

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA DESTINASI WISATA HALAL DAN  
LOYALITAS WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN  
WISATAWAN (Studi Pada Kota Banda Aceh)**



**Disusun Oleh:**

**ALFAATHIR BASRA  
NIM. 160602124**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
1445 H /2023 M**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Alfaathir Basra  
NIM : 160602124  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 5 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



(Alfaathir Basra)

# PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

## SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah  
Dengan Judul:

### **PENGARUH CITRA DESTINASI WISATA HALAL DAN LOYALITAS WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN (STUDI PADA KOTA BANDA ACEH)**

Disusun Oleh:

Alfaathir Basra  
NIM. 160602124

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya  
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan penyelesaian studi  
pada Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



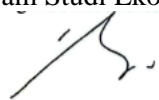
Fithriady, Lc., MA., Ph.D  
NIP. 198008122006041004

Pembimbing II



Jalaluddin, MA., AWP., CWC  
NIDN. 2030126502

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag  
NIP. 197103172008012007





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

## FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Alfaathir Basra

NIM : 160602124

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

E-mail : 160602124@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....  
yang berjudul :

### **PENGARUH CITRA DESTINASI WISATA HALAL DAN LOYALITAS WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN (STUDI PADA KOTA BANDA ACEH)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 19 Agustus 2023

Mengetahui

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Alfaathir Basra  
NIM. 160602124

Fithriady, Lc., MA., Ph.D  
NIP. 198008122006041004

Jalaluddin, MA., AWP., CWC  
NIDN. 2030126502

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan anugerah, rahmat serta karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Destinasi Wisata Halal dan Loyalitas Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi pada Kota Banda Aceh)”**. Shalawat beriring salam tak lupa pula penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah merubah peradaban kita dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag Selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah, dan Ayumiati, SE., M.Si. Selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Hafiih Maulana, SP., S.H.I., ME. Selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Fithriady, Lc., MA., Ph.D dan Jalaluddin, MA., AWP., CWC selaku pembimbing, yang telah banyak membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seri Murni, SE., M.Si., Ak. Selaku dosen Penasehat Akademik yang telah memberi dorongan dan arahan kepada penulis dalam menjalani perkuliahan selama ini.
6. Seluruh dosen, staf dan karyawan akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
7. Secara khusus penulis menyampaikan terima kasih yang tak hingga kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda dan Ibunda yang selalu memberikan semangat dan nasehat yang luar biasa kepada penulis, dan juga kepada seluruh keluarga yang sangat penulis sayangi, dan kepada seluruh famili dan keluarga besar tercinta, yang selalu memberikan waktu dan dukungannya selama penulisan skripsi ini.
8. Bapak/Ibu yang menjadi responden penelitian, atas kerjasama dan waktu lauang dalam urusan pelaksanaan penelitian ini.
9. Kepada teman-teman seangkatan yang telah memberikan motivasi dan selalu setia dalam melewati hari-hari selama perkuliahan di kampus ini. Memberikan semangat saat menempa ilmu bersama-sama serta saling mendukung kegiatan positif masa perkuliahan.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan dan kerjasama yang telah diberikan.

Akhir kata Penulis mengucapkan syukur dan terimakasih kepada Allah SWT, semoga segala yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat kepada Penulis dan kepada pembaca pada umumnya.

Banda Aceh, 19 Agustus 2023

Alfaathir Basra  
NIM. 16060212

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K Nomor:  
158 Tahun 1987 - Nomor: 0543b//U/1987

### 1. Konsonan

No.	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
2.	ب	Ba	B	Be
3.	ت	Ta	T	Te
4.	ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
5.	ج	Jim	J	Je
6.	ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
7.	خ	Kha	Kh	ka dan ha
8.	د	Dal	D	De
9.	ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
10.	ر	Ra	R	Er
11.	ز	Zai	Z	Zet
12.	س	Sin	S	Es
13.	ش	Syin	Sy	es dan ye
14.	ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
15.	ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
16.	ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
17.	ظ	Ža	ž	zet (dengan titik di



No.	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
				bawah)
18.	ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
19.	غ	Gain	G	Ge
20.	ف	Fa	F	Ef
21.	ق	Qaf	Q	Ki
22.	ك	Kaf	K	Ka
23.	ل	Lam	L	El
24.	م	Mim	M	Em
25.	ن	Nun	N	En
26.	و	Wau	W	We
27.	هـ	Ha	H	Ha
28.	ء	Hamzah	‘	Apostrof
29.	ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

## b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
...وُ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَيْلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

## 11. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...أَ...ِ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
...يِ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

## 12. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup  
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati  
Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ :raudah al-atfāl/raudatul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ :al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ :talhah

### 13. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

### 14. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

#### 1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

#### 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu

- الجَلَالُ al-jalālu

## 15. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- سَيِّئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

## 16. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## 17. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului

oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ      Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/  
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ      Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ عَفْوَ رَحِيمٌ      Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا      Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

## 18. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## ABSTRAK

Nama : Alfaathir Basra  
NIM : 160602124  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul : “Pengaruh Citra Destinasi Wisata Halal dan Loyalitas Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi pada Kota Banda Aceh)”  
Pembimbing I : Fithriady, Lc. MA., Ph.D  
Pembimbing II : Jalaluddin, MA., AWP., CWC

Wisata halal menjadi *trend* dan gaya hidup dikalangan masyarakat yang memiliki prospek ekonomi sebagai industri pariwisata nasional. Kota Banda Aceh merupakan salah satu daerah yang memiliki destinasi wisata halal yang unik dan menarik. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam pengembangan dan pengelolaan wisata yaitu dengan melibatkan citra destinasi maupun loyalitas terhadap kepuasan wisatawan. Apabila ekspetasi wisatawan terhadap citra wisata yang ada di Kota Banda Aceh terpenuhi, maka wisatawan akan merasa puas. Begitupun pengaruh loyalitas wisatawan terhadap kepuasan berwisata halal di Banda Aceh. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra destinasi wisata halal maupun loyalitas wisatawan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuisisioner pada 100 responden. Hasil penelitian diperoleh 1) nilai sig t pada variabel citra destinasi ( $X_1$ ) diperoleh sebesar 0,004 sehingga kurang dari sig. 0,05. Dengan demikian disimpulkan bahwa citra destinasi mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan; 2) nilai sig t pada variabel loyalitas wisatawan ( $X_2$ ) diperoleh sebesar 0,000 sehingga kurang dari sig. 0,05. Dapat disimpulkan bahwa citra destinasi mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan; dan 3) nilai signifikansi  $F_{hitung}$  variabel citra destinasi dan loyalitas wisatawan diperoleh sebesar 0,0000 yang berarti kurang dari nilai sig. 0,05 sehingga menunjukkan citra destinasi dan loyalitas wisatawan berpengaruh secara simultan (secara bersama-sama) terhadap kepuasan wisatawan.

**Kata Kunci:** *Destinasi Wisata, Loyalitas Wisatawan, dan Kepuasan Wisatawan*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPEL KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL .....</b>	<b>v</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Sistematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
2.1 Pariwisata.....	13
2.1.1 Pengertian Pariwisata.....	13
2.1.2 Jenis-Jenis Pariwisata .....	16
2.1.3 Teori Pariwisata dalam Islam .....	17
2.2 Indikator Wisata Halal .....	25
2.3 Citra Destinasi Wisata Hala.....	29
2.3.1 Pengertian Citra Destinasi Wisata Halal .....	29
2.3.2 Dimensi Citra Destinasi Wisata Halal .....	30
2.4 Loyalitas Wisatawan.....	31
2.4.1 Pengertian Loyalitas Wisatawan .....	31
2.4.2 Indikator Loyalitas Wisatawan.....	33
2.5 Kepuasan Wisatawan.....	34



2.5.1 Pengertian dan Kepuasan Wisatawan .....	34
2.6 Penelitian Terkait .....	39
2.7 Kerangka Berpikir.....	43
2.8 Hipotesis .....	44
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
3.1 Desain Penelitian .....	47
3.2 Lokasi Penelitian.....	47
3.3 Data dan Sumber Data .....	48
3.4 Populasi dan Sampel.....	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6 Skala Pengukuran .....	51
3.7 Operasional Variabel Penelitian .....	52
3.8 Teknik Analisis Data .....	56
3.8.1 Uji Validitas.....	56
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	57
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	58
3.9 Uji Hipotesis .....	58
3.9.1 Uji Regresi Berganda.....	60
3.9.2 Uji T (Uji Secara Parsial).....	61
3.9.3 Uji F (Uji Simultan).....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..</b>	<b>63</b>
4.1 Deskripsi Data Penelitian.....	63
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	63
4.1.2 Karakteristik Responden.....	66
4.1.3 Deskriptif Variabel .....	70
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	75
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	77
4.4 Uji Regresi Berganda.....	81
4.5 Pengujian Hipotesis .....	82
4.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ adjusted).....	85
4.7 Pembahasan .....	86
4.7.1 Pengaruh Citra destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	86
4.7.2 Pengaruh Loyalitas Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	87
4.7.3 Pengaruh Citra destinasi dan Loyalitas wisatawan	

terhadap Kepuasan Wisatawan .....	89
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>90</b>
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>100</b>

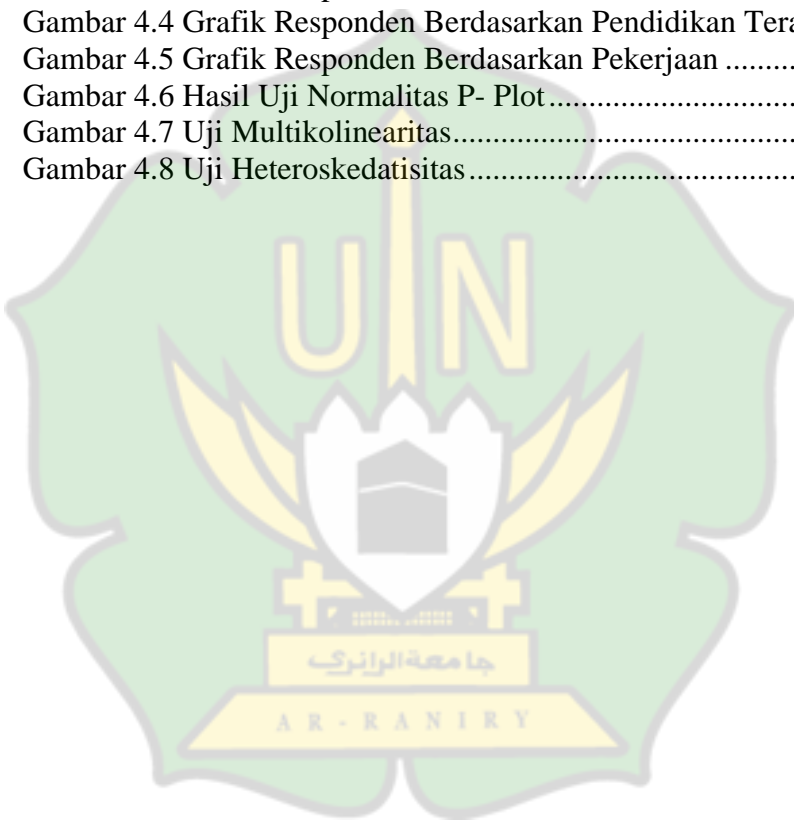


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara Wisata Halal di Dunia .....	2
Tabel 1.2 Jumlah Objek wisata dan Situs Cagar Budaya Kota Banda Aceh Tahun 2020 .....	7
Tabel 1.3 Jumlah Wisatawan Kota Banda Aceh Tahun 2019-2020	8
Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....	40
Tabel 3.1 Skala Likert .....	52
Tabel 3.2 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian .....	53
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Citra Destinasi.....	71
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Loyalitas Wisatawan .....	72
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Kepuasan Wisatawan .....	74
Tabel 4.4 Uji Validitas Instrumen .....	75
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Instrumen .....	77
Tabel 4.6 Uji Normalitas .....	78
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas .....	79
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Berganda.....	81
Tabel 4.9 Hasil Uji T.....	83
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	85
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi.....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	43
Gambar 4.1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
Gambar 4.2 Grafik Responden Berdasarkan Daerah Asal .....	67
Gambar 4.3 Grafik Responden Berdasarkan Usia .....	68
Gambar 4.4 Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	69
Gambar 4.5 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	70
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas P- Plot .....	78
Gambar 4.7 Uji Multikolinearitas .....	79
Gambar 4.8 Uji Heteroskedastisitas .....	80



