknologi, berbagai alternatif transportasi kini semakin efisien dan layak digunakan. Perkembangan tersebut secara tidak langsung turut mendukung dan mendorong pertumbuhan sektor pariwisata.¹⁰⁰

Secara konseptual, aksesibilitas merujuk pada tingkat keterjangkauan suatu destinasi atau objek wisata, baik dari aspek fisik maupun sosial. Aksesibilitas fisik umumnya

⁹⁹Gustina Afriani, dkk. *Pengaruh Atraksi Wisata Dan Keamanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Parangtritis, Jurnal Pringgitan*, 5 (2), (2024), H. 79.

¹⁰⁰Heni Nurhayati, dkk. *Pengaruh Atraksi, Amenitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan Lokal (Studi Di 4 Destinasi Wisata Kabupaten Penajam Paser Utara), Journal Of Management And Social Sciences (Jimas)*, 3 (1), (2024), H. 86.

mencakup ketersediaan dan kualitas infrastruktur pendukung, seperti jaringan jalan, jembatan, serta sistem penunjuk arah berupa *signage*, termasuk rambu penunjuk arah dan rambu pendahulu pengarah jurusan. Keberadaan sarana tersebut berperan penting dalam memudahkan wisatawan untuk mencapai lokasi tujuan secara efisien dan aman.¹⁰¹

Selain itu, tingkat aksesibilitas suatu wilayah juga dapat diukur melalui sejumlah indikator, antara lain ketersediaan jaringan jalan, jumlah dan keberagaman moda transportasi, serta kondisi fisik jalan yang meliputi panjang dan lebar jalan. Semakin baik indikator-indikator tersebut terpenuhi, semakin tinggi pula tingkat aksesibilitas suatu destinasi wisata, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kenyamanan perjalanan dan mendorong minat wisatawan untuk berkunjung maupun melakukan kunjungan ulang.

Secara umum, aksesibilitas dipahami sebagai tingkat kemudahan yang dirasakan wisatawan dalam mencapai suatu lokasi wisata dengan biaya yang relatif terjangkau. Kemudahan ini mencakup jarak tempuh, kondisi infrastruktur, kecepatan perjalanan yang didukung teknologi modern, serta ketersediaan sarana transportasi menuju destinasi wisata. Temuan penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas memberikan pengaruh positif terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik dan meningkatnya tingkat aksesibilitas suatu destinasi, maka minat pengunjung untuk datang dan melakukan kunjungan ke objek wisata tersebut juga akan semakin tinggi.

Hasil penelitian ini secara empiris tidak menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara aksesibilitas dan

¹⁰¹Rossadi & Widayati, "Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta."

minat revisitasi wisatawan pada destinasi wisata di Provinsi Aceh, khususnya di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang. Meskipun secara konseptual aksesibilitas meliputi kemudahan transportasi, keterjangkauan lokasi, serta kualitas infrastruktur pendukung dipandang sebagai faktor penting dalam mendorong kunjungan ulang, temuan statistik dalam penelitian ini belum memberikan dukungan yang memadai terhadap asumsi tersebut.

Secara statistik, temuan ini diperkuat melalui hasil pengujian parameter parsial menggunakan uji t terhadap hipotesis alternatif kedua (H_{a2}). Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 1,844, yang lebih kecil dibandingkan t tabel sebesar 1,967. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,066, yang lebih besar dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ ($0,066 > 0,05$). Berdasarkan kriteria pengujian tersebut, maka H_0 tidak dapat ditolak dan H_{a2} ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas tidak terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat revisitasi wisatawan pada destinasi wisata di Provinsi Aceh, khususnya di wilayah Kota Banda Aceh dan Kota Sabang.

Meskipun demikian, secara teoretis sebagaimana dikemukakan oleh Maskim & Fianto (2025) menegaskan bahwa suatu objek wisata yang tidak didukung oleh aksesibilitas yang memadai akan mengalami hambatan dalam proses pengembangannya, meskipun memiliki atraksi yang menarik. Aktivitas kepariwisataan tetap sangat bergantung pada sistem transportasi dan komunikasi, karena faktor jarak dan waktu merupakan determinan penting dalam keputusan perjalanan wisata. Oleh karena itu, meskipun dalam penelitian ini aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan secara parsial, variabel tersebut

tetap memiliki peran strategis dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing destinasi wisata.¹⁰²

4.8.3 Pengaruh Amenitas Terhadap Minat Revisitasi Wisatawan Pada Destinasi Wisata Halal di Provinsi Aceh

Amenitas merupakan salah satu komponen penting dalam pengembangan destinasi pariwisata karena berfungsi untuk menunjang kenyamanan serta memenuhi kebutuhan wisatawan selama berada di lokasi tujuan. Suatu destinasi wisata pada umumnya menyediakan beragam fasilitas pendukung, seperti akomodasi (hotel atau penginapan), area parkir, pusat perbelanjaan, ruang pengelolaan, kamar mandi, dan toilet. Fasilitas-fasilitas tersebut pada dasarnya disediakan oleh pengelola destinasi sebagai sarana pelayanan agar wisatawan dapat menikmati daya tarik wisata secara optimal.¹⁰³

Secara konseptual, fasilitas atau amenitas mencakup seluruh bentuk layanan tambahan yang dapat dimanfaatkan wisatawan untuk memenuhi kebutuhan dasar maupun penunjang selama kunjungan. Destinasi wisata yang baik idealnya dilengkapi dengan pilihan penginapan, tempat makan, toilet umum, area istirahat, toko souvenir, tempat parkir, hingga sarana peribadatan. Dalam konteks pariwisata, istilah *amenity* merujuk pada berbagai fasilitas yang tersedia di destinasi, seperti akomodasi, restoran, transportasi lokal, serta sarana komunikasi yang dapat digunakan wisatawan selama berada di lokasi tersebut.

Amenitas wisata juga dipahami sebagai segala bentuk fasilitas yang berfungsi untuk mengakomodasi wisatawan

¹⁰²Yosep F. Maskim and Achmad Yanu Alif Fianto, “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas Pariwisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Kepulauan Kei, Kabupaten Maluku Tenggara,” *Neraca Manajemen, Ekonomi* 15, no. 12 (2025): 1–14.

¹⁰³*Ibid.*

yang tinggal sementara di destinasi wisata, sehingga memungkinkan mereka untuk beraktivitas, berinteraksi, dan menikmati pengalaman wisata yang ditawarkan. Fasilitas tersebut meliputi penginapan, restoran, sarana rekreasi dan hiburan, jasa transportasi, serta fasilitas penunjang lainnya seperti toko cendera mata, penyedia air bersih, dan toilet. Dengan demikian, amenitas dapat dipandang sebagai suatu sistem fasilitas yang saling melengkapi dan terintegrasi dalam mendukung kegiatan pariwisata.¹⁰⁴

Beberapa ahli menegaskan bahwa amenitas merupakan rangkaian fasilitas yang disediakan oleh suatu destinasi untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan wisatawan yang berkunjung. Rusvitasari dan Solihin (2014) menyatakan bahwa amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi, restoran, toilet umum, rest area, toko souvenir, tempat parkir, serta tempat ibadah yang seharusnya tersedia di suatu destinasi wisata. Sementara itu, Cahyani dan Aditya (2014) memaknai amenitas sebagai berbagai fasilitas seperti penginapan, restoran, transportasi lokal, dan sarana komunikasi yang mendukung mobilitas dan aktivitas wisatawan di destinasi.

Lebih lanjut, (Irawati dan Rif'an, 2023) menjelaskan bahwa fasilitas wisata merupakan seluruh sarana yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal sementara di daerah tujuan wisata, sehingga mereka dapat menikmati dan berpartisipasi dalam berbagai aktivitas yang tersedia dengan nyaman. Sejalan dengan pandangan tersebut, (Arifin & Waluyo, 2022) mengelompokkan fasilitas wisata ke dalam akomodasi,

¹⁰⁴Noni Ahvalun Nisvi, "Analisis Konsep 3A (Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas) Dalam Pengembangan Wisata Religi Makam Ki Ageng Tarub Desa Tarub Kecamatan Tawangharjo Kabupaten Grobogan," Eprints.Walisongo.Ac.Id, no. Md (2021): 1–107.

restoran, usaha rekreasi dan hiburan, transportasi, serta sarana pendukung lainnya seperti toko souvenir, penyedia air, dan toilet. Dengan demikian, amenities dapat disimpulkan sebagai elemen krusial yang tidak hanya mendukung operasional destinasi wisata, tetapi juga berperan besar dalam membentuk kualitas pengalaman dan kepuasan wisatawan.¹⁰⁵

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara empiris tidak terdapat hubungan yang signifikan antara amenities dan minat revisitasi wisatawan pada destinasi wisata di Provinsi Aceh, khususnya di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang. Meskipun secara konseptual semakin baik dan lengkap amenities yang tersedia dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan, temuan statistik dalam penelitian ini belum mendukung asumsi tersebut secara signifikan.

Berdasarkan hasil pengujian parameter parsial melalui uji t terhadap hipotesis alternatif ketiga (H_{a3}). Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel amenities (X_3) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,650, sedangkan nilai t_{tabel} ($0,650 < 1,967$), maka variabel amenities tidak memenuhi kriteria signifikansi. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,516 lebih besar daripada taraf kepercayaan (α) = 0,05 ($0,516 > 0,05$).

Dengan demikian, amenities tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat revisitasi wisatawan di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan kunjungan ulang lebih dipengaruhi oleh faktor lain di luar amenities.

¹⁰⁵Fajar Subeni, & Rida Rizkyta. Pengaruh Atraksi Dan Amenitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Lengkong Culinary Night Di Lengkong Kecil Kota Bandung. *Jurnal Pringgitan*, 5(1), (2022), H. 28.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil evaluasi, analisis pengujian data, serta pembahasan temuan penelitian yang telah dilakukan, peneliti merumuskan beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

1. Atraksi wisata terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat revisitasi wisatawan di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *koefisien* sebesar 0,185 dengan *p-value* sebesar 0,004 ($< 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan atraksi wisata yang berkualitas, memiliki keunikan, serta dikelola secara optimal tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik awal, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman wisata yang berkesan bagi pengunjung, sehingga mendorong keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Dengan demikian, penguatan dan pengembangan atraksi wisata dapat dipandang sebagai faktor strategis dalam meningkatkan keberlanjutan kunjungan wisatawan ke destinasi Kota Banda Aceh dan Kota Sabang.
2. Aksesibilitas menunjukkan arah hubungan yang positif terhadap minat revisitasi wisatawan, namun tidak berpengaruh signifikan secara statistik. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,095 dengan *p-value* sebesar 0,066, yang lebih besar dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ ($0,066 > 0,05$). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh signifikan aksesibilitas terhadap minat kunjungan ulang tidak dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun kemudahan transportasi, keterjangkauan lokasi, dan kualitas infrastruktur pendukung memiliki kecenderungan hubungan yang searah dengan minat revisitasi, faktor

tersebut belum menjadi determinan utama dalam mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung ke Kota Banda Aceh dan Kota Sabang. Secara parsial, pengaruh aksesibilitas terhadap peningkatan minat kunjungan ulang belum terbukti signifikan dalam penelitian ini.

3. Amenitas memiliki arah hubungan yang positif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi wisatawan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,032 dengan *p-value* sebesar 0,516, yang lebih besar dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ ($0,516 > 0,05$). Dengan demikian, secara statistik variabel amenitas tidak terbukti memengaruhi minat kunjungan ulang, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh signifikan tidak dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun fasilitas pendukung seperti akomodasi, tempat makan, sarana ibadah, area parkir, dan fasilitas lainnya berkontribusi dalam menciptakan kenyamanan dan pengalaman wisata, faktor tersebut belum menjadi determinan utama dalam mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung ke Kota Banda Aceh dan Kota Sabang. Secara parsial, pengaruh amenitas terhadap peningkatan minat revisitasi belum terbukti signifikan dalam penelitian ini.
4. Atraksi, aksesibilitas, dan amenitas secara simultan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat revisitasi wisatawan di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang. Meskipun secara parsial hanya variabel atraksi yang terbukti berpengaruh signifikan, ketiga variabel tersebut secara kolektif memberikan kontribusi yang bermakna dalam menjelaskan peningkatan minat kunjungan ulang wisatawan. Temuan ini mengindikasikan bahwa minat revisitasi terbentuk melalui kombinasi berbagai aspek destinasi yang saling melengkapi. Atraksi wisata yang berkualitas menjadi faktor utama, namun

tetap memerlukan dukungan aksesibilitas dan amenitas untuk menciptakan pengalaman wisata yang menyeluruh. Oleh karena itu, pengelolaan destinasi secara terintegrasi menjadi strategi penting dalam mendorong loyalitas wisatawan dan memperkuat daya saing destinasi di Kota Banda Aceh dan Kota Sabang.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi (X1), aksesibilitas (X2), dan amenitas (X3) memiliki arah hubungan positif terhadap minat revisitasi wisatawan di Provinsi Aceh, khususnya pada destinasi Kota Banda Aceh dan Kota Sabang. Namun, berdasarkan pengujian secara parsial, hanya variabel atraksi yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Sementara itu, aksesibilitas dan amenitas meskipun menunjukkan hubungan yang searah, tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik. Adapun pengujian secara simultan menegaskan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat revisitasi. Hal ini mengindikasikan bahwa minat kunjungan ulang terbentuk melalui kombinasi berbagai aspek destinasi yang saling melengkapi. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata yang berkelanjutan perlu difokuskan pada penguatan atraksi sebagai faktor utama, dengan tetap memperhatikan peningkatan aksesibilitas dan amenitas guna menciptakan pengalaman wisata yang terintegrasi serta memperkuat daya saing destinasi di wilayah tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil temuan empiris dan kesimpulan yang telah diuraikan, penelitian ini mengajukan sejumlah rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi masukan strategis bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam upaya meningkatkan minat revisitasi wisatawan di

Provinsi Aceh, khususnya pada destinasi wisata Kota Banda Aceh dan Kota Sabang. Rekomendasi ini dirumuskan sebagai implikasi praktis dan akademis dari hasil penelitian, dengan rincian sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah diharapkan dapat memperkuat perannya dalam pengembangan pariwisata melalui perencanaan dan kebijakan yang berorientasi pada peningkatan kualitas atraksi, aksesibilitas, dan amenities secara terintegrasi. Upaya ini dapat dilakukan melalui peningkatan infrastruktur transportasi, penguatan konektivitas antar destinasi, serta pengembangan atraksi wisata yang berkelanjutan dan berbasis kearifan lokal. Selain itu, pemerintah perlu mendorong kolaborasi lintas sektor serta memastikan keberlanjutan pengelolaan destinasi agar mampu menciptakan pengalaman wisata yang konsisten dan berdaya saing tinggi.

2. Bagi Pelaku Industri Pariwisata

Pelaku industri pariwisata, termasuk pengelola destinasi, akomodasi, dan jasa pendukung wisata, diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang disediakan kepada wisatawan. Inovasi dalam pengelolaan atraksi, peningkatan standar pelayanan, serta pemanfaatan teknologi digital dalam promosi dan pelayanan wisata menjadi aspek penting untuk memperkuat kepuasan dan keterikatan wisatawan. Dengan demikian, industri pariwisata tidak hanya berfokus pada kunjungan awal, tetapi juga mampu membangun loyalitas wisatawan melalui pengalaman wisata yang berkesan.

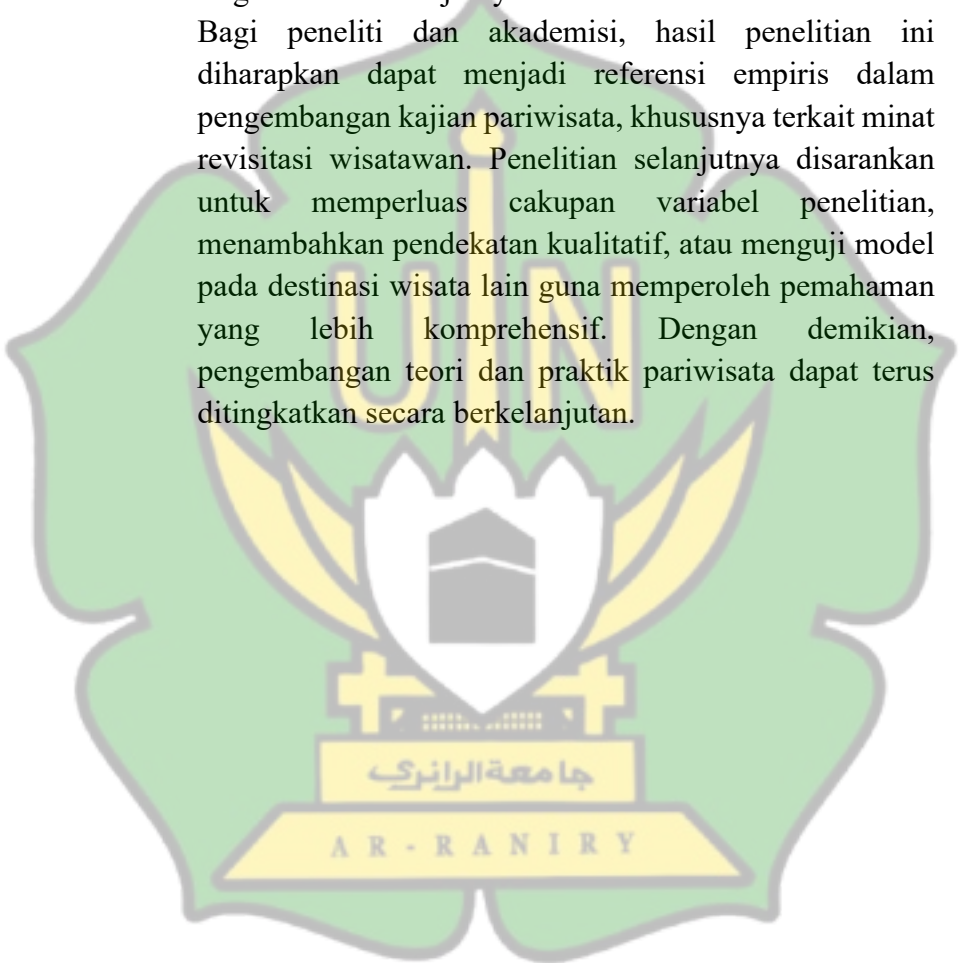
3. Bagi Masyarakat Lokal

Masyarakat lokal diharapkan dapat berperan aktif sebagai bagian integral dalam pengembangan pariwisata daerah. Partisipasi masyarakat dalam menjaga kebersihan, kelestarian lingkungan, serta pelestarian budaya dan nilai-

nilai lokal akan memperkuat citra destinasi wisata. Selain itu, keterlibatan masyarakat dalam penyediaan produk dan jasa wisata berbasis komunitas dapat menciptakan manfaat ekonomi yang berkelanjutan sekaligus meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya dan Akademisi

Bagi peneliti dan akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi empiris dalam pengembangan kajian pariwisata, khususnya terkait minat revisitasi wisatawan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel penelitian, menambahkan pendekatan kualitatif, atau menguji model pada destinasi wisata lain guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Dengan demikian, pengembangan teori dan praktik pariwisata dapat terus ditingkatkan secara berkelanjutan.



DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, G. M., Nur S, Meiana M. H., and Syaifulloh. (2025). Pengaruh Atraksi Wisata Dan Keamanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Parangtritis. *Pringgitan* 5(2). 129. <https://doi.org/10.47256/prg.v5i2.740>.
- Ahmadsyah, I., Abdullah I, H., & Jalaluddin. (2022). Wisata Halal Aceh (Tinjauan Ekonomi Syariah).
- Annio Nasution. (2023) Analisis Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9(1) 2.
- Arifin. (2020) Landasan Teori *Dasar-Dasar Ilmu Politik* 2(1). 275-76.
- Basra, Alfaathir. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Wisata Halal Dan Loyalitas Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Pada Kota Banda Aceh).
- Distianti, S., & Ibadillah, M. N. (2021). Implementasi Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah pada biro perjalanan wisata syariah. *Jurnal Alfatih Global Mulia*, 3(1), 26.
- Fadilla, Hasana. (2024). Pengembangan Sektor Pariwisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Daerah Di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance* 2(1). 36–43. <https://doi.org/10.70437/benefit.v2i1.375>.
- Ferdiansyah H., Cipta E., Heryadi R., U. L. S. K. (2020). Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Development of Halal Tourism in Indonesia Through Smart Tourism Concept. *Journal of Sustainable Tourism Research*, 2(1), 30–34.
- Faoziyah, F., & Roby S. (2022) Studi Program, Fakultas

Manajemen, Dan Ekonomi, Universitas Muhadi Bisnis, Kabupaten Setiabudi, Jawa Brebes, and Indonesia Tengah. “Pengaruh Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2). 4801–10.

Fitriyatus Sholichah, L., & Mardikaningsih, R. (2023). Pengaruh citra destinasi dan religiusitas terhadap minat berkunjung wisata halal. *Currency: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2), 497.

Ghozali, Imam. (2015) Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hayu, Diyah. (2024). Potensi Pengembangan Halal Tourism Pada Destinasi Wisata Sendang Kun Gerit Kabupaten Sragen. 108.

Halawa, K., & Listyorini, H. (2025). Provision and development of tourism amenities in the context of tourist comfort and sustainability in the economic, sociocultural and environmental identity of tourism villages. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 5(2), 375.

Hidayat, A., Yamin, A., & Anggara, M. (2024). Analisis Kualitas Layanan, Inovasi Produk Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang (Studi Kasus Pada Obyek Wisata Pantai Balat Di Kabupaten Sumbawa Barat). *Jurnal Dimensi*. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms/issueiew/499>

Iranita & Alamsyah. (2019). Pengaruh citra dan aksesibilitas wisata terhadap minat kunjung ulang wisatawan ke wisata bahari Desa Benan. *Jurnal Bahtera Inovasi*, 2(2). Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Jaelani, A., et al. (2025). Pengaruh aksesibilitas, word of mouth, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Pantai Pasir Putih Situbondo. *Jurnal Ilmiah dan*

Kewirausahaan, 5(2), 167–186.

Kadafi, H., Yusrini. (2024). Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi Dan Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Wisatawan Generasi Z Berkunjung Kembali Ke Kota Tua Jakarta. 1(1). 28.

Kurniawan, R., & Sengaji, Z. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Objek Wisata Pantai Marina Kalianda Lampung Selatan The Influence of Tourist Attractions and Destination Image on Tourists ' Revisit Interests at the Marina Kalianda Beach Tourist Attraction , South Lampung . 5(1), 862–877.

Laswati, Zahra. (2024). Pengaruh Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Agro Eduwisata Organik Mulyaharja. 1–137.

Lestari. (2023). Analisis Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan (Studi Kasus Wisata Di Aceh). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 112.

Leylita Novita Rossadi, & Endang Widayati. (2024). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2), 109–116.
<https://doi.org/10.36594/jtec/cwkvga87>

Maskim, Yosep F., & Fianto A. Y., (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas Pariwisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Kepulauan Kei, Kabupaten Maluku Tenggara. *Neraca Manajemen, Ekonomi* 15(12). 1–14.

Maula, Indana. (2023). Pengaruh Aksesibilitas, Word Of Mouth, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Tanjung Pakis Karawang Jawa Barat. 32(3) 167–86.

- Makalew, A. J. L., Mananeke, L., Ch, D. A., & Linting, . A. (2019). Analysis of Factors that Influence Revisit Intention of Tourism Interest in Tourism Object in Alam Batu Angus di Bitung. *Jurnal EMBA*, 7(3), 2631–2640.
- Muhammad Lutfi Afandi. (2024). Pengaruh atraksi, aksesibilitas, amenitas, akomodasi, dan aktifitas terhadap kepuasan wisatawan pada Kawasan malioboro. *Universitas Dinamika*, 1(5), 114.
- Mawardi, A, & Sufriadi D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Kota Sabang. *Jurnal EMT KITA* 7(2). 557–62.
<https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1234>.
- Ningsih, C. (2024). Pengaruh Penggunaan Artificial Intellegence (Ai), Digital Marketing Dan Celebrity Endorsement Terhadap Perkembangan Bisnis (E-Commerce) Dengan Pengalaman Usaha Sebagai Variabel Moderasi Di Provinsi Aceh.” *Repository Uin Ar-Raniry*. 2(2). 196–206.
- Nisvi A, Noni. (2021). Analisis Konsep 3A (Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas) Dalam Pengembangan Wisata Religi Makam Ki Ageng Tarub Desa Tarub Kecamatan Tawangharjo Kabupaten Grobogan. *Eprints.Walisongo.Ac.Id*. 1–107.
- Nurhayati, Rukaiyah, & Suyuthi. (2024). Pengaruh Atraksi, Amenitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan Lokal (Studi Di 4 Destinasi Wisata Kabupaten Penajam Paser Utara). *Journal of Management and Social Sciences JIMAS* 3(1). 254–72.
- Nurjanah, M., & Budiati, Y., (2019). Jurnal USM Rumus Cochran. *Eskripsi.Usm.Ac.Id*. 35–46. <https://eskripsi.usm.ac.id/detail-B11A-801.html>.
- Nurlaila. (2022). Tradisi Dan Budaya Toleransi Dalam Tinjauan Sejarah Di Aceh. *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-*

Agama. 2(2). 116. <https://doi.org/10.22373/arj.v2i2.13892>.

Nurbaeti, dkk. (2022). Pengaruh komponen 4A pariwisata terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada Telaga Biru Cisoka, Kabupaten Tangerang, Banten. *Jurnal Kawistara, Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, Jakarta*.

Pasaribu, Pardamean A, & Ismayuni T. U., (2023). Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Eden 100 Anju Pardamean Pasaribu Jurusan Manajemen Pariwisata , STIM Sukma Medan, Indonesia Tri Utari Ismayuni Jurusan Manajemen Pariwisata , STIM Sukma Medan , Indonesia Abstrak. 17(1). 510–24.

Permana, D., & Qadariyah, L. (2023). Analisis potensi penerapan konsep pariwisata halal pada destinasi Desa Wisata Watu Kandang Kabupaten Trenggalek. *Finace: Journal on Islamic Finance*, 9(2), 275.

Pusparani, P. (2023). Pengaruh Faktor Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Kota Banda Aceh). *YUME: Journal of Management*. 2(1). 113.

Putri, & Nurhasanah. (2024). Pengaruh Faktor Attractiveness, Service, Accessibility Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Berpotensi Halal Tourism Istana Siak Sri Indrapura. *Tesis*. 20–20.

Pranika, R., Ghofur, R., Madnasir, Zaelani, A., & Fasa, M. (2023). Analysis Of The Global Muslim Travel Index (Gmti) Muslim-Friendly Tourism In Improving Community Economy Reviewed From An Islamic Economic Jimea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 7(3), 1267–1284. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3535>

Rizkyta, S. (2022). Terhadap Kepuasan Wisatawan Lengkong Culinary Night Di Lengkong Kecil. 5(1). 14–22.

- Rossadi, L. & Widayati, E., Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic* 1(2). 2018: 109-116.
- Rossadi, N. L., & Widayati, E., (2024). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2). 109–16. <https://doi.org/10.36594/jtec/cwkvga87>.
- Ramadhani A., Silvi., Kusumaningayu I., & Bintarjo B. (2023). Identifikasi Pengembangan Pariwisata Berdasarkan 3a (Atraksi, Aksesibilitas, Dan Amenitas) Pada Kampung Semanggi Surabaya. *Jurnal Pariwisata Indonesia* 19, no. 2 53-62. <https://doi.org/10.53691/jpi.v19i2.396>.
- Ramadhan, S., Wisanggara, R., Rama, A. S., & Putri, T. A. (2024). Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan dan Dampak Moderasi Religiusitas di Sumatera Barat. 10(01), 511–521.
- Rachman, A. (2023). Impact Of Implementation Of Halal Tourism In West Nusa Tenggara Province : Maqā Ṣ Id Al- Sharīa Perspective 20(1), 17–36. <https://doi.org/10.21154/justicia.v20i1.5173>
- Rifani, B. Y., & Ayuningsih, A. (2025). Revitalizing Historical Tourism Destination Through Gamification and Storytelling: a Case Study of the Warungboto Site in Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 19(1), 30. <https://doi.org/10.47256/kji.v19i1.690>
- Sefira V. M., (2023). Pengaruh Atraksi Budaya, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Ke Objek Wisata Istanobasa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar. 3(2). 43.

Sufi, R, dkk. (1997). Sejarah Kotamadya Banda Aceh. *Balai Kajian Sejarah Dan Nilai Tradisional Banda Aceh*. 70.

Susie Surya, & Nawarti Bustamam. (2021). Potensi Pengembangan Pariwisata Halal dan Dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provisnsi Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(2), 146–162. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>

Supriati, F. E., et al. (2024). Application of the Cochran-Orcutt method in analyzing the impact of water quality dynamic on the growth of vannamei shrimp (*Litopenaeus vannamei*). *Jurnal Statistika*, 12(2), 35–46.