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Angket Penelitian.....	100
Lampiran 2: Data Angket Variabel Citra Destinasi ( $X_1$ ).....	106
Lampiran 3: Data Angket Variabel Loyalitas ( $X_2$ ).....	111
Lampiran 4: Data Angket Variabel Kepuasan (Y) .....	116
Lampiran 5: Biodata .....	121



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan dicantumkan bahwa Tuhan Yang Maha Esa telah menganugerahi bangsa Indonesia kekayaan yang tidak ternilai harganya. Salah satu perkembangan dari pariwisata adalah wisata halal yang telah menjadi *trend* dan gaya hidup dikalangan masyarakat. Indonesia merupakan salah satu negara yang terkenal dengan wisata halalnya, tercantum dalam studi *Global Muslim Travel Index* (GMTI). Pariwisata halal di Indonesia memiliki prospek ekonomi yang baik sebagai bagian dari industri pariwisata nasional yang memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan pemerintah. Wisata halal ini tidak bersifat eksklusif, namun inklusif bagi semua wisatawan (Muslim dan Non Muslim). Inti dari wisata halal menekankan prinsip-prinsip syari'ah dalam pengelolaan pariwisata dan pelayanan yang santun dan ramah bagi seluruh wisatawan dan lingkungan sekitarnya (Jaelani, 2017).

Berdasarkan data yang dirilis oleh [crescenting.com](http://crescenting.com), sebuah *web* yang menyediakan informasi mengenai pariwisata halal di dunia, menerbitkan laporan mengenai 10 besar peringkat negara dengan destinasi wisata halal terbaik yang ditampilkan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Negara Wisata Halal di Dunia**

<b>No.</b>	<b>Negara</b>	<b>No.</b>	<b>Negara</b>
1.	Malaysia	6.	Qatar
2.	Indonesia	7.	Iran
3.	Arab Saudi	8.	Yordania
4.	Turki	9.	Bahrain
5.	Uni Emirat Arab	10.	Singapura

Sumber: (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/08/destinasi-wisata-halal-terbaik-di-dunia-2022-indonesia-peringkat-ke-2>)

Salah satu jenis pariwisata yang saat ini berkembang dan potensial di Indonesia adalah pariwisata halal. Realitas meningkatnya jumlah wisatawan muslim memberikan segmentasi baru untuk sektor pariwisata dan mempengaruhi industri pariwisata di seluruh dunia (Ferdiansyah, 2020) dan dapat dilihat juga Berdasarkan Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa di dunia Indonesia menempati peringkat ke-2 sebagai negara wisata halal. Terdapat banyak destinasi wisata di Indonesia yang bisa dikunjungi oleh para wisatawan dengan konsep wisata yang merujuk pada nilai-nilai Islam di antaranya Aceh, Nusa Tenggara barat dan Sumatera barat (Databook. Kata-kata.co.id).

Perkembangan wisata halal senantiasa diiringi juga dengan persaingan antar pengelola destinasi wisata yang makin kompetitif. Kompetisi antar pengelola destinasi wisata dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan angka kunjungan wisatawan.

Peningkatan kunjungan wisatawan dapat dicapai jika wisatawan merasa puas bila telah berkunjung ke suatu destinasi wisata. Menurut Kotler dan Keller (2016) Kepuasan merupakan ungkapan bahagia atau kecewa yang timbul saat membandingkan sesuatu yang diibaratkan pada produk (hasil) terhadap ekspektasi (harapan) mereka. Tidak puas jika dibawah ekspektasi, puas jika telah memenuhi ekspektasi, dan sangat puas jika telah melebihi ekspektasi yang diharapkan.

Kepuasan yang didapat oleh wisatawan diawali karena destinasi wisata yang menarik. Untuk menarik wisatawan berkunjung ke suatu objek wisata maka wisata itu sendiri harus memiliki destinasi yang baik dimata wisatawan. Menurut Seaton dan Bennet (1996) menyebutkan bahwa destinasi adalah satu kesatuan produk tujuan wisata tetapi terdiri dari berbagai jenis organisasi dan operasi pariwisata di wilayah geografinya, termasuk hotel, transportasi, atraksi, dan lain-lain. Sedangkan citra destinasi Citra (image) pariwisata menurut Pitana dan Diarta (2009) adalah kepercayaan yang dimiliki oleh wisatawan mengenai produk atau pelayanan yang wisatawan beli atau akan beli.

Citra destinasi wisata sangat penting dibentuk oleh lembaga pengelola pariwisata. Citra destinasi wisata menjadi pertimbangan yang sangat penting oleh wisatawan untuk memutuskan objek wisata yang akan dikunjunginya. Selain itu citra destinasi wisata dapat mempengaruhi perilaku wisatawan yang terbentuk melalui kepuasan wisatawan. Jika Citra Destinasi yang di suatu destinasi



wisata dapat dikelola dengan baik, maka akan menghasilkan kepuasan wisatawan. Wisatawan yang datang, cenderung puas jika destinasi wisata yang mereka kunjungi sesuai dengan apa yang mereka ekspektasikan. Hasil penelitian Hanif, Kusumawati, dan Mawardi (2016) dalam penelitiannya membuktikan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan.

Selain citra destinasi wisata juga terdapat loyalitas yang ditunjukkan oleh wisatawan saat berkunjung. Loyalitas tersebut akan berdampak pada kepuasan yang dirasakan wisatawan. Jika loyalitas telah ada pada wisatawan, maka wisatawan akan amat senang hati melakukan kunjungan kembali atau merekomendasikan destinasi pariwisata terkait ke orang lain. Dengan demikian tercipta kepuasan dalam diri wisatawan terhadap daerah yang dikunjunginya. Hasil penelitian Appuhamilage dan Torii (2019) dalam penelitiannya yang menyimpulkan bahwa loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Destinasi wisata halal di Indonesia yang sering dikunjungi oleh wisatawan yaitu Kota Banda Aceh. Kota Provinsi tersebut memiliki citra destinasi wisata yang unik dan menarik. Karena memiliki banyak objek wisata alam, budaya, sejarah dan objek wisata agama. Selain itu, Kota Banda Aceh merupakan ibu kota provinsi yang menerapkan syariat Islam secara menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan termasuk dalam dunia kepariwisataan. Tengah berkembangnya tren objek wisata halal di Indonesia dan di

kancah internasional menjadikan Kota Banda Aceh sebagai salah ikon wisata halal yang banyak diminati dan dikunjungi wisatawan. Jumlah objek wisata yang banyak di Kota Banda Aceh membuat para pengunjung tidak pernah merasa bosan untuk berkunjung. Objek wisata sejarah misalnya kuburan Belanda, dan Makam-makam Raja Aceh. Sedangkan objek wisata agama yang paling terkenal di Aceh adalah Masjid Raya Baiturrahman, Masjid Al makmur, Masjid Kesyik Haji Lemiek, dan yang lainnya.

Menurut Yusuf, Inayatillah, dan Isnaliana (2019) menyebutkan wisata religi mesjid baiturrahman punya daya tarik tingkat luar maupun dalam negeri, Masjid Raya Baiturrahman dibangun oleh Sultan Iskandar Muda, Raja Aceh pada periode 1607 dan 1636, pada tahun 1612 M. Secara historis, masjid ini pernah dibakar oleh Belanda, namun selamat ketika dihancurkan oleh tsunami 2004. Masjid ini lebih dari sekadar pusat kegiatan keagamaan, namun menjadi saksi kejayaan kerajaan Aceh, serta juga pernah digunakan sebagai pangkalan pertahanan terhadap serangan penjajah. Masjid Raya Baiturrahman yang terletak di pusat kota Banda Aceh, merupakan peninggalan Kerajaan Aceh, simbol agama, budaya dan perjuangan masyarakat Aceh

Pada kota yang dijuluki serambi kota mekkah juga terdapat beberapa objek wisata Tsunami seperti Museum Tsunami, Kapal Apung, dan taman-taman yang ada di sekitar kota Banda Aceh. Adapun Museum Tsunami di Banda Aceh yang dirancang oleh arsitek asal Bandung, yang bernama Ridwan Kamil ini merupakan

desain yang memenangkan sayembara tingkat internasional yang diselenggarakan pada 2007 dalam rangka memperingati musibah tsunami 2004. Bangunan tersebut berkonsep *rumoh* Aceh dan *on escape hill* dan sebagai referensi utamanya adalah nilai-nilai Islam, budaya lokal, dan abstraksi tsunami Museum ini merupakan sebuah struktur empat lantai dengan luas 2.500 m<sup>2</sup> yang dinding lengkungnya ditutupi relief geometris. Di dalamnya, pengunjung masuk melalui lorong sempit dan gelap di antara dua dinding air yang tinggi untuk menciptakan kembali suasana dan kepanikan saat tsunami. Dinding museum dihiasi gambar orang-orang menari Saman, sebuah makna simbolis terhadap kekuatan, disiplin, dan kepercayaan religius suku Aceh, dari atas, atapnya membentuk gelombang laut. Lantai dasarnya dirancang mirip rumah panggung tradisional Aceh yang selamat dari terjangan tsunami. Bagian *rooftop* bangunan Museum Tsunami Aceh pun dirancang sebagai *escape roof*, yakni area evakuasi jika terjadi bencana banjir atau tsunami di kemudian hari. Bangunan ini memperingati para korban, yang namanya dicantumkan di dinding salah satu ruang terdalam museum, dan warga masyarakat yang selamat dari bencana ini.

Selain perannya sebagai tugu peringatan bagi korban tewas, museum ini juga berguna sebagai tempat perlindungan dari bencana semacam ini pada masa depan, termasuk "bukit pengungsian" bagi pengunjung jika tsunami terjadi lagi ( William

soon, Luci, 2009 ). Berikut Jumlah Objek wisata dan Situs Cagar Budaya Kota Banda Aceh Pada Tahun 2020.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Objek wisata dan Situs Cagar Budaya**  
**Kota Banda Aceh Tahun 2020**

<b>Jenis Objek Wisata</b>	<b>Jumlah ( Unit)</b>
Objek Wisata/Sejarah	17
Tugu/Monumen	6
Taman-Taman	3
Objek Wisata Tsunami	7
Sungai	2
Objek Wisata Pantai	4
Mesjid Bersejarah	4
Makam/Komplek Makam	34
<b>Total</b>	<b>77</b>

Berdasarkan Tabel 1.2 jumlah objek wisata dan sistus cagar budaya Kota Banda Aceh berdasarkan jenisnya sebanyak 8 jenis objek wisata dan cagar budaya dengan total 77 unit objek wisata. Banyak jumlah objek wisata di Kota Banda Aceh menjadi hal unik yang membuat orang berkunjung tidak merasa Berbagai jenis objek wisata dikelola oleh pemerintah dengan baik.

Berikut jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara yang berkunjung ke Kota Banda Aceh.

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Wisatawan Kota Banda Aceh Tahun 2019-2020**

Bulan	Tahun 2019			Tahun 2020		
	Wisnu	Wisman	Jumlah	Wisnu	Wisman	Jumlah
Januari	26.505	1.236	27.741	25.507	1.269	26.776
Februari	26.386	1.547	27.933	26.439	831	27.270
Maret	29.896	1.508	31.404	12.143	1.005	13.148
April	31.119	1.490	32.609	1.296	70	1.366
Mei	24.670	780	25.450	1.957	-	1.957
Juni	34.551	896	35.447	7.733	-	7.733
Juli	37.823	1.557	39.380	10.650	2	10.652
Agustus	38.039	2.333	40.372	13.733	-	13.733
September	40.699	1.182	41.881	13.117	2	13.119
Oktober	60.232	2.970	63.202	13.921	2	13.923
November	67.385	3.102	70.487	14.061	62	14.123
Desember	65.017	3.069	68.086	25.837	1	25.838
<b>Total</b>	<b>482.322</b>	<b>21.670</b>	<b>503.992</b>	<b>166.394</b>	<b>3.244</b>	<b>169.638</b>

*Sumber: Data, BPS (2021)*

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kota Banda Aceh pada tahun 2019 sebanyak 482.322 orang dan jumlah wisatawan mancanegara sebanyak 21.670 orang dengan total jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh sebanyak 503.992 orang. Dapat disimpulkan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh didominasi oleh wisatawan nusantara. Pada tahun 2020 jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kota Banda Aceh sebanyak 166.394 orang dan jumlah wisatawan mancanegara sebanyak 3.244 orang dengan total jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh pada tahun 2020 sebanyak

169.638 orang. Dengan demikian pada tahun 2020 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh mengalami penurunan yang signifikan yaitu sebanyak 334.354 orang, hal ini terjadi sebagai dampak dari pandemic Covid-19 yang membuat aktivitas dalam bidang pariwisata terhambat cukup lama sejak berlakunya status *lockdown* pada 16 Maret 2020.

Namun upaya yang dilakukan oleh pemerintah terus berlanjut dalam pengembangan dan pengelolaan wisata yang ada di Kota Banda Aceh dengan melibatkan masyarakat sekitar ternyata berdampak baik bagi citra wisata yang ada di Kota banda Aceh. Apabila suatu tempat wisata dikelola dengan baik tentu akan membuat Citra destinasi wisata Kota banda Aceh menjadi baik dan akan membuat wisatawan merasa puas. Citra destinasi wisata yang baik terdiri dari komponen utama yang menjadi pertimbangan wisatawan yang berkunjung pertama, gambar kognitif, gambar unik, dan gambar afektif (*Affective image*) perasaan wisatawan terhadap suatu objek. Begitu juga jika wisatawan berperilaku loyal, maka wisatawan ingin mengunjungi lagi destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh sehingga wisatawan akan merasa puas dengan kunjungan mereka.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul tentang “Pengaruh Citra Destinasi Wisata Halal dan Loyalitas Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi pada Kota Banda Aceh)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Beranjak dari latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengemukakan permasalahan yang akan dibahas adalah:

1. Apakah citra destinasi wisata halal berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh?
2. Apakah loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh?
3. Apakah citra destinasi dan loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh?

## **1.3 Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi wisata halal terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh
3. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi wisata halal dan loyalitas terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Secara Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang komprehensif kepada pemerintah dan lembaga pariwisata mengenai pengaruh citra destinasi wisata halal terhadap kepuasan wisatawan dan loyalitas yang berkunjung ke Kota Banda Aceh sebagai destinasi wisata halal Indonesia.

### **2. Secara Teoritis**

- a. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca tentang bagaimana citra destinasi wisata terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh sebagai destinasi wisata halal Indonesia.
- b. Diharapkan menjadi tambahan referensi penelitian berikutnya mahasiswa yang ingin meneliti tentang bagaimana pengaruh citra destinasi wisata halal dan loyalitas terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh sebagai destinasi wisata halal Indonesia.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Kerangka penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, setiap bab terdiri dari sub-sub bab, yaitu:

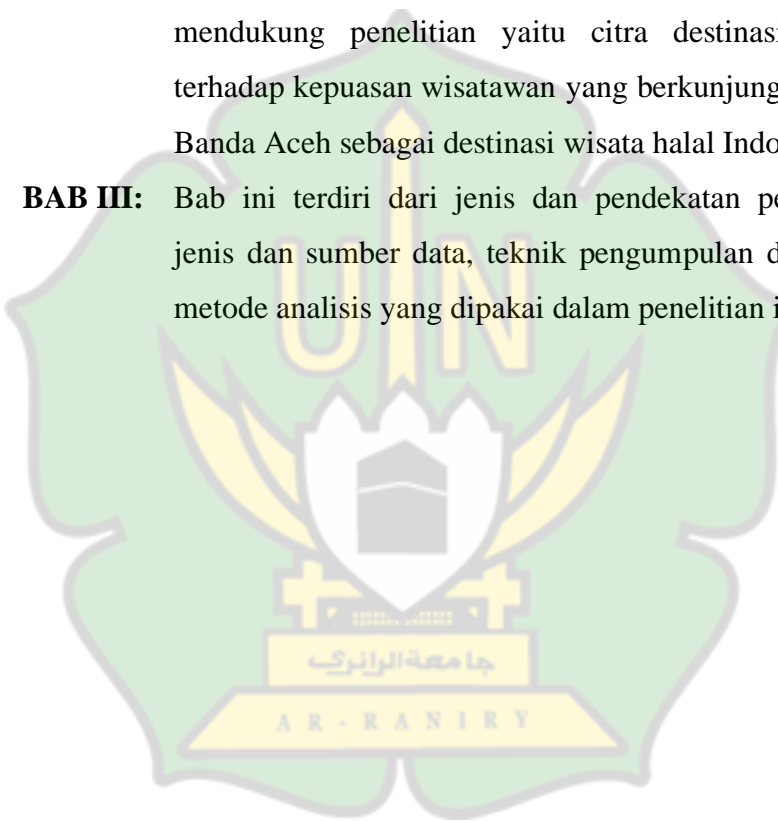
**BAB I:** Pendahuluan berisi tentang pengantar keseluruhan skripsi. Pada bab ini terdapat lima sub bab, yaitu latar belakang masalah yang menguraikan penelitian ini perlu untuk diteliti, rumusan masalah berisi tentang



pokok permasalahan yang akan diteliti, tujuan penelitian berisi tentang apa yang ingin dicapai, mamfaat penelitian berisi tentang kerangka penyusunan penelitian.

**BAB II:** Landasan teori berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian yaitu citra destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh sebagai destinasi wisata halal Indonesia.

**BAB III:** Bab ini terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pariwisata**

##### **2.1.1 Pengertian Pariwisata**

Dalam Bahasa Inggris wisata disebut dengan “*tour*” yang berarti berdarmawisata atau berjalan-jalan melihat pemandangan. Sedangkan secara etimologi, pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yaitu kata “*pari*” yang berarti halus maksudnya mempunyai tata krama tinggi dan “*wisata*” yang berarti kunjungan atau perjalanan untuk melihat, mendengar, menikmati dan mempelajari sesuatu. Jadi, pariwisata berarti menyuguhkan suatu kunjungan secara bertata krama dan berbudi (Suhendroyono dan Novitasari, 2016).

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Bab 1 Pasal 1 dinyatakan bahwa wisata adalah : “Kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara”.

Wisatawan adalah semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan, sedangkan Pengertian wisatawan yang tertuang dalam Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 1969 memberikan definisi wisatawan (*tourist*) adalah orang yang

berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungan itu (Irawan, 2010).

Berbagai macam tipologi wisatawan telah dikembangkan dengan menggunakan berbagai dasar klasifikasi. Dengan pendekatan interaksi, (Cohen, et al. 2007:40) mengklasifikasikan wisatawan atas dasar tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi, serta tingkat pengorganisasian dari perjalanan wisatanya menjadi empat yaitu seperti:

1. *Drifter*, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya, dan bepergian dalam jumlah kecil.
2. *Explorer*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri, dan tidak mau mengikuti jalan-jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum. Wisatawan seperti ini bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal dan tingkat interaksinya dengan masyarakat lokal juga tinggi.
3. *Individual mass tourists*, yaitu wisatawan yang menyerahkan pengetahuan perjalanannya kepada agen perjalanan, dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal.
4. *Organized mass tourists*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah dikenal, dengan fasilitas seperti yang dapat ditemuinya ditempat tinggalnya, dengan perjalanannya selalu dipandu oleh pemandu wisata.

Secara etimologis pariwisata terdiri dari kata wisata yang berarti perjalanan (*traveling*); kata wisatawan yaitu orang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan (*travelers*), dan kepariwisataan yaitu hal, kegiatan atau segala sesuatu yang berhubungan dengan pariwisata. Sifat kegiatan pariwisata adalah sosial, ekonomi, kebudayaan yang timbul sebagai efek dari perjalanan wisata. Aspek yang berhubungan dengan pariwisata adalah manusia, tempat/ruang, dan waktu. Manusia adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan dan yang melayani atau menyediakan layanan kebutuhan perjalanan wisata.empat atau ruang adalah tempat atau daerah tujuan wisata, lokasi objek dan daya tarik wisata yang dikunjungi wisatawan. Dan waktu adalah waktu luang (*leisure time*) atau hari-hari libur yang tersedia dan digunakan untuk dan selama perjalanan wisata.

Berikut beberapa pengertian pariwisata menurut para ahli (Pitana., 2009):

1. Muljadi dan Nurhayati (2002) keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal pergerakan penduduk asing didalam atau dilaur negara , kota atau wilayah tertentu.
2. Kodhyat (1983) pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain secara sementara dilakukan perorangan atau kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

3. Musanef (1995) pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilaksanakan untuk sementara waktu yang dilakukan dari satu tempat ketempat lainnya untuk menikmati perjalanan bertamasya dan berrekreasi.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan orang atau sekelompok seorang kesuatu tempat untuk sementara waktu dengan tujuan berekreasi.