Subeni, F., & Rizkyta, R. (2022). Terhadap Kepuasan Wisatawan Lengkong Culinary Night Di Lengkong Kecil ., 5(1), 14–22.

Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.

Susie, S. & Bustamam, N., (2021). Potensi Pengembangan Pariwisata Halal Dan Dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provisnsi Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*. 32(2). 146–62. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>.

Sinaga, O. S., Candra, V., & Putri, D. E. (2020). Peran fasilitas dan harga dalam mendorong minat berkunjung pada masa Covid-19: Studi pada Taman Hewan Kota Pematangsiantar. *Jurnal Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, September, 431–438.

Suryani, D. D. (2017). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Pulau Pahawang Lampung: Studi kasus pada wisatawan pecinta snorkeling di Pulau Pahawang Lampung (Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta).

Somadi, Cupian, & Amelia, H. Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke

Wisata Hal. 9(1), 2024: 1–19.

Wahyudi, W. (2023). Tourist Perceptions of Tourism Object in Central Aceh. *Tourism, Hospitality And Culture Insights*.

Wahim, I. (2023). The Effects of Attraction, Promotion and Accessibility on Revisiting Intention to Tana Toraja, South Sulawesi, Indonesia. *Journal of Mandalika Review*.
<https://doi.org/10.55701/mandalika.v2i1.8>

Wahyuni, Sri. (2021). Perbandingan Relatif Kualitas Atrkasi Wisata Pangandaran Terhadap Destinasi Wisata Kelas Dunia. *Itenas Reprsitory*. 10–21.
<http://eprints.itenas.ac.id/id/eprint/1405>.

Yunizar, M. (2022). Analisis Potensi Pariwisata Halal Bagi Kesejahteraan Pelaku Umkm Di Kota Sabang.

Yusuf, M Y. (2019). HKI Laporan Penelitian Wisata Halal Di Aceh: Potensi, Peluang Dan Tantangan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat. *Repository.ar-raniry.ac.id*.

Zalikha. (2015). Peluang Dan Tantangan Pelaksanaan Wisata Di Kota Sabang. *Jurnal Al Bayan*. 21(31). 90–107.

LAMPIRAN 1 : Surat Keterangan Pembimbing Tesis Dan Surat Pengantar Penelitian

KEPUTUSAN DIREKTUR PASCASARJANA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Nomor: 1064/Un.08/Ps/12/2025

Tentang:

PENUNJUKAN PEMBIMBING TESIS MAHASISWA

DIREKTUR PASCASARJANA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

- Menimbang : 1. bahwa untuk menjamin kelancaran penyelesaian studi pada Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh dipandang perlu menunjuk Pembimbing Tesis bagi mahasiswa;
2. bahwa mereka yang namanya tercantum dalam Keputusan ini, dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diangkat sebagai Pembimbing Tesis.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
3. Keputusan Menteri Agama Nomor 156 Tahun 2004 tentang Pedoman/Pengawasan, Pengendalian dan Pembinaan Diploma, Sarjana, Pascasarjana Pada Perguruan Tinggi Agama;
4. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 Tahun 2015 tentang STATUTA UIN Ar-Raniry;
5. Keputusan Dirjen Binbaga Islam Departemen Agama R.I. Nomor 40/E/1988 tentang Penyelenggaraan Program Pascasarjana IAIN Ar-Raniry di Banda Aceh;
6. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015 tanggal 2 Januari 2015 tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur Pascasarjana dalam lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
- Memperhatikan : 1. Hasil Seminar Proposal Tesis Semester Ganjil Tahun Akademik 2025/2026, pada hari Selasa tanggal 30 September 2025.
2. Keputusan Rapat Pimpinan Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada hari Senin Tanggal 29 Desember 2025.
3. Berdasarkan surat permohonan mahasiswa yang bersangkutan untuk ganti pembimbing tesis.
- MEMUTUSKAN:**
- Menetapkan Kesatu : Menunjuk:
1. Dr. Muhammad Zulhili, MA
2. Dr. Jalaluddin, MA
- Sebagai Pembimbing Tesis yang diajukan oleh:
- N a m a** : Khairizal Wahid
N I M : 221008047
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Faktor Aktraksi, Aksesibilitas dan Amenitas terhadap Minat Revisitas (Intentions) ke Destinasi Wisata Halal di Aceh
- Kedua : Pembimbing Tesis bertugas untuk mengarahkan, memberikan kritik konstruktif dan bimbingan Tesis sehingga dianggap memenuhi standar untuk memperoleh gelar Magister.
- Ketiga : Kepada Pembimbing Tesis yang namanya tersebut di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- Keempat : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan.
- Kelima : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir pada tanggal 31 Agustus 2026 dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.
- Keenam : Dengan berlakunya SK ini, Maka SK No. 917/Un.08/Ps/11/2025 dinyatakan tidak berlaku lagi.

Ditetapkan di Banda Aceh
Pada tanggal 29 Desember 2025
Direktur

Sri Mulyanti



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY Banda Aceh
PASCASARJANA**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh Telp/Fax : 0651-752921

Nomor : B-2627/Un.08/Ps.1/PP.00.09/11/2025

Lamp : -

Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,

Dinas kebudayaan dan pariwisata Aceh

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pascasarjana UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : KHAIRIZAL WAHID / 221008047

Semester/ : / Ekonomi Syariah

Jurusan

Alamat : TAMAN RATU SRI SAFIATUDDIN MUJAIR LAMBAROSKEP
sekarang

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Pascasarjana bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Tesis/Disertasi dengan judul **Analisis faktor Aktraksi, akar ukiran dan amenitas Wisatawan terhadap Revisitasi ke destinasi Wisata halal Di Aceh**

Banda Aceh, 20 November 2025

Wakil Direktur



Prof. Dr.T. ZulfikarS.Ag., M.Ed.

Berlaku sampai : 28 Februari 2026

NIP. 197804302001121002



PEMERINTAH ACEH
DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
Jalan Tgk. Chik Kuta Karang Nomor 03 Banda Aceh Kode Pos 23121
Telepon (0651) 26206, 23692, Faksimili (0651) 33723
Email : disbudpar.aceh@acehprov.go.id, Website <http://disbudpar.acehprov.go.id>

SURAT KETERANGAN
NOMOR : 800.1.4.1/1288/2025

Dasar : Surat Wakil Direktur Program Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh Nomor : B-2627/Un.08/Ps.1/PP.00.09/11/2025 tanggal 20 November 2025 perihal Penelitian Ilmiah Mahasiswa.

Menimbang : - Bahwa untuk maksud tersebut diperlukan untuk membantu mahasiswa dalam penelitian ilmiah.

Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh memberikan surat keterangan selesai penelitian kepada :

- a. Nama : Khairizal Wahid
- b. NIM : 221008047
- c. Jurusan : Pascasarjana UINAR Ekonomi Syariah

Untuk :

Melakukan Penelitian Ilmiah Penulisan Tesis/Disertasi yang berjudul Analisis Faktor Aktraksi, Akseibilitas Dan Amenitas Wisatawan Terhadap Revisitasi Ke Destinasi Wisata Halal Di Aceh dan sudah dilaksanakan pada tanggal 22 Desember 2025 di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Banda Aceh, 22 Desember 2025

At. KEPALA DINAS KEBUDAYAAN DAN
PARIWISATA ACEH
SEKRETARIS

SHERLY MARLINA, S. STP, M. SI
PEMBINA TK.
NIP. 198604197006022002

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

LAMPIRAN 2 : Dokumentasi Lapangan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh



5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
5	4	5	5	5	4	28
5	4	5	5	5	4	28
5	4	5	5	5	4	28
5	4	5	5	5	4	28
5	4	5	5	5	4	28
5	4	5	5	5	4	28
5	4	5	5	5	4	28
5	4	5	5	4	4	27
5	4	5	5	4	4	27
5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30

5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	4	5	4	28
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	4	5	5	29
5	5	4	4	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	5	4	28

Amenitas

x3_1	x3_2	x3_3	x3_4	x3_5	x3_6	total x3
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	29
4	5	5	5	5	5	29
4	5	4	5	5	5	28
4	5	4	5	5	5	28
4	5	5	5	5	5	29
4	5	5	5	5	5	29
4	5	5	5	4	5	28
4	5	5	5	4	5	28
4	5	5	5	4	5	28
4	5	5	5	5	5	29
4	5	5	5	5	5	29
4	5	5	5	5	5	29
4	5	4	5	5	5	28
4	5	4	5	5	5	28
4	5	4	5	5	5	28
4	5	4	5	5	4	27
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	5	5	4	28

5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	5	5	29
5	4	4	5	5	5	28
5	4	4	5	5	5	28
5	4	4	5	5	5	28
5	4	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	4	25
5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	5	5	29
4	5	5	5	5	4	28
5	4	5	5	4	4	27
4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	5	5	4	26
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	5	4	26
4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	5	5	28
5	4	4	4	4	4	25
4	5	4	4	4	5	26
5	4	5	4	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30

4	4	4	5	4	4	25
4	5	4	4	4	5	26
4	4	4	4	5	5	26
5	5	4	4	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28
4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	4	26
5	4	4	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	5	4	4	25
5	5	5	5	5	4	29
4	5	4	4	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28
5	4	5	5	4	5	28
5	5	5	5	4	4	28
4	4	5	4	4	4	25
5	5	4	4	4	5	27
5	5	5	4	4	5	28
5	5	4	4	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28
4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	4	26
0	4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	5	4	4	25
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	4	5	28
5	5	4	5	4	5	28
4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	5	4	5	27
4	5	5	5	4	5	28
4	5	5	5	4	5	28
4	5	5	5	4	5	28
4	5	5	5	4	5	28
4	5	5	5	4	5	28
5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	4	5	29