### **2.1.2 Jenis-Jenis Pariwisata**

Host and Guest (1989) dalam Kusumanegara (2009:3) mengklasifikasikan jenis pariwisata sebagai berikut:

1. Pariwisata Etnik (*Ethnic Tourism*), yaitu perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang menarik.
2. Pariwisata Budaya (*Culture Tourism*), yaitu perjalanan untuk meresapi atau untuk mengalami gaya hidup yang telah hilang dari ingatan manusia.
3. Pariwisata Rekreasi (*Recreation Tourism*), yaitu kegiatan pariwisata yang berkisar pada olahraga, menghilangkan ketegangan dan melakukan kontak social dengan suasana santai.
4. Pariwisata Alam (*Eco Tourism*), yaitu perjalanan kesuatu tempat yang relative masih asli atau belum tercemar, dengan tujuan untuk mempelajari, mengagumi, menikmati

pemandangan, tumbuhan, dan binatang liar serta perwujudan budaya yang ada atau pernah ada di tempat tersebut.

5. Pariwisata Kota (*City Tourism*), yaitu perjalanan dalam suatu kota untuk menikmati pemandangan, tumbuhan dan binatang liar serta perwujudan budaya yang ada atau pernah ada di tempat tersebut.
6. *Rersort City*, yaitu kota atau perkampungan yang mempunyai tumpuan kehidupan pada persediaan sarana atau prasarana wisata yaitu penginapan, restoran, olahraga, hiburan dan persediaan tamasya lainnya.
7. Pariwisata Agro (*Agro Tourism* yang terdiri dari *Rural Tourism* atau *Farm Tourism*) yaitu merupakan perjalanan untuk meresapi dan mempelajari kegiatan pertanian, perkebunan, peternakan, kehutanan. Jenis wisata ini bertujuan mengajak wisatawan memikirkan alam dan kelestariannya.

### **2.1.3 Teori Pariwisata dalam Islam**

Istilah pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti berulang-ulang atau berkali-kali, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang (Pitana, 2009). Definisi Pariwisata halal telah diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan OKI. Pariwisata halal merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan.

Selain itu, pariwisata halal merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkat dari Allah (Munirah, 2012). Negara-negara Muslim cenderung menafsirkan pariwisata berdasarkan apa yang Al-Qur'an katakan.

Dalam pandangan Islam pariwisata dikaitkan dengan beberapa konsep sebagai berikut:

1. Perjalanan, Perjalanan dianggap sebagai ibadah, karena diperintahkan untuk melakukan satu kewajiban dari rukun Islam, yaitu haji pada bulan tertentu dan umrah yang dilakukan sepanjang tahun ke baitullah.
2. Dalam pandangan dunia Islam, wisata juga terhubung dengan konsep pengetahuan dan pembelajaran. Hal ini menjadi perjalanan terbesar yang dilakukan pada awal Islam dengan tujuan mencari dan menyebarkan pengetahuan berdasarkan (Q.S. al-Taubah: 112) sebagai berikut.

التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّابِحُونَ الرُّكُعُونَ السَّجِدُونَ الْآمِرُونَ بِالْمَعْرُوفِ  
وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ

Artinya “*Mereka itu adalah orang-orang yang bertaubat, yang beribadat, yang memuji, yang melawat yang ruku', yang sujud, yang menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah berbuat Munkar dan yang memelihara hukum-hukum Allah. dan gembirakanlah orang-orang mukmin itu*”

Maksud dari ayat di atas adalah melawat untuk mencari ilmu pengetahuan atau berjihad. Kegiatan tersebut dapat diartikan sebagai kunjungan wisata ke seluruh bumi semesta. Melalui wisata dapat diperoleh wawasan serta pandangan tentang kehidupan jagad raya.

3. Ketiga tujuan wisata dalam Islam adalah untuk belajar ilmu pengetahuan dan berpikir.
4. Keempat tujuan terbesar dari perjalanan dalam wisata Islam adalah untuk mengajak orang lain kepada Allah dan untuk menyampaikan kepada umat manusia ajaran Islam yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW. Hal ini adalah misi Rasul dan para sahabat beliau. Para sahabat Nabi Muhammad menyebar ke seluruh dunia, mengajarkan kebaikan dan mengajak mereka untuk menjalankan kebenaran (Jaelani,2017):.

Konsep wisata dikembangkan untuk mencapai tujuan tersebut. Akhirnya, wisata Islam juga termasuk kegiatan perjalanan untuk merenungkan keajaiban penciptaan Allah dan menikmati keindahan alam semesta ini, sehingga akan membuat jiwa manusia mengembangkan keimanan yang kuat dalam keesaan Allah dan akan membantu seseorang untuk memenuhi kewajiban hidup (Jaelani, 2017).

Berikut bentuk pariwisata berdasarkan Al-Qur'an:

1. *Hajj*: melibatkan perjalanan dan ziarah ke Mekah. Perjalanan ini merupakan persyaratan untuk setiap Muslim dewasa yang



- sehat. Setidaknya sekali dalam seumur hidup untuk mengambil haji.
2. *Ziarah*: mengacu pada kunjungan ke tempat-tempat suci lainnya.
  3. *Rihlah*: adalah perjalanan untuk alasan lain, seperti pendidikan dan perdagangan.
  4. Penekanannya adalah pada gerakan terarah, sebagai komponen dari perjalanan spiritual dalam pelayanan Tuhan. *Shari'ah* hukum menentukan apa yang dapat diterima halal dan apa yang tidak diterima – haram dalam kehidupan sehari-hari dan selama perjalanan (Kovjanic,2014).

Anjuran berwisata terdapat dalam firman Allah SWT QS. Al-Ankabut (29):20 sebagai berikut.

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّسْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ۝

Artinya : “Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”

Dalam ayat ini, Allah mempersilahkan manusia untuk berbebaran di muka Bumi dengan berbagai bentuk aktivitas. Dalam konteks pariwisata, manusia diperintahkan untuk tetap melaksanakan perintah syariah seperti salat meskipun dalam

keadaan liburan. Adanya perintah untuk mengingat Allah ini juga mengindikasikan bahwa dalam aktivitas pariwisata, manusia wajib memelihara dirinya dari hal-hal yang tidak diperkenankan oleh syariah seperti konsumsi yang tidak halal, transaksi yang tidak sesuai syariah, pemandangan yang diharamkan, serta tindakan yang dilarang (Al-Raghib al-Alashfihani dalam Kitab *Mu'jam al-Quran Li Alfaz al-Quran*).

Selain firman Allah, terdapat hadist terkait anjuran berwisata halal yang diriwayatkan oleh Abu Dawud sebagai berikut:

عَنْ أَبِي أُمَامَةَ أَنَّ رَجُلًا قَالَ يَا رَسُولَ اللَّهِ ائْذَنْ لِي فِي السِّيَاحَةِ. قَالَ النَّبِيُّ إِنَّ سِيَاحَةَ أُمَّتِي  
الْجِهَادُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ تَعَالَى

Artinya : “Ada seorang laki-laki berkata kepada Nabi , “Wahai Rosululloh izinkanlah aku untuk bertamasya.” Nabi bersabda, “Sesungguhnya tamasyanya umatku adalah jihad fi sabilillah.” (HR. Abu Dawud)

Menurut Syekh Ahmad bin Syekh Muhammad Zarga’ dalam Kitab *Syarah al-Qawaid al-Fiqhiyah*, yaitu Islam menganjurkan untuk melakukan wisata yang membawa kepada kemanfaatan. Akan tetapi apabila sebaliknya yang terjadi, maka pandangan Islam niscaya akan buruk terhadap kegiatan wisata itu. Di dalam hal ini berlaku kaidah menghindari keburukan (mafsadat) lebih utama daripada mengambil kebaikan (maslahat).

Karakteristik Pariwisata halal Menurut Chukaew (2015), terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata halal dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan yang halal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu :

1. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan.
2. Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam.
3. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam.
4. Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
5. Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal.
6. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi.
7. Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan.
8. Berpergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

Dari karakteristik pariwisata halal yang dijabarkan Chukaew (2015:2), terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan untuk menunjang suatu pariwisata halal.

1. Lokasi: Penerapan sistem Islami di area pariwisata. Lokasi pariwisata yang dipilih merupakan yang diperbolehkan

kaidah Islam dan dapat meningkatkan nilai-nilai spiritual wisatawan.

2. Transportasi: Penerapan sistem, seperti pemisahan tempat duduk antara laki-laki dan wanita yang bukan mahram sehingga tetap berjalannya syariat Islam dan terjaganya kenyamanan wisatawan.
3. Konsumsi: Islam sangat memperhatikan segi kehalalan konsumsi, hal tersebut tertuang dalam Q.S Al-Maidah ayat Segi kehalalan disini baik dari dari sifatnya, perolehannya maupun pengolahannya. Selain itu, suatu penelitian menunjukkan bahwa minat wisatawan dalam makanan memainkan peran sentral dalam memilih tujuan wisata (Moir, 2012).
4. Hotel: seluruh proses kerja dan fasilitas yang disediakan berjalan sesuai dengan prinsip halal, pelayanan disini tidak sebatas dalam lingkup makanan maupun minuman, tetapi juga dalam fasilitas yang diberikan seperti spa, gym, kolam renang, ruang tamu dan fungsional untuk laki-laki dan perempuan sebaiknya terpisah.

Keistimewaan Aceh dengan Syariat Islamnya menjadi sebuah perhiasan tersendiri dalam konteks kekayaan budaya. Potensi ini harus dapat dilihat dari sudut pandang berbeda, dimana Syariat Islam bukanlah penghalang dalam pembangunan industri pariwisata di Aceh, melainkan apabila dimanfaatkan dengan baik maka ini akan menjadi identitas yang solid. Dimana identitas yang

hanya dimiliki oleh Aceh ini, ketika kekayaan budaya serta indahnya bentang alam dapat berpadu secara baik dan saling mendukung dengan Syariat Islam, maka itulah “Branding Aceh” (Muis, 2020). Branding wisata halal yang dimiliki Aceh nantinya bukan hanya dapat mengunggulkan warisan benda-benda peninggalan sejarah ataupun monumen-monumen peringatan peristiwa tertentu, bukan hanya dapat mengunggulkan destinasi wisata alam yang indah, bukan hanya dapat mengunggulkan seni budaya yang beragam dan indah, namun dapat juga mengunggulkan penerapan Syariat Islam dalam setiap sendi kehidupan di Aceh.

Dengan adanya penerapan Syariat Islam di Aceh sudah menjadi garansi tersendiri atas kepastian kehalalan kuliner-kuliner yang disediakan di Aceh. Contoh lainnya adalah adanya kenyamanan dalam menikmati wisata bahari atau wisata pantai di Aceh, dikarenakan dapat dipastikan bahwa Syariat Islam tidak akan mengakomodir segala kegiatan yang mengumbar aurat seperti dilegalkannya berpakaian bikini pada pantai-pantai di daerah wisata tertentu. Aceh juga bisa menguatkan identitas terkait wisata halalnya dengan menguatkan nilai-nilai religiusitas sebagai daerah yang terkenal dengan julukannya sebagai Serambi Mekkah, yang menempatkan Islam sebagai identitas masyarakat Aceh (Dhuhri, 2017).

## 2.2 Indikator Wisata Halal

Indikator wisata sangat mempengaruhi keputusan seseorang dalam mengambil keputusan wisata. Berdasarkan pendapat Ahmadsyah, Abdullah, dan Jalaludin (2022) terdapat indikator wisata halal meliputi:

### 1. Atraksi

Atraksi adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang ingin berkunjung ke suatu tempat daerah tujuan wisata. Atraksi meliputi benda yang tersedia di alam, hasil ciptaan manusia (kebudayaan) dan tata cara hidup dalam masyarakat. Adapun jenis-jenis atraksi wisata diantaranya:

- a. Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta
- b. Pusat-pusat kesehatan dan termasuk dalam kelompok ini misalnya sumber air mineral, mandi lumpur, sumber air panas, dimana kesemuanya itu diharapkan dapat menyembuhkan macam-macam penyakit.
- c. Hasil ciptaan manusia, dibagi menjadi empat bagian penting yaitu benda-benda yang bersejarah dan kebudayaan dan keagamaan.
- d. Tata cara hidup masyarakat berupa tata cara hidup tradisional dari suatu masyarakat merupakan salah satu sumber yang amat penting untuk ditawarkan kepada wisatawan. Bagaimana kebiasaan hidupnya, adat istiadatnya semuanya merupakan daya tarik bagi wisatawan.

## 2. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara jarak geografis atau kecepatan teknis serta tersedianya sarana transportasi ke tempat tujuan. Beberapa hal yang mempengaruhi aksesibilitas suatu tempat adalah kondisi jalan, tarif angkutan jenis kendaraan, jaringan transportasi, jarak tempuh dan waktu tempuh. Semakin baik aksesibilitas suatu obyek wisata wisatawan yang berkunjung dapat semakin banyak jumlahnya. Sebaliknya jika aksesibilitasnya kurang baik, wisatawan akan merasakan hambatan dalam kunjungan yang dilakukannya dalam berwisata.

## 3. Fasilitas Penunjang

Fasilitas adalah sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola untuk kebutuhan wisatawan. Kebutuhan seperti prasarana perekonomian (pengangkutan, prasarana komunikasi, kelompok, sistem perbankan) dan prasarana sosial (sistem pendidikan, pelayanan kesehatan, Faktor keamanan, dan pelayanan petugas). Sarana prasarana sebagai berikut a. Prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam. Pariwisata dapat berupa:

- a. Prasarana umum, jalan, air bersih, terminal, lapangan udara, komunikasi dan listrik. Prasarana yang menyangkut ketertiban dan keamanan agar terpenuhi dengan baik

b. Sarana kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung atau tidak langsung dan hidup serta kehidupannya banyak tergantung pada kedatangan wisatawan. Sarana dapat berupa:

- 1) Sarana pokok, perusahaan yang hidup dan kehidupannya tergantung pada kedatangan wisatawan, termasuk travel agen, transportasi, akomodasi dan restoran.
- 2) Sarana pelengkap, perusahaan yang menyediakan fasilitas-fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok saja, tetapi agar wisatawan bias tinggal lebih lama
- 3) Sarana penunjang, perusahaan yang menunjang sarana lengkap dan sarana pokok serta berfungsi agar wisatawan bias tinggal lebih lama dan lebih banyak mengeluarkan uangnya di obyek wisata. Berdasarkan teori di atas unsur-unsur pariwisata dibagi tiga bagian dalam atraksi (benda yang tersedia di alam, hasil ciptaan manusia dan tata cara hidup dalam masyarakat), aksesibilitas (pengangkutan, akomodasi, jarak dan waktu,) dan fasilitas (politik pemerintahan, kesempatan berbelanja, promosi, harga, dan sifat ramah tamah).

#### 4. Fasilitas Pendukung

Fasilitas pendukung wisata halal, seperti bank syariah di provinsi Aceh cukup banyak. Hingga tahun 2023 ada 537 jaringan



kantor Bank Aceh di seluruh provinsi Aceh yang terdiri dari 1 Kantor Pusat, 26 Kantor Cabang, 96 Kantor Cabang Pembantu, 27 Kantor Kas, 12 Mobil Kas Keliling tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan, 26 Payment Point, 27 Unit ATM CRM dan 232 unit ATM. Selain itu terdapat Rumah sakit yang besar, lengkap dan sudah mendapatkan ISO si A yang tersedia di Banda Aceh.

## 5. Kelembagaan

Berkaitan dengan keberadaan dan peran pemerintah, akademisi, pengusaha, media dan masyarakat (disebut juga Pentahelix) dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata. Program Rencana Strategis yang dilakukan oleh Dispar Aceh memiliki 3 program utama yaitu:

- a. Program Pemasaran dengan melakukan branding, mendirikan rumah promosi pariwisata halal dan melancarkan *sales mission* untuk agen pariwisata. Sebenarnya Aceh memiliki banyak surga tersembunyi, namun karena kurang promosi keindahan dan keunikan alam Aceh tidak diketahui wisatawan.
- b. Program Pengembangan Destinasi yaitu program yang berisi perencanaan digitalisasi destinasi pariwisata halal unggulan, melakukan pengembangan paket wisata halal dan memanfaatkan bandara sebagai etalase wisata halal.
- c. Program penguatan Sumber Daya Manusia, Industri Pariwisata dan Kelembagaan untuk penguatan sumber daya

manusia, industri dan kelembagaan adalah dengan dibuatnya program penyamaan visi pelaku sentra wisata halal, *capacity building* pariwisata halal dan pengembangan penerbangan internasional.

## **2.3 Citra Destinasi Wisata Halal**

### **2.3.1 Pengertian Citra Destinasi Wisata Halal**

Destinasi menurut Seaton dan Bennet (1996) dalam Hanif et al., (2016) adalah satu kesatuan produk tujuan wisata tetapi terdiri dari berbagai jenis organisasi dan operasi pariwisata di wilayah geografinya, termasuk hotel, transportasi, atraksi, dan lain-lain. Destinasi pariwisata mencakup segala sesuatu yang ada di daerah, baik masyarakatnya, lanskap, industri lain, dan hal lainnya yang dapat menjadi bagian dari pengalaman destinasi, kekhasan lokal yang dapat dinikmati wisatawan meskipun bukan bagian dari ekonomi pariwisata secara khusus.

Citra (*image*) pariwisata menurut Pitana dan Diarta (2009) dalam Hanif, et al. (2016) adalah kepercayaan yang dimiliki oleh wisatawan mengenai produk atau pelayanan yang wisatawan beli atau akan beli. Menurut Fakeye dan Crompton dalam Gultom dan Cristiana (2018) menyatakan bahwa citra destinasi merupakan gambaran pikiran, kepercayaan, perasaan dan persepsi terhadap suatu destinasi .

Suatu destinsnasi wisata yang menarik wisatawan terbentuk oleh beberapa tahap pembentukan. Tocquer dan Zins dalam

Gultom dan Cristiana (2018) menjelaskan bahwa Pembentukan citra destinasi wisata menurut mempelajari pengaruh persepsi pada wisatawan yang berkaitan dengan tujuan tertentu, dan pengelompokan citra ke dalam empat (4) tahap pembentukan:

1. *Vague and realistic image* (tidak jelas dan citra realistik), berasal dari iklan, dan penyebaran *word of mouth* (mulut ke mulut). Hal ini dibentuk sebelum wisatawan melakukan perjalanan. Jadi citra tersebut belum diketahui kebenarannya.
2. *Distortion of image* (distorsi citra), pada tahap ini wisatawan telah memutuskan untuk melakukan perjalanan. Maka citra terhadap suatu destinasi mulai nampak kebenarannya.
3. *Improved image* (meningkatkan citra), pada tahap ini wisatawan telah memiliki pengalaman atas perjalanan wisatanya. Sehingga citra yang samar dan tidak terbukti kebenarannya dibuang dan memperkuat citra yang terbukti benar.
4. *Resulting image* (resolusi citra), tahap terakhir mengacu pada memori baru atas pengalaman wisatanya yang menyebabkan apakah ada penyesalan atau kesenangan terhadap destinasi yang telah dikunjungi. Hal ini akan mempengaruhi keputusan selanjutnya pada destinasi yang sama.

### **2.3.2 Dimensi Citra Destinasi Wisata Halal**

Menurut Hailin (2011) terdapat 3 dimensi suatu citra destinasi wisata yaitu sebagai berikut:

1. *Cognitive destination image* (citra destinasi kognitif)  
Citra destinasi kognitif, terdiri dari kualitas pengalaman yang didapat oleh para wisatawan, atraksi wisata yang ada di suatu destinasi, lingkungan dan infrastruktur di lingkungan tersebut, hiburan dan tradisi budaya dari destinasi tersebut.
2. *Unique image* (citra destinasi yang unik)  
Citra destinasi yang unik, terdiri dari lingkungan alam, kemenarikan suatu destinasi dan atraksi lokal yang ada di destinasi tersebut.
3. *Affective destination image* (citra destinasi efektif)  
Citra destinasi efektif, terdiri dari perasaan yang menyenangkan, membangkitkan, santai dan menarik ketika di suatu destinasi

Berdasarkan uraian indikator diatas maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian akan meneliti lebih lanjut mengenai citra destinasi yang ada di Kota Banda Aceh, penulis ingin meneliti kembali penelitian terdahulu.

## **2.4 Loyalitas Wisatawan**

### **2.4.1 Pengertian Loyalitas Wisatawan**

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (2001: 603) Pengertian loyalitas adalah kepatuhan atau kesetiaan. Hurriyati (2005: 35) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan (customer loyalty) merupakan dorongan yang sangat penting untuk menciptakan penjualan. Menurut Tjiptono (2015:53) pelanggan yang setia pada

merek tertentu cenderung terikat pada merek tersebut dan akan membeli produk yang sama lagi sekalipun tersedia banyak alternatif lainnya.

Konsumen yang loyal merek dapat diidentifikasi berdasar pola pembeliannya, seperti runtutan pembelian (tiga atau empat kali pembelian merek yang sama) atau proporsi pembelian (delapan dari sepuluh kali pembelian merek yang sama). Loyalitas yang meningkat dapat menghemat biaya perusahaan di enam bidang antara lain (Griffin,2005:61):

- 1) Biaya pemasaran menjadi berkurang, karena biaya untuk menarik pelanggan baru lebih tinggi daripada biaya mempertahankan pelanggan.
- 2) Biaya transaksi menjadi lebih rendah, seperti biaya negosiasi kontrak dan pemrosesan pesanan.
- 3) Biaya perputaran pelanggan menjadi berkurang karena lebih sedikit pelanggan hilang yang harus digantikan.
- 4) Keberhasilan penjualan silang menjadi meningkat, menyebabkan pangsa pasar yang lebih besar.
- 5) Pemberitaan dari mulut ke mulut menjadi lebih positif, dengan asumsi para pelanggan yang loyal juga merasa puas.
- 6) Biaya kegagalan menjadi menurun seperti pengurangan pengerjaan ulang, kalim garansi, biaya pergantian, dan sebagainya.