4	5	5	5	5	4	28
5	4	5	5	4	4	27
4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	5	5	4	26
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	5	4	26
4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	5	5	28
5	4	4	4	4	4	25
4	5	4	4	4	5	26
5	4	5	4	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	4	25
4	5	4	4	4	5	26
4	4	4	4	5	5	26
5	5	4	4	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28
4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	4	26
5	4	4	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	4	4	25
5	4	5	5	5	4	28
4	5	4	4	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28
5	4	5	5	4	5	28
5	5	5	5	4	4	28
4	4	5	4	4	4	25
5	5	4	4	4	5	27
5	5	5	4	4	5	28
5	5	4	4	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28
4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	4	26
5	4	4	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	5	4	4	25

5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	4	25

Minat Revisitasi

y_1	y_2	y_3	y_4	y_5	y_6	total y
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	5	26
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	5	5	4	26
4	5	4	4	4	4	25
4	4	5	4	4	4	25
5	5	4	4	5	5	28
5	5	4	5	4	5	28
5	5	4	5	5	4	28
4	5	4	4	4	5	26
4	4	5	4	4	4	25
5	4	5	5	5	5	29
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	4	5	29
5	5	4	5	4	5	28
5	5	4	5	4	5	28

LAMPIRAN 4 : Hasil Output Analisis Menggunakan Aplikasi SPSS

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 3635 days.

```
CORRELATIONS
/VARIABLES=x1_1 x1_2 x1_3 x1_4 x1_5 x1_6 x1
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

Notes

Output Created	17-JAN-2026 15:54:12	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	305
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=x1_1 x1_2 x1_3 x1_4 x1_5 x1_6 x1 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

[DataSet0]

Correlations

		x1_1	x1_2	x1_3	x1_4	x1_5	x1_6	x1
x1_1	Pearson Correlation	1	-.068	.137*	.249**	.006	-.052	.504**
	Sig. (2-tailed)		.237	.017	.000	.913	.364	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x1_2	Pearson Correlation	-.068	1	-.085	-.055	.155**	.000	.411**
	Sig. (2-tailed)	.237		.140	.337	.007	.997	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x1_3	Pearson Correlation	.137*	-.085	1	.209**	.226**	-.059	.574**
	Sig. (2-tailed)	.017	.140		.000	.000	.307	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x1_4	Pearson Correlation	.249**	-.055	.209**	1	.017	-.047	.522**
	Sig. (2-tailed)	.000	.337	.000		.769	.409	.000

	N	305	305	305	305	305	305	305
x1_5	Pearson Correlation	.006	.155**	.226**	.017	1	.070	.463**
	Sig. (2-tailed)	.913	.007	.000	.769		.222	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x1_6	Pearson Correlation	-.052	.000	-.059	-.047	.070	1	.199**
	Sig. (2-tailed)	.364	.997	.307	.409	.222		.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x1	Pearson Correlation	.504**	.411**	.574**	.522**	.463**	.199**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	305	305	305	305	305	305	305

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

RELIABILITY

```

/VARIABLES=x1_1 x1_2 x1_3 x1_4 x1_5 x1_6 x1
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes

Output Created	17-JAN-2026 15:55:20	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	305
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=x1_1 x1_2 x1_3 x1_4 x1_5 x1_6 x1 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.	
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	305	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	305	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.637	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1_1	54.2230	1.621	.334	.607
x1_2	54.2525	1.670	.199	.641
x1_3	54.2426	1.540	.399	.588
x1_4	54.2098	1.627	.370	.600
x1_5	54.1770	1.725	.348	.614
x1_6	54.1705	1.866	.079	.654
x1	29.5705	.483	1.000	.219

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=x2_1 x2_2 x2_3 x2_4 x2_5 x2_6 x2_7
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

Notes

Output Created	17-JAN-2026 15:56:55	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	305
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.

Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=x2_1 x2_2 x2_3 x2_4 x2_5 x2_6 x2 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

Correlations

		x2_1	x2_2	x2_3	x2_4	x2_5	x2_6	x2
x2_1	Pearson Correlation	1	.328**	.197**	.401**	.218**	.124*	.585**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.030	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x2_2	Pearson Correlation	.328**	1	.121*	.170**	.130*	.231**	.536**
	Sig. (2-tailed)	.000		.035	.003	.024	.000	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x2_3	Pearson Correlation	.197**	.121*	1	.215**	.243**	.027	.555**
	Sig. (2-tailed)	.001	.035		.000	.000	.635	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x2_4	Pearson Correlation	.401**	.170**	.215**	1	.318**	.231**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000		.000	.000	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x2_5	Pearson Correlation	.218**	.130*	.243**	.318**	1	.220**	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000	.024	.000	.000		.000	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x2_6	Pearson Correlation	.124*	.231**	.027	.231**	.220**	1	.559**
	Sig. (2-tailed)	.030	.000	.635	.000	.000		.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x2	Pearson Correlation	.585**	.536**	.555**	.641**	.621**	.559**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	305	305	305	305	305	305	305

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

RELIABILITY

```

/VARIABLES=x2_1 x2_2 x2_3 x2_4 x2_5 x2_6 x2
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes

Output Created	17-JAN-2026 16:00:50	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	305
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=x2_1 x2_2 x2_3 x2_4 x2_5 x2_6 x2 /SCALE("ALL VARIABLES") ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.	
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	305	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	305	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2_1	53.1672	5.515	.506	.705
x2_2	53.2066	5.474	.433	.709
x2_3	53.3246	5.240	.419	.704
x2_4	53.2066	5.303	.553	.693
x2_5	53.2525	5.222	.516	.693
x2_6	53.3115	5.248	.427	.703
x2	29.0426	1.561	1.000	.595

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=x3_1 x3_2 x3_3 x3_4 x3_5 x3_6 x3
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

Notes

Output Created	17-JAN-2026 16:03:43	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	305
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=x3_1 x3_2 x3_3 x3_4 x3_5 x3_6 x3 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

Correlations

		x3_1	x3_2	x3_3	x3_4	x3_5	x3_6	x3
x3_1	Pearson Correlation	1	.418**	.290**	.270**	.326**	.259**	.673**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x3_2	Pearson Correlation	.418**	1	.326**	.261**	.399**	.561**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000

	N	305	305	305	305	305	305	305
x3_3	Pearson Correlation	.290**	.326**	1	.539**	.274**	.356**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x3_4	Pearson Correlation	.270**	.261**	.539**	1	.368**	.166**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.004	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x3_5	Pearson Correlation	.326**	.399**	.274**	.368**	1	.440**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x3_6	Pearson Correlation	.259**	.561**	.356**	.166**	.440**	1	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000		.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
x3	Pearson Correlation	.673**	.715**	.685**	.636**	.682**	.664**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	305	305	305	305	305	305	305

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

RELIABILITY

```

/VARIABLES=x3_1 x3_2 x3_3 x3_4 x3_5 x3_6 x3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes

Output Created	17-JAN-2026 16:04:03	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	305
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=x3_1 x3_2 x3_3 x3_4 x3_5 x3_6 x3 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.	

Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.09

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	305	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	305	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3_1	51.5082	12.593	.574	.731
x3_2	51.3803	13.184	.654	.736
x3_3	51.5377	13.026	.609	.735
x3_4	51.4361	13.339	.558	.744
x3_5	51.4525	13.143	.610	.737
x3_6	51.4066	13.295	.593	.741
x3	28.0656	3.858	1.000	.756

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=y_1 y_2 y_3 y_4 y_5 y_6 y
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

Notes

Output Created	17-JAN-2026 16:06:14	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	305
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

Cases Used		Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=y_1 y_2 y_3 y_4 y_5 y_6 y /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

Correlations

		y_1	y_2	y_3	y_4	y_5	y_6	y
y_1	Pearson Correlation	1	.456**	.245**	.527**	.282**	.275**	.681**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
y_2	Pearson Correlation	.456**	1	-.031	.239**	.160**	.091	.468**
	Sig. (2-tailed)	.000		.595	.000	.005	.114	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
y_3	Pearson Correlation	.245**	-.031	1	.179**	.141*	.525**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000	.595		.002	.014	.000	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
y_4	Pearson Correlation	.527**	.239**	.179**	1	.052	.359**	.591**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.366	.000	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
y_5	Pearson Correlation	.282**	.160**	.141*	.052	1	.125*	.537**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.014	.366		.029	.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
y_6	Pearson Correlation	.275**	.091	.525**	.359**	.125*	1	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.114	.000	.000	.029		.000
	N	305	305	305	305	305	305	305
y	Pearson Correlation	.681**	.468**	.634**	.591**	.537**	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	305	305	305	305	305	305	305

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

```

RELIABILITY
/VARIABLES=y_1 y_2 y_3 y_4 y_5 y_6 y
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes

Output Created	17-JAN-2026 16:06:45	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	305
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=y_1 y_2 y_3 y_4 y_5 y_6 y /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.	
Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.08

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	305	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	305	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y_1	53.2361	5.352	.634	.709
y_2	53.3115	5.334	.356	.722

y_3	53.4328	4.825	.511	.691
y_4	53.3049	5.160	.498	.704
y_5	53.4361	5.023	.394	.711
y_6	53.3607	4.850	.596	.683
y	29.0984	1.490	1.000	.606

Frekuensi Data responden

```
FREQUENCIES VARIABLES=x1_1 x1_2 x1_3 x1_4 x1_5 x1_6
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM SEMEAN MEAN MEDIAN
MODE SUM
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

Notes		
Output Created		17-JAN-2026 17:06:24
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	305
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax	FREQUENCIES VARIABLES=x1_1 x1_2 x1_3 x1_4 x1_5 x1_6 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM SEMEAN MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS.	
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.03