## 2.4.2 Indikator Loyalitas Wisatawan

Tujuan dari suatu pariwisata adalah untuk menciptakan para wisatawan merasa puas. Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara pengelola wisata dengan wisatawan menjadi harmonis. Sehingga memberikan dasar yang baik bagi kunjungan ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap wisata serta membuat suatu rekomendasi dari bagi wisatawan lain. Menurut Kotler dan Keller (2016:138), mendefinisikan loyalitas merupakan suatu komitmen yang mendalam pada keputusan dalam pembelian kembali sebuah produk itu. Menurut griffin loyalitas pelanggan tampaknya merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan keuangan. Berbeda dari kepuasan, yang merupakan sikap, loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli. Pelanggan yang loyal adalah orang yang (Griffin, 2005: 71):

- 1) Melakukan pembelian berulang secara teratur. Pelanggan yang loyal adalah mereka yang melakukan pembelian barang ataupun jasa secara teratur bahkan mereka akan tetap membeli meskipun harganya mengalami kenaikan.
- 2) Membeli antar lini produk dan jasa. Pelanggan yang loyal bukan hanya membeli satu jenis produk atau jasa saja dari sebuah perusahaan melainkan mereka juga membeli produk ataupun jasa tambahan yang disediakan oleh perusahaan tersebut.

- 3) Mereferensikan kepada orang lain. Pelanggan yang loyal selalu ingin mereferensikan suatu produk atau jasa yang digunakannya kepada orang lain, baik kepada teman maupun saudara. Mereka selalu berusaha mempengaruhi orang lain untuk menggunakan produk atau jasa yang sama dengan selalu menceritakan kelebihan produk atau jasa yang dia gunakan sampai orang tersebut mencoba menggunakannya.
- 4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing. Para pelanggan yang loyal selalu menolak apabila ditawarkan produk atau jasa dari perusahaan lain (pesaing). Mereka sudah memiliki kecintaan tersendiri terhadap produk atau jasa yang telah digunakan.

Berdasarkan uraian di atas maka yang menjadi kesimpulan indikator dalam penelitian ini adalah apakah wisatawan menunjukkan sikap loyalitasnya terhadap wisata Kota Banda Aceh seperti akan melakukan kunjungan kembali, merekomendasikan kepada orang lain dan menunjukkan sikap kesetiannya meskipun ada wisata yang lainnya.

## **2.5 Kepuasan Kepuasan Wisatawan**

### **2.5.1 Pengertian dan Indikator Kepuasan Wisatawan**

Kepuasan wisatawan adalah sebuah tolak ukur keberhasilan suatu organisasi dalam memberikan loyalitas kepada wisatawan. Menurut Gunderson et al. (1996) dalam (Basiya R dan Rozak, 2012) bahwa kepuasan konsumen adalah penilaian evaluatif paska

konsumsi berkaitan dengan kualitas produk atau jasa. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai kepuasan menyeluruh (overall satisfaction) yaitu tanggapan secara menyeluruh tentang seberapa puas dan tidak puas terhadap total atribut produk atau jasa. Baker and Crompton (2000) dalam Roostika (2012) menjelaskan bahwa kepuasan adalah kondisi emosi dan pikiran sesudah memiliki pengalaman wisata.

Menurut Tjiptono (2015:353) kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadan atau ketidaksepedanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Menurut Kotler dan Keller (2016:153) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dari hasil membandingkan produk atau jasa yang didapatkan dengan yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan memang tidak mudah didefinisikan. Ada berbagai macam pengertian yang di berikan oleh para ahli (Tjiptono, 2015) kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang di rasakan anatara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang di rasakan setelah pemakaiannya. Kotler dan Keller (2016:34), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang ia rasakan di bandingkan dengan harapannya. Sunarto (2003), mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap



kinerja/harapan. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi harapan, pelanggan amat puas.

Mengemukakan kepuasan seorang pelanggan dapat terlihat dari tingkat penerimaan pelanggan yang didapatkan. Menurut Gaspersz (2005), menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan ekspektasi pelanggan terdiri dari: “Kebutuhan dan keinginan” yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen jasa. Konsep dan teori mengenai kepuasan pelanggan telah berkembang pesat dan telah mampu diklasifikasikan atas beberapa pendekatan. Salah satu pendekatan yang paling populer yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan adalah teori *The Expectancy*.

Salah satu kunci untuk mempertahankan pengunjung adalah dengan memberikan kepuasan. Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur. Sejumlah metode diadakan untuk mengukur kepuasan pelanggan secara langsung. Para responden juga dapat diberi pertanyaan tambahan untuk mengukur maksud pembelian ulang dan memungkinkan merekomendasikan perusahaan dan merek kepada orang lain (Kotler & Keller, 2016: 179). Dalam kaitannya dengan minat berkunjung ulang, minat merupakan pelanggan potensial yang mempunyai arti pelanggan yang pernah datang kembali dan menggunakan jasa kembali.

Adapun indikator kepuasan pelanggan (menurut Irawan, 2010), yaitu :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya). Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
2. Selalu membeli produk. Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain. Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk. Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

Sedangkan, menurut Kotler (2016), ada 3 indikator kepuasan pelanggan yaitu :

1. Sistem penanganan keluhan dan saran konsumen. Suatu perusahaan yang berorientasi pada konsumen akan memberikan kesempatan luas pada konsumen untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain.

2. Sistem survei reputasi perusahaan. Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung.
3. Sistem analisis konsumen. Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah melakukan transaksi dan berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur.

Hidayatullah (2020) mengemukakan bahwa terdapat tiga indikator yang mampu menjelaskan tentang kepuasan wisatawan yaitu:

1. Kesesuaian layanan dengan yang diharapkan
2. Kesesuaian layanan dengan tarif yang dibayarkan
3. Kepuasan pengunjung akan layanan yang ditawarkan

Dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, indikator yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan indikator yang dikemukakan oleh Hidayatullah (2020). Berdasarkan uraian indikator diatas maka yang menjadi acuan penelitian ini adalah akan meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana kesesuaian layanan yang diharapkan oleh wisatawan sesudah berkunjung ke Banda Aceh terhadap objek wisata maupun sarana dan prasarana wisata, kemudian akan melihat apakah wisatawan merasa puas dengan tariff yang dibayarkan terhadap kunjungannya ke Kota Banda Aceh.

## 2.6 Penelitian Terkait

Putri, et al. (2018) citra destinasi Taman Wisata Candi Borobudur dinilai baik. Hal ini dibuktikan dengan baiknya penilaian responden mengenai reputasi, panorama alam, arsitektur bangunan Candi Borobudur, dan Candi Borobudur sebagai warisan budaya. Variabel citra destinasi mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung sebesar 8,6%. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik citra destinasi yang dimiliki, maka tingkat kepuasan pengunjung akan semakin tinggi. Variabel citra destinasi mempunyai pengaruh terhadap variabel loyalitas pengunjung sebesar 7,9%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra destinasi yang dimiliki, maka semakin tinggi tingkat loyalitas pengunjung.

Hasil penelitian Hermawan (2017) menemukan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap loyalitas berwisata di gunung Api Purba Nglanggeran. Terbukti pada 4 nilai P value 0.000, jauh lebih kecil dari nilai alpha 0.05 pada taraf kepercayaan 95%. Hasil penelitian Sari dan Maftukhah (2017) menemukan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung, semakin tinggi tingkat citra destinasi maka dapat mempengaruhi keputusan berkunjung yang akan berdampak pada kepuasan pengunjung. Demikian juga halnya dengan penelitian yang ditemukan oleh Kristanti dan Farida (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif citra destinasi terhadap kepuasan

wisatawan. Hasil penelitian Apriliyanti, SHudayah, Zainurossalamia (2020) membuktikan bahwa variabel daya tarik wisata dan citra destinasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan. Aprilia S, D., Pujiastuti, E. E., & Hadi, L. (2019) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terkait**

No	Judul/Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur). Putri, Farida, Dewi (2018).	Kuantitatif deskriptif dengan metode analisis regresi	Variabel citra destinasi mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung sebesar 8,6%. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik citra destinasi yang dimiliki, maka tingkat kepuasan pengunjung akan semakin tinggi. Variabel citra destinasi mempunyai pengaruh terhadap variabel loyalitas pengunjung sebesar 7,9%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra destinasi yang	Sama-sama bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh citra destinasi wisata terhadap kepuasan pengunjung dan loyalitas pengunjung	Objek penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh

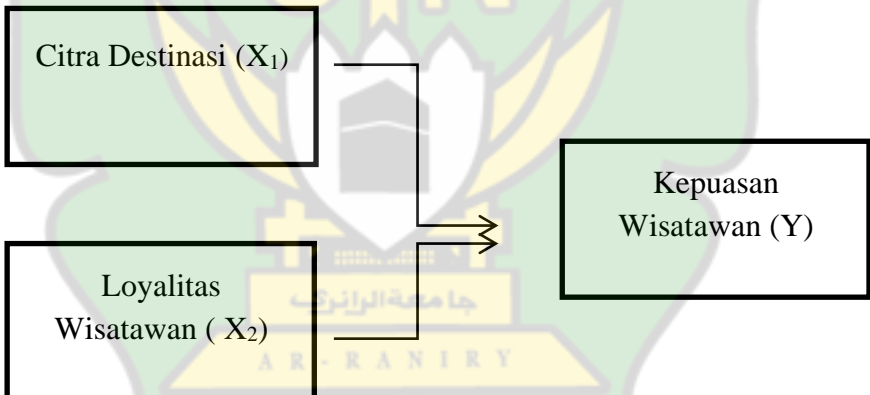
No	Judul/Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			dimiliki, maka semakin tinggi tingkat loyalitas pengunjung.		
2.	Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). Hanif, Kusumawati dan Mawardi,. (2017).	Kuantitatif deskriptif dengan analisis jalur	Variabel citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan, Selanjutnya variabel citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas wisatawan. Selain itu variabel kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas wisatawan	Sama-sama bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh citra destinasi wisata terhadap kepuasan pengunjung dan loyalitas pengunjung	Objek penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh
3.	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. Herman (2017)	Kuantitatif deskriptif dengan analisis jalur dengan PLS	kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap loyalitas berwisata di gunung Api Purba Nglanggeran. Terbukti pada 4 nilai P value 0.000, jauh lebih kecil dari nilai alpha 0.05 pada taraf kepercayaan 95%.	Sama-sama bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh citra destinasi wisata terhadap kepuasan pengunjung dan loyalitas pengunjung	Objek penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh
4.	Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi	Kuantitatif	Citra destinasi berpengaruh	Sama-sama	Objek penelitian

No	Judul/Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan melalui Keputusan Pengunjung. Sari dan Maftukhah (2017)	deskriptif dengan analisis jalur	positif terhadap kepuasan pengunjung	bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh citra destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan	ini dilakukan di Kota Banda Aceh dan pada penelitian terdahulu tidak ada variabel loyalitas karyawan
5.	Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata terhadap Niat Berperilaku Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Museum Kereta Api Ambarawa). Kristanti dan Farida (2018).	Kualitatif dan Kuantitatif deskriptif	Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan	Sama-sama bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh citra destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan	Objek penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh dan pada penelitian terdahulu menggunakan analisis kualitatif
6.	Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda Apriliyanti, SHudayah, Zainurossalamia (2020)	Kuantitatif deskriptif dengan analisis jalur dengan PLS	Hasil penelitian membuktikan bahwa Variabel Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan	Sama-sama bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh citra destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan	penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh
7.	Pengaruh Citra Destinasi, E-Wom, Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan	Kuantitatif deskriptif dengan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Destinasi	Sama-sama bertujuan untuk	penelitian ini dilakukan di Kota Banda

No	Judul/Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Kepercayaan: Studi Pada Wisatawan yang berkunjung Tebing Breksi Daerah Istimewa Yogyakarta. Aprilia Pujiastuti, dan Hadi (2019).	analisis jalur dengan SEM.	berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan,	melihat bagaimana pengaruh citra destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan	Aceh

## 2.7 Kerangka Berpikir

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Berdasarkan penelitian kerangka penelitian diatas penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh citra destinasi dan loyalitas terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh sebagai destinasi wisata halal Indonesia.



## 2.8 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka penelitian diatas maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H<sub>01</sub>: Tidak terdapat pengaruh Citra destinasi wisata halal terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh
- H<sub>a1</sub>: Citra destinasi wisata halal berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh
- H<sub>02</sub>: Tidak berpengaruh loyalitas terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh
- H<sub>a2</sub>: Loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh
- H<sub>03</sub>: Tidak berpengaruh citra destinasi halal dan loyalitas terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh
- H<sub>a3</sub>: Citra destinasi halal dan loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh.

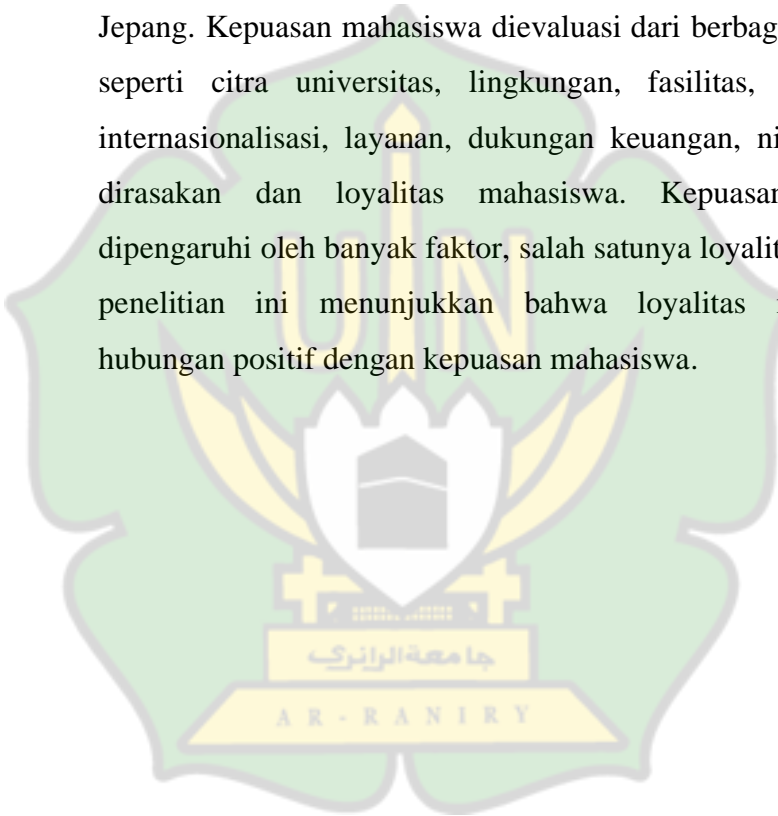
### b. Hubungan Antar Variabel

Variabel dalam penelitian ini yaitu memuat kaitan Antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Hubungan tersebut menjadi landasan dalam penelitian ini sebagai asumsi hipotesis penelitian yang harus dibuktikan secara uji statistik. Hubungan tersebut juga diperkuat oleh teori seperti hasil penelitian yang relevan. Berikut hasil penelitian terkait hubungan antara variabel citra destinasi terhadap kepuasan serta variabel loyalitas terhadap kepuasan.

1. Hasil penelitian Caroline (2021) membuktikan bahwa variabel citra destinasi memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Wisatawan dan Behavioral Intention, kepuasan wisatawan juga berpengaruh secara positif terhadap behavioural intention. Arah hubungan yang positif berarti dengan semakin meningkatnya citra destinasi yang baik maka akan semakin meningkat Kepuasan Wisatawan dan akan menjadikan pengunjung untuk berkunjung kembali. Kepuasan wisatawan dapat tercipta dengan adanya citra destinasi yang positif, wisatawan yang memiliki penilaian positif mengenai destinasi pariwisata Nusa Penida maka memperoleh kepuasan yang tinggi sehingga wisatawan akan melakukan kunjungan kembali.
2. Kurniawan dan Ayu (2021) menyimpulkan citra destinasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil analisis data diperoleh citra destinasi wisata yaitu *Cognitive Image*, *Unique Image* dan *Affective Image* memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Anjungan Daerah Sumatra Selatan Taman Mini Indonesia Indah. Dimensi yang memberikan kontribusi terbesar adalah dimensi *Cognitive Image*. Hubungan antara dimensi *Cognitive Image* dan indikatornya menunjukkan bahwa indikator karyawan mampu menyampaikan informasi mengenai anjungan dengan baik

memberikan kontribusi terbesar kepada dimensi *Cognitive Image*.

3. Penelitian Appuhamilage dan Torii (2019) yang melakukan penelitian untuk menguji kepuasan dan loyalitas mahasiswa dengan menggunakan analisis SEM di Universitas Meijo, Jepang. Kepuasan mahasiswa dievaluasi dari berbagai aspek, seperti citra universitas, lingkungan, fasilitas, harapan, internasionalisasi, layanan, dukungan keuangan, nilai yang dirasakan dan loyalitas mahasiswa. Kepuasan siswa dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya loyalitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas memiliki hubungan positif dengan kepuasan mahasiswa.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan metode kuantitatif dengan desain asosiatif sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016). Desain asosiatif berguna untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel dapat mempengaruhi variabel lain. Maka, dengan penelitian ini akan dapat digunakan sebagai suatu teori yang berfungsi menjelaskan atau meramalkan suatu gejala. Penelitian ini dimaksud untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh sebagai destinasi wisata halal Indonesia.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Menurut Moleong, (2007: 132) mengatakan lokasi penelitian merupakan tempat peneliti melakukan penelitian terutama dalam menangkap peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti untuk mendapatkan data-data penelitian yang kuat dan akurat. Menentukan cara terbaik untuk ditempuh dengan cara menjajaki lapangan dan mencari kesesuaian dengan kenyataan yang ada di lapangan. Sementara itu, keterbatasan waktu, biaya dan tenaga juga perlu dipertimbangkan dalam penentuan lokasi

penelitian. Lokasi penelitian ini ditentukan dengan sengaja yang dilakukan di Banda Aceh dengan pertimbangan, antara lain:

- a. Pertimbangan biaya tenaga dan waktu. Keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti dalam hal tenaga, biaya dan waktu menjadi salah satu pertimbangan pemilihan lokasi
- b. Provinsi Aceh berada di ujung pulau Sumatera dan merupakan provinsi paling Barat di Indonesia. Jumlah penduduk provinsi Aceh sekitar empat juta lima ratus jiwa dan Aceh merupakan salah satu ibu kota yang menerapkan syariat Islam dalam seluruh aspek kehidupannya dan diatur pada Qanun yang mengatur tentang kehidupan masyarakat Aceh secara detail.

### **3.3 Data dan Sumber Data**

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bugin, 2010). Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dari kuesioner yang disebarkan ke wisatawan yang pernah berkunjung ke Kota Banda Aceh. Data primer ini kemudian memerlukan olahan lebih lanjut dari penulis.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu serta kualitas tertentu yang akan diamati dan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah.

Sedangkan, sampel adalah sebagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai wakil dari anggota tersebut (Supardi, 2005). Dalam metode penelitian ini, populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri: objek/subjek mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung Ke Kota Banda Aceh baik lokal maupun Mancanegara.

Sampel merupakan sebagian dari anggota populasi untuk mewakili seluruh anggota populasi yang ada. Dalam istilah penelitian kuantitatif, sampel merupakan keseluruhan populasi yang merangkap sebagai sampel penelitian (Supardi, 2005). Metode dalam penelitian sampel ini dilakukan dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling* yakni metode sampling yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap populasi yang dipilih menjadi sampel.

Jenis metode *non probability sampling* dengan teknik *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui tersebut cocok sebagai sumber data. Adapun untuk menentukan jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus slovin.

## Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1+N(E^2)}$$

(sugiyono, 2011:81)

Keterangan:

n : Ukuran Sampel/Jumlah Responden

N : Ukuran Populasi

e : Presentase Kelonggaran Ketelitian Kesalahan Pengambilan Sampelyang bisa ditolerir

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e =0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e =0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi sampel yang dapat di ambil dari teknik Slovin adalah antara 10%-20% dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 169.638 wisatawan, sehingga persentase keloggaran yang di gunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Untuk mengetahui sampel penelitian, dengan peritungan sebagai berikut:

$$n = \frac{169,638}{1 + 169,638(0,1^2)}$$

$$n = \frac{169,638}{1.696,39}$$

$$n = 99,9994$$

Disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden

Besarnya sampel yang ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sehingga di peroleh sampel sebanyak 100 wisatawan.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memudahkan memperoleh informasi, peneliti menggunakan teknik pengumpulan sebagai berikut:

1) Data primer

Suatu daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden yang berupa kolom-kolom untuk diisi dengan jawaban-jawaban yang ditanyakan dalam penelitian, kuesioner juga dibagikan pada responden yang berkaitan dengan pemilihan jasa perbankan.

2) Metode kepustakaan (literatur)

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan literatur buku dan karya ilmiah yang mendukung masalah yang sedang diteliti. Data ini juga mencakup literatur, jurnal dan karya ilmiah lainnya.

### **3.6 Skala Pengukuran**

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan tolak ukur untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada pada alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data. Berdasarkan penelitian tersebut, maka skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.



Menurut Sugiyono (2016), skala likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Dalam menjawab skala likert ini, responden hanya memberi tanda, contohnya ceklis atau silang pada jawaban yang dipilih sesuai pertanyaan. Kuesioner yang telah diisi oleh responden perlu dilakukan penskoran. Berikut adalah penilaian pada skala likert.

**Tabel 3.1**  
**Skala likert**

<b>Keterangan Pernyataan ( + )</b>	<b>Keterangan Pernyataan ( - )</b>	<b>Bobot Jawaban</b>
Sangat setuju	Sangat tidak setuju	5
Setuju	Tidak setuju	4
Kurang setuju	Kurang setuju	3
Tidak setuju	Setuju	2
Sangat tidak setuju	Sangat setuju	1

Sumber: Sugiyono (2016).

Skala likert digunakan untuk kuesioner, adapun kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diadaptasi dari jurnal penelitian Hidayatullah, et al. (2020).