Statistics

		Destinasi wisata halal di Aceh memiliki keunikan tersendiri sehingga menarik untuk di kunjungi.	Saya menemukan pengalaman spritual yang menyentuh hati saat berada di sini	Destinasi wisata halal di Aceh memiliki nilai sejarah, warisan budaya, adat istiadat yang kaya dan menarik	Atraksi panorama Alam yang masih alami dan fasilitas sesuai syariah islam	Ada nya kuliner halal khas Daerah yang enak dan tempat yang nyaman sehingga menarik kunjungi kembali.	Saya akan merekomendasikan destinasi wisata halal Aceh kepada teman dan keluarga
N	Valid	305	305	305	305	305	305
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4.92	4.89	4.90	4.93	4.96	4.97
Std. Error of Mean		.016	.018	.017	.015	.011	.010
Median		5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Mode		5	5	5	5	5	5
Std. Deviation		.275	.315	.303	.254	.187	.170
Variance		.075	.099	.092	.064	.035	.029
Range		1	1	1	1	1	1
Minimum		4	4	4	4	4	4
Maximum		5	5	5	5	5	5
Sum		1500	1491	1494	1504	1514	1516

Frequency Table

Destinasi wisata halal di Aceh memiliki keunikan tersendiri sehingga menarik untuk di kunjungi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	25	8.2	8.2	8.2
	sangat setuju	280	91.8	91.8	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Saya menemukan pengalaman spritual yang menyentuh hati saat berada di sini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	34	11.1	11.1	11.1
	sangat setuju	271	88.9	88.9	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Destinasi wisata halal di Aceh memiliki nilai sejarah, warisan budaya, adat istiadat yang kaya dan menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	31	10.2	10.2	10.2
	sangat setuju	274	89.8	89.8	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Atraksi panorama Alam yang masih Alami dan fasilitas sesuai syariah islam

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	21	6.9	6.9	6.9
	sangat setuju	284	93.1	93.1	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Ada nya kuliner halal khas Daerah yang enak dan tempat yang nyaman sehingga menarik kunjungi kembali.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	11	3.6	3.6	3.6
	sangat setuju	294	96.4	96.4	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Saya akan merekomendasikan destinasi wisata halal Aceh kepada teman dan keluarga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	9	3.0	3.0	3.0
	sangat setuju	296	97.0	97.0	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

```

NEW FILE.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
DATASET ACTIVATE DataSet0.
DATASET CLOSE DataSet1.
NEW FILE.
DATASET NAME DataSet2 WINDOW=FRONT.
DATASET CLOSE DataSet0.
FREQUENCIES VARIABLES=x2_1 x2_2 x2_3 x2_4 x2_5 x2_6
  /STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM SEMEAN MEAN MEDIAN
MODE SUM
  /ORDER=ANALYSIS.
    
```

Frequencies

Notes

Output Created	17-JAN-2026 17:12:50	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	305
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax	<pre> FREQUENCIES VARIABLES=x2_1 x2_2 x2_3 x2_4 x2_5 x2_6 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM SEMEAN MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS. </pre>	
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

Statistics

		<p>Destinasi wisata halal Aceh memiliki aplikasi atau website yang Mudah dan membantu saya selama berkunjung. Terdapat papan penunjuk jalan menuju objek wisata. Transportasi umum di destinasi ini memadai dan mudah diakses. Penginapan dan makanan halal mudah di dapatkan sekitar destinasi</p> <p>Destinasi ini memiliki peta dan guide yang menarik dan nyaman , saya ingin berkunjung kembali</p>					
N	Valid	305	305	305	305	305	305
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4.92	4.88	4.76	4.88	4.83	4.77
Std. Error of Mean		.016	.019	.024	.019	.021	.024
Median		5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00

Mode	5	5	5	5	5	5
Std. Deviation	.275	.327	.427	.327	.374	.419
Variance	.075	.107	.183	.107	.140	.176
Range	1	1	1	1	1	1
Minimum	4	4	4	4	4	4
Maximum	5	5	5	5	5	5
Sum	1500	1488	1452	1488	1474	1456

Frequency Table

Proses booking akomodasi dan tiket sangat mudah dan cepat.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	25	8.2	8.2	8.2
	sangat setuju	280	91.8	91.8	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Destinasi wisata halal Aceh memiliki aplikasi atau website yang Mudah dan membantu saya selama berkunjung.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	37	12.1	12.1	12.1
	sangat setuju	268	87.9	87.9	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Terdapat papan penunjuk jalan menuju objek wisata.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	73	23.9	23.9	23.9
	sangat setuju	232	76.1	76.1	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Transportasi umum di destinasi ini memadai dan mudah diakses

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	37	12.1	12.1	12.1
	sangat setuju	268	87.9	87.9	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Penginapan dan makanan halal mudah di dapatkan sekitar destinasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	51	16.7	16.7	16.7

sangat setuju	254	83.3	83.3	100.0
Total	305	100.0	100.0	

Destinasi ini memiliki peta dan guide yang menarik dan nyaman , saya ingin berkunjung kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	69	22.6	22.6	22.6
	sangat setuju	236	77.4	77.4	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

```
FREQUENCIES VARIABLES=x3_1 x3_2 x3_3 x3_4 x3_5 x3_6
  /STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM SEMEAN MEAN MEDIAN
  MODE SUM
  /ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

Notes

Output Created	17-JAN-2026 18:19:16	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	305
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax	<pre>FREQUENCIES VARIABLES=x3_1 x3_2 x3_3 x3_4 x3_5 x3_6 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM SEMEAN MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS.</pre>	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

Statistics

		Saya merasa puas dengan pelayanan selama berada di Destinasi Wisata halal Aceh	Fasilitas pendukung seperti Toilet, tempat ibadah yang bersih dan nyaman sesuai konsep Syariah	Saya bisa menemukan oleh-oleh khas Aceh menarik dan harga terjangkau	Fasilitas Wi-Fi di Destinasi wisata halal aceh sangat baik dan mudah diakses.	Saya sangat terkesan dengan pelayanan yang diberikan oleh penyedia wisata halal di Aceh	Prilaku sosial masyarakat yang aman, nyaman dan pelayanan Tour guide yang asik sehingga berkeinginan datang kembali suatu saat nanti
N	Valid	305	305	305	305	305	305
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4.62	4.75	4.59	4.70	4.68	4.72
Std. Error of Mean		.035	.025	.028	.026	.027	.026
Median		5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Mode		5	5	5	5	5	5
Std. Deviation		.606	.433	.492	.461	.468	.447
Variance		.367	.188	.242	.213	.219	.200
Range		5	1	1	1	1	1
Minimum		0	4	4	4	4	4
Maximum		5	5	5	5	5	5
Sum		1410	1449	1401	1432	1427	1441

Frequency Table

Saya merasa puas dengan pelayanan selama berada di Destinasi Wisata halal Aceh

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	105	34.4	34.4	35.1
	sangat setuju	200	64.9	64.9	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Fasilitas pendukung seperti Toilet, tempat ibadah yang bersih dan nyaman sesuai konsep Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	76	24.9	24.9	24.9
	sangat setuju	229	75.1	75.1	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Saya bisa menemukan oleh-oleh khas Aceh menarik dan harga terjangkau

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	124	40.7	40.7	40.7
	sangat setuju	181	59.3	59.3	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Fasilitas Wi-Fi di Destinasi wisata halal aceh sangat baik dan mudah diakses.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	93	30.5	30.5	30.5
	sangat setuju	212	69.5	69.5	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Saya sangat terkesan dengan pelayanan yang diberikan oleh penyedia wisata halal di Aceh

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	98	32.1	32.1	32.1
	sangat setuju	207	67.9	67.9	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Prilaku sosial masyarakat yang aman, nyaman dan pelayanan Tour guide yang asik sehingga berkeinginan datang kembali suatu saat nanti

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	84	27.5	27.5	27.5
	sangat setuju	221	72.5	72.5	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 3635 days.

```
FREQUENCIES VARIABLES=y_1 y_2 y_3 y_4 y_5 y_6
  /STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM SEMEAN MEAN MEDIAN
  MODE SUM
  /ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

Notes

Output Created	17-JAN-2026 18:30:02	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	305
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax	<pre> FREQUENCIES VARIABLES=y_1 y_2 y_3 y_4 y_5 y_6 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM SEMEAN MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS. </pre>	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

[DataSet0]

Statistics

		Saya merasa puas berkunjung ke destinasi wisata halal Aceh	Aceh sebagai pilihan yang tepat dalam berwisata dan akan berkunjung kembali	Saya akan merekomendasi destinasi wisata halal Aceh kepada orang lain agar datang kesini	Destinasi wisata halal Aceh penuh keunikan dibanding dari daerah lain sehingga menarik untuk dikunjungi kembali	Secara keseluruhan saya merasa puas datanag destinasi wisata halal Aceh dan akan datang kembali	Dari banyaknya pilihan tempat wisata, saya dan keluarga lebih tertarik berkunjung kembali ke
N	Valid	305	305	305	305	305	305
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4.96	4.89	4.76	4.89	4.76	4.84

Std. Error of Mean	.011	.018	.024	.018	.024	.021
Median	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Mode	5	5	5	5	5	5
Std. Deviation	.195	.319	.425	.311	.427	.371
Variance	.038	.102	.181	.097	.183	.138
Range	1	1	1	1	1	1
Minimum	4	4	4	4	4	4
Maximum	5	5	5	5	5	5
Sum	1513	1490	1453	1492	1452	1475

Frequency Table

Aceh memiliki lingkungan yang ramah dan Nyaman membuat saya ingin kembali lagi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	12	3.9	3.9	3.9
	sangat setuju	293	96.1	96.1	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Saya merasa puas berkunjung ke destinasi wisata halal Aceh sebagai pilihan yang tepat dalam berwisata dan akan berkunjung kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	35	11.5	11.5	11.5
	sangat setuju	270	88.5	88.5	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Saya akan merekomendasi destinasi wisata halal Aceh kepada orang lain agar datang kesini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	72	23.6	23.6	23.6
	sangat setuju	233	76.4	76.4	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Destinasi wisata halal Aceh penuh keunikan dibanding dari daerah lain sehingga menarik untuk dikunjungi kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	33	10.8	10.8	10.8
	sangat setuju	272	89.2	89.2	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Secara keseluruhan saya merasa puas datanag destinasi wisata halal Aceh dan akan datang kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	73	23.9	23.9	23.9
	sangat setuju	232	76.1	76.1	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

Dari banyaknya pilihan tempat wisata, saya dan keluarga lebih tertarik berkunjung kembali ke

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	50	16.4	16.4	16.4
	sangat setuju	255	83.6	83.6	100.0
	Total	305	100.0	100.0	

UJI ASUMSI KLASIK

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT y
  /METHOD=ENTER x1 x2 x3
  /SCATTERPLOT=( *SRESID , *ZPRED)
  /RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
  /SAVE RESID.
    
```

Regression

Notes

Output Created	17-JAN-2026 19:25:13	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	289
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax	<pre> REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT y /METHOD=ENTER x1 x2 x3 /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED) /RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) /SAVE RESID. </pre>	
Resources	Processor Time	00:00:02.83
	Elapsed Time	00:00:01.73
	Memory Required	3472 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	648 bytes
Variables Created or Modified	RES 1	Unstandardized Residual

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x3, x2, x1 ^b		. Enter

a. Dependent Variable: y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.202 ^a	.041	.031	.79700

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

b. Dependent Variable: y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.709	3	2.570	4.045	.008 ^b
	Residual	181.034	285	.635		
	Total	188.742	288			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.671	.350		13.358	.000		
	x1	-.185	.064	.169	2.900	.004	.985	1.015
	x2	-.095	.051	.107	1.844	.066	.991	1.009
	x3	.032	.049	.038	.650	.016	.977	1.024

a. Dependent Variable: y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	x1	x2	x3
1	1	3.875	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.073	7.296	.00	.01	.59	.29
	3	.039	9.936	.01	.46	.17	.52
	4	.013	17.224	.99	.52	.23	.19

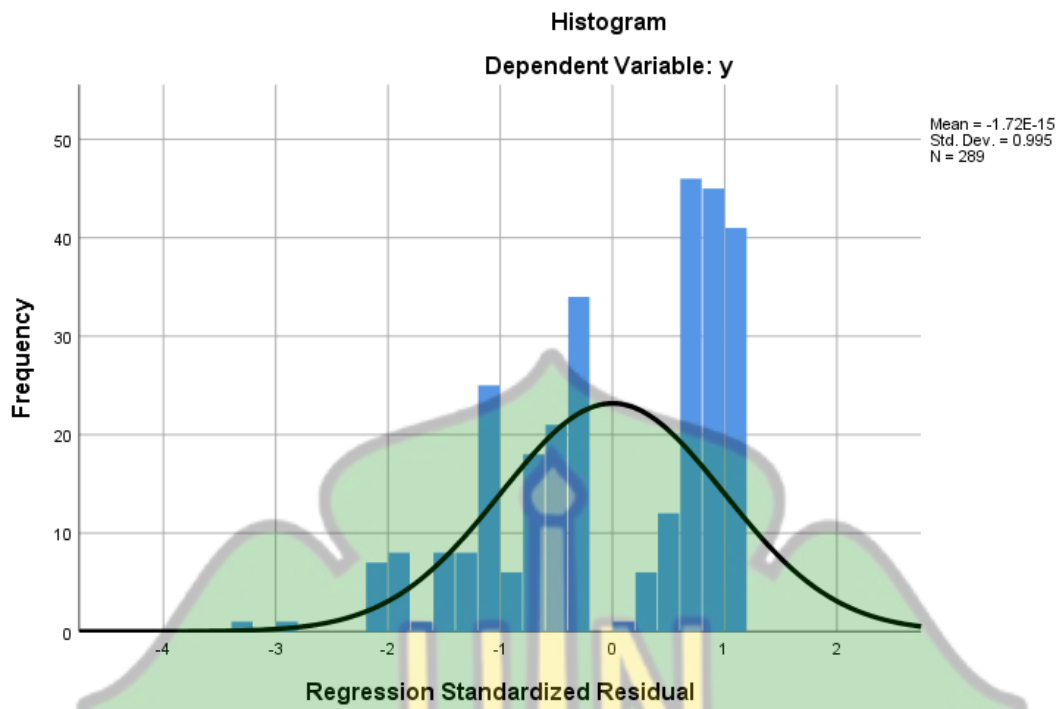
a. Dependent Variable: y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.5271	4.3530	3.7587	.16361	289
Std. Predicted Value	-1.416	3.632	.000	1.000	289
Standard Error of Predicted Value	.058	.202	.091	.021	289
Adjusted Predicted Value	3.5067	4.3447	3.7591	.16472	289
Residual	-2.61124	.94576	.00000	.79284	289
Std. Residual	-3.276	1.187	.000	.995	289
Stud. Residual	-3.343	1.199	.000	1.002	289
Deleted Residual	-2.71876	.96614	-.00035	.80455	289
Stud. Deleted Residual	-3.405	1.200	-.001	1.005	289
Mahal. Distance	.532	17.503	2.990	2.014	289
Cook's Distance	.000	.115	.004	.008	289
Centered Leverage Value	.002	.061	.010	.007	289

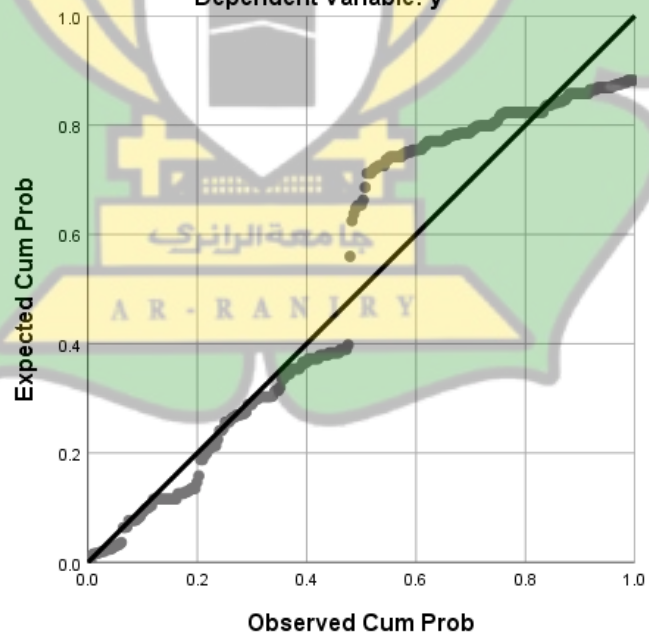
a. Dependent Variable: y

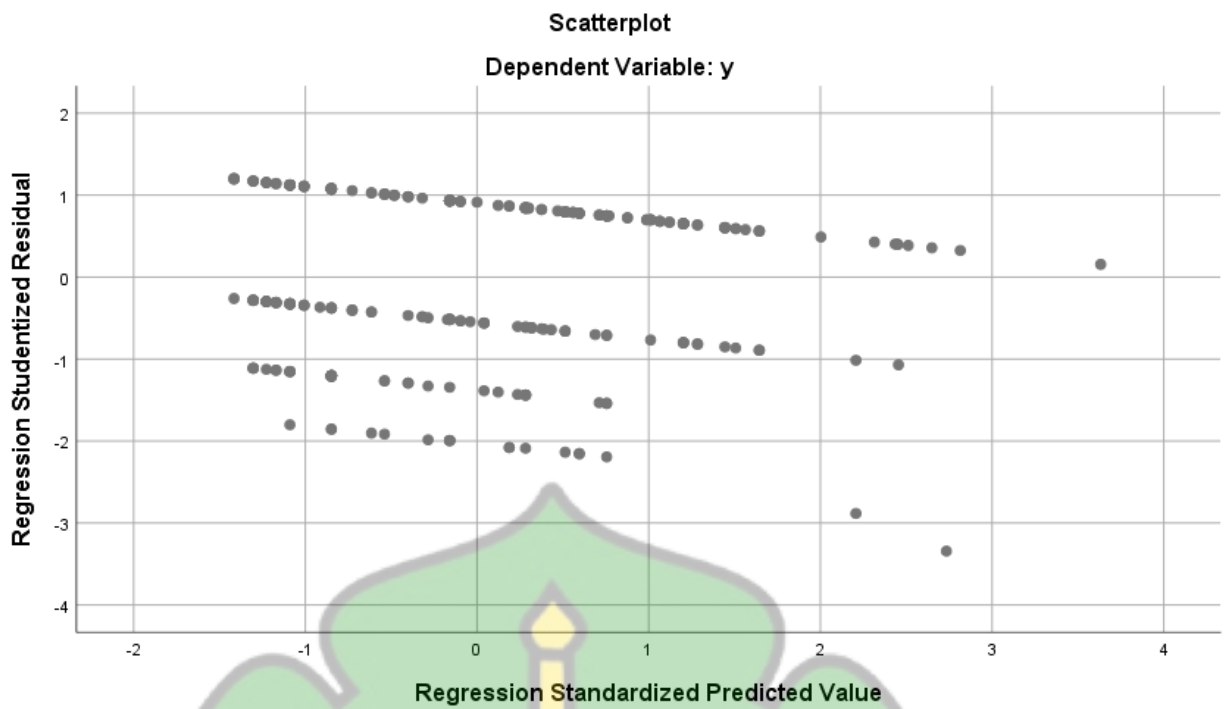
Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: y