### **3.7 Operasional Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016:38), “variabel merupakan atribut atau sifat atau juga nilai dari orang, kegiatan atau obyek yang mempunyai variasi tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”. Variabel yang dianalisis sebanyak 3(Tiga) variabel. Variabel-variabel yang dimaksud adalah:

$X_1$  : Citra Destinasi

$X_2$  : Loyalitas Wisatawan

$Y$  : Kepuasan Wisata

Menurut Hatch dan Farhandy dalam Sugiyono (2016), operasional variabel penelitian adalah atribut atau obyek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang lain. Adapun definisi operasional variabel yang digunakan penelitian ini adalah:

**Tabel 3.2**  
**Definisi dan Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan	
			(+)	(-)
<b>Citra Destinasi (<math>X_1</math>)</b>	Destinasi menurut Seaton dan Bennet (1996) dalam (Hanif et al., 2016) adalah satu kesatuan produk tujuan wisata tetapi terdiri dari berbagai jenis organisasi dan operasi pariwisata di wilayah geografisnya, termasuk hotel,	Citra Destinasi Kognitif	Sarana dan prasarana, dan fasilitas wisata halal Kota Banda Aceh sangat memadai	Destinasi wisata halal Kota Banda Aceh tidak tersedia fasilitas umum yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan lain.
		Citra Destinasi Unik	Destinasi wisata halal memiliki benda-benda sejarah yang mencerminkan sejarah Aceh	Destinasi wisata halal yang ada di Kota Banda Aceh kurang menarik untuk dikunjungi.

Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan	
			(+)	(-)
	transportasi, atraksi, dan lain-lain.	Citra Destinasi Afektif (Haillin, 2011)	Wisatawan memperoleh rasa cinta tanah air melalui kunjungan wisata halal Kota Banda Aceh	Suasana yang dirasakan kurang nyaman saat berada di lokasi wisata halal di Kota Banda Aceh
<b>Loyalitas Wisatawan (X<sub>2</sub>)</b>	Loyalitas adalah kepatuhan atau kesetiaan. Hurriyati (2005: 35)	Melakukan penggunaan jasa berulang	Destinasi wisata Kota Banda Aceh merupakan destinasi wisata favorit saya yang akan saya kunjungi secara terus menerus.	Saya tidak akan lagi mengunjungi destinasi wisata Kota Banda Aceh.
		Mereferensikan kepada orang lain.	Saya akan mengajak keluarga dan teman saya untuk mengunjungi destinasi wisata halal Kota Banda Aceh	Saya tidak merekomendasikan destinasi wisata Kota Banda Aceh kepada orang lain
		Menunjukkan kekebalan terhadap tawaran dari pesaing	Saya lebih menyukai destinasi wisata halal Kota Banda Aceh dibandingkan destinasi	Saya memilih untuk berwisata di kota lain dari pada di Banda Aceh

Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan	
			(+)	(-)
			wisata di kota lainnya	
		Kepuasan dan kepercayaan (Griffin, 2005)	Saya yakin dengan pilihan saya untuk berwisata di Banda Aceh.	Saya merasa tidak puas dengan suguhan destinasi wisata halal yang ada di Kota Banda Aceh
<b>Kepuasan Wisatawan (Y)</b>	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dari hasil membandingkan produk atau jasa yang didapatkan dengan yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2016)	Kesesuaian layanan dengan yang diharapkan	Saya merasa fasilitas umum yang disediakan memudahkan saya dalam mengunjungi berbagai destinasi wisata halal Kota Banda Aceh.	Pelayanan yang ada di destinasi wisata halal Kota Banda Aceh tidak sesuai dengan harapan saya.
		Kesesuaian layanan dengan tarif yang dibayarkan	Saya merasa puas dengan harga makanan dan fasilitas lainnya yang ada di destinasi wisata halal Kota Banda Aceh.	Harga tiket masuk yang diterapkan di destinasi wisata halal Kota Banda Aceh tidak sesuai.

Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan	
			(+)	(-)
		Kepuasan pengunjung akan layanan yang diberikan (Hidayatullah, 2020)	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan selama mengunjungi destinasi wisata halal Banda Aceh	Pelayanan yang diberikan tidak optimal kepada para wisatawan.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Pengelolaan data pada penelitian ini akan menggunakan analisis regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Data mempunyai kedudukan yang paling penting dalam penelitian, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Oleh karena itu, benar atau tidaknya data sangat menentukan bermutu atau tidaknya hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting, yaitu valid dan reliabel (Tukiran: 2012: 41).

#### 3.8.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan (kesahihan) ukuran suatu instrumen terhadap konsep

yang diteliti. Suatu instrumen adalah tepat untuk digunakan sebagai ukuran suatu konsep jika memiliki tingkat validitas yang tinggi. Sebaliknya, validitas rendah mencerminkan bahwa instrumen kurang tepat untuk diterapkan. Pengujian validitas ini menggunakan alat bantu SPSS. Koefisien korelasi tiap item akan dibandingkan dengan  $t$  tabel dengan taraf signifikan 5%. Jika nilai korelasi suatu item/ pertanyaan lebih kecil dari  $t$  tabel maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid dan harus dikeluarkan dari pengujian yang dilakukan.

### **3.8.2 Uji Reliabilitas**

Sementara uji reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Jadi, dengan kata lain bahwa reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan, bila alat pengukur tersebut digunakan dua kali, untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten. Untuk menguji reliabilitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. *Cronbach Alpha* adalah koefisien alpha yang dikembangkan oleh *Cronbach* sebagai ukuran umum dari konsistensi internal skala multi item. Angka *Cronbach Alpha* pada kisaran 0.70 dapat diterima, diatas 0.80 baik, Koefisien reliabilitas yang dihasilkan kemudian dibuat nilainya. Variabel yang memiliki koefisien

reliabilitas negatif atau lebih kecil dari nilai pada tabel perlu direvisi karena memiliki tingkat reliabilitas yang rendah. (Santoso, 2000: 64)

### **3.8.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **1. Uji normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model dalam regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- a. Nilai Probabilitas  $> 0.05$ , maka hal ini bahwa data tersebut berdistribusi normal.
- b. Nilai Probabilitas  $< 0.05$ , maka hal ini bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

#### **2. Uji heterokedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mencari apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pendeteksinya jika sebaran titik-titik berada di atas dan dibawah angka nol (0) pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### **3.9 Uji Hipotesis**

Untuk menguji apakah variabel-variabel koefisien regresi berganda signifikan atau tidak maka dilakukan pengujian melalui

uji t. Adapun langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis:

$H_{01}$  Tidak terdapat pengaruh Citra destinasi wisata halal terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh

$H_{a1}$  Citra destinasi wisata halal berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh

$H_{02}$  Tidak berpengaruh loyalitas terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh

$H_{a2}$  Loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh

$H_{03}$  Tidak berpengaruh citra destinasi halal dan loyalitas terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh

$H_{a3}$  Citra destinasi halal dan loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh

2. Menentukan tingkat signifikans

Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$  (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian

3. Menentukan  $t$  hitung

4. Menentukan  $t$  table

Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan (df) = 50-2



5. Kriteria Pengujian  
 $H_0$  diterima jika  $t$  hitung  $< t$  table  
 $H_0$  ditolak jika  $t$  hitung  $> t$  table
6. Membandingkan  $t$  tabel dengan  $t$  table
7. Membuat kesimpulan
- 8.

### 3.9.1 Uji Regresi Berganda

Menurut Ridwan (2009: 52), regresi berganda adalah sebagai pengaruh antara lebih dari dua variabel, di mana terdiri dari dua atau lebih variabel independen/bebas dan satu variabel dependen/terikat dan juga digunakan untuk membangun persamaan dengan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*).

Setelah data dari kuisisioner atau angket dikumpulkan, maka proses terakhir akan diolah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh serta hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Rumus analisis regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel kepuasan
- a = Konstanta
- $X_1$  = Variabel Citra destinasi
- $X_2$  = Loyalitas
- e = Variabel *Error*

### 3.9.2 Uji T (Uji Secara Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel terkait. Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut table. Apabila nilai statistic t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t table, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen yaitu Citra destinasi dan loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh (Pridana & Muis, 2009). Menurut Ghozali (2018:98) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen secara terpisah atau parsial. Hipotesis yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah:

- $H_{01}$  Tidak terdapat pengaruh Citra destinasi wisata halal terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh
- $H_{a1}$  Citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh
- $H_{02}$  Tidak berpengaruh loyalitas terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh
- $H_{a2}$  Loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Banda Aceh

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

1. Dengan membandingkan nilai  $t$  hitung dengan nilai  $t$  table, jika  $t \text{ tabel} > t \text{ hitung}$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak. Jika  $t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.
2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi jika angka probabilitas signifikansi  $> 0.05$  maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak. Jika angka probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.

### **3.9.3. Uji F (Uji Simultan)**

Menurut Ghozali (2011: 98) Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Banda Aceh melalui destinasi halal dan loyalitas

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a.  $H_0$  diterima jika  $F \text{ hitung} < F \text{ table}$  pada  $\alpha = 5\%$
- b.  $H_a$  diterima jika  $F \text{ Hitung} > F \text{ table}$  pada  $\alpha = 5\%$

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Data Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

###### **4.1.1.1 Sejarah Kota Banda Aceh**

Banda Aceh dikenal sebagai tua yang erat kaitannya dengan sejarah gemilang Kerajaan Aceh Darussalam. Di masa kesultanan, Banda Aceh dikenal sebagai Bandar Aceh Darussalam. Kota ini dibangun oleh Sultan Johan Syah pada hari Jumat, tanggal 1 Ramadhan 601 H (22 April 1205 M). Saat ini, Banda Aceh telah berusia 818 tahun. Banda Aceh merupakan salah satu kota Islam Tertua di Asia Tenggara. Kota Banda Aceh juga memerankan peranan penting dalam penyebaran Islam ke seluruh Nusantara/Indonesia. Oleh karena itu, kota ini juga dikenal sebagai Serambi Mekkah.

Di masa jayanya, Banda Aceh Darussalam dikenal sebagai kota regional utama yang juga dikenal sebagai pusat pendidikan Islam. Oleh karena itu, kota ini dikunjungi oleh banyak pelajar dari Timur Tengah, India dan Negara lainnya. Banda Aceh Darussalam juga merupakan pusat perdagangan yang dikunjungi oleh para pedagang dari seluruh dunia termasuk dari Arab, Turki, China, Eropa, dan India. Kerajaan Aceh mencapai puncak kejayaan saat dipimpin oleh Sultan Iskandar Muda (1607-1636), yang merupakan tokoh legendaris dalam sejarah Aceh.

Ketika terbentuk, Kota Banda Aceh baru terdiri atas dua kecamatan yakni kecamatan Kuta Alam dengan kecamatan Baiturrahman dengan luas wilayah 11,08 km. Kemudian berdasarkan peraturan Pemerintah No. 5 Tahun 1983 Tentang Perubahan batas wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Banda Aceh, Kota Banda Aceh mengalami pemekaran sehingga luas wilayah menjadi 61,36 km yang dibagi kepada empat kecamatan, yaitu: Kecamatan Kuta Alam, Kecamatan Baiturrahman, Kecamatan