```

NPAR TESTS
  /K-S (NORMAL)=RES_1
  /MISSING ANALYSIS.

```

NPar Tests

Notes		
Output Created	17-JAN-2026 19:33:53	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	289
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax	NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=RES_1 /MISSING ANALYSIS.	
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00
	Number of Cases Allowed ^a	786432

a. Based on availability of workspace memory.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized

Residual

N		289
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.79283579
Most Extreme Differences	Absolute	.204
	Positive	.116
	Negative	-.204
Test Statistic		.204
Asymp. Sig. (2-tailed)		.106 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

```
COMPUTE ABS_RES=ABS (RES_1) .
EXECUTE .
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN (.05) POUT (.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT ABS_RES
  /METHOD=ENTER x1 x2 x3.
```

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Regression

Notes

Output Created	17-JAN-2026 19:37:17	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	289
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT ABS_RES /METHOD=ENTER x1 x2 x3.	
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00
	Memory Required	3536 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x3, x2, x1 ^b		. Enter

a. Dependent Variable: ABS_RES

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.150 ^a	.022	.012	.35279

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.815	3	.272	2.184	.090 ^b
	Residual	35.471	285	.124		
	Total	36.286	288			

a. Dependent Variable: ABS_RES

b. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.372	.155		2.404	.017

x1	.011	.028	.024	.405	.686
x2	.043	.023	.111	1.883	.061
x3	.039	.022	.106	1.789	.075

a. Dependent Variable: ABS_RES

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT y
/METHOD=ENTER x1 x2 x3.
```

Regression

Notes	
Output Created	17-JAN-2026 19:38:13
Comments	
Input	<p>Active Dataset DataSet1</p> <p>Filter <none></p> <p>Weight <none></p> <p>Split File <none></p> <p>N of Rows in Working Data File 289</p>
Missing Value Handling	<p>Definition of Missing User-defined missing values are treated as missing.</p> <p>Cases Used Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.</p>
Syntax	<pre>REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT y /METHOD=ENTER x1 x2 x3.</pre>
Resources	<p>Processor Time 00:00:00.03</p> <p>Elapsed Time 00:00:00.11</p> <p>Memory Required 3536 bytes</p> <p>Additional Memory Required for Residual Plots 0 bytes</p>

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x3, x2, x1 ^b		. Enter

a. Dependent Variable: y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.202 ^a	.041	.031	.79700

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.709	3	2.570	4.045	.008 ^b
	Residual	181.034	285	.635		
	Total	188.742	288			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.671	.350		13.358	.000
	x1	.185	.064	.169	2.900	.004
	x2	.095	.051	.107	1.844	.066
	x3	.032	.049	.038	.650	.516

a. Dependent Variable: y

LAMPIRAN 5 : Isi Format Google Form Kuisisioner

Daftar Pernyataan Destinasi Wisata Halal Provinsi Aceh

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Attraction (Atraksi) Daya Tarik Wisata halal (AT) (X1)						
1	Destinasi wisata halal di Aceh memiliki keunikan tersendiri sehingga menarik untuk di kunjungi.					
2	Saya menemukan pengalaman spritual yang menyentuh hati saat berada di sini					
3	Destinasi wisata halal di Aceh memiliki nilai sejarah, warisan budaya, adat istiadat yang kaya dan menarik					
4	Atraksi panorama Alam yang masih Alami dan fasilitas sesuai syariah islam					
5	Ada nya kuliner halal khas Daerah yang enak dan tempat yang nyaman sehingga menarik kunjungi kembali.					
6	Saya akan merekomendasikan destinasi wisata halal Aceh kepada teman dan keluarga					
Accessibilitas (Aksesibilitas) Kemudahan Mencapai Destinasi (X2)						
1	Proses booking akomodasi dan tiket sangat mudah dan cepat.					
2	Destinasi wisata halal Aceh memiliki aplikasi atau website yang Mudah dan membantu saya selama berkunjung.					
3	Terdapat papan penunjuk jalan menuju objek wisata.					
4	Transportasi umum di destinasi ini memadai dan mudah diakses					
5	Penginapan dan makanan halal mudah di dapatkan sekitar destinasi					
6	Destinasi ini memiliki peta dan guide yang menarik dan nyaman , saya ingin berkunjung kembali					
Amenities (Amenitas) Fasilitas pendukung wisata halal (X3)						
1	Saya merasa puas dengan pelayanan selama berada di Destinasi Wisata halal Aceh					

2	Fasilitas pendukung seperti Toilet, tempat ibadah yang bersih dan nyaman sesuai konsep Syariah					
3	Saya bisa menemukan pusat pembelanjaan khas Aceh yang menarik dengan harga terjangkau					
4	Fasilitas Wi-Fi di Destinasi wisata halal aceh sangat baik dan mudah diakses.					
5	Saya sangat terkesan dengan pelayanan yang diberikan oleh penyedia wisata halal di Aceh					
6	Prilaku sosial masyarakat yang aman, nyaman dan pelayanan Tour guide yang asik sehingga berkeinginan datang kembali suatu saat nanti					
Revisit intentions / Keputusan Berkunjung Ulang (Y)						
1	Aceh memiliki lingkungan yang ramah dan Nyaman membuat saya ingin kembali lagi.					
2	Saya merasa puas berkunjung ke destinasi wisata halal Aceh sebagai pilihan yang tepat dalam berwisata dan akan berkunjung kembali					
3	Saya akan merekomendasi destinasi wisata halal Aceh kepada orang lain agar datang kesini					
4	Destinasi wisata halal di Aceh memiliki ciri khas yang berbeda dari daerah lain					
5	Dari banyaknya pilihan tempat wisata, saya dan keluarga lebih tertarik berkujung kembali ke destinasi wisata halal Aceh					
6	Secara keseluruhan saya merasa puas datanag destinasi wisata halal Aceh dan akan datang kembali					

11.10 4G

ANALISIS FAKTOR ATRAKSI, AKSESIBILITAS, DAN AMENITAS TERHADAP MINAT REVISITASI DESTINASI WISATA HALAL DI PROVINSI ACEH

Assalamualaikum Wr.Wb.
Perkenalkan nama saya Khairizal Wahid, Mahasiswa Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tesis. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan teman-teman untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Semua data yang diperoleh dalam penelitian ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian saya.

docs.google.com

11.10 4G

Makna skor yang digunakan dalam menjawab pertanyaan, sebagai berikut:

- (Sangat Tidak Setuju) = 1
- (Tidak Setuju) = 2
- (Netral) = 3
- (Setuju) = 4
- (Sangat Setuju) = 5

[Login ke Google](#) untuk menyimpan progres.
[Pelajari lebih lanjut](#)

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Nama *

Hafni

Jenis Kelamin *

Laki-Laki

Perempuan

Usia *

17 - 25 Tahun

docs.google.com

11.10 4G

25 - 35 Tahun

35 - 45 Tahun

45 - 50 Tahun

> 50 tahun

Pekerjaan *

Pelajar/ Mahasiswa

Pegawai

Wirausaha

Ibu Rumah Tangga

Yang lain:

Penghasilan *

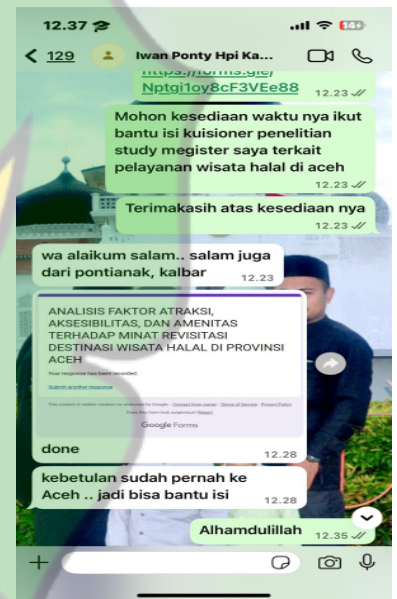
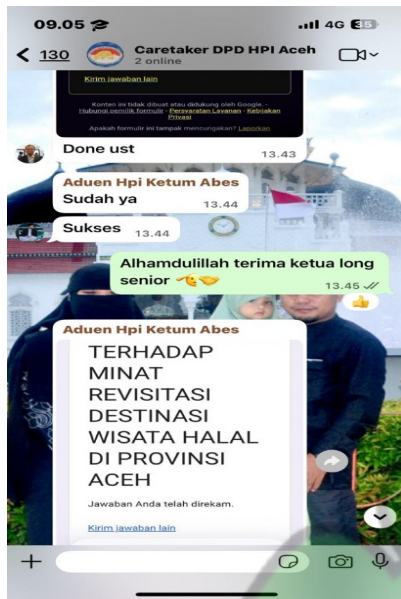
< Rp 1.000.000

Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000

Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000

docs.google.com

LAMPIRAN 6 : Dokumentasi Penyebaran Google Form Kuisisioner Wisatawan



LAMPIRAN 7 : Dokumentasi Bersama Wisatawan Islamic Tourism Banda Aceh – Sabang





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Identitas Diri :

Nama : Khairizal Wahid
Tempat, Tanggal Lahir : Singgah Mata, 09 Maret 1989
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan/NIM : Mahasiswa/ 221008047
Agama : Islam
Status : Menikah
Alamat : Lambaro Skep, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh

2. Identitas Orang Tua :

Nama Ayah : Wahidin Hasbi
Nama Ibu : Salwati

3. Riwayat Pendidikan :

1. Tahun 1995 – 2001 : SDN 1 Baktiya Barat, Aceh Utara
2. Tahun 2001 - 2003 : MTs Dayah Terpadu Al – Muslimun Lhoksukon
3. Tahun 2003 – 2007 : MAS Dayah Terpadu Al – Muslimun Lhoksukon
4. Tahun 2007 – 2012 : Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al – Washliyah Kota Banda Aceh

Banda Aceh, 26 Januari 2026
Penulis,

Khairizal Wahid

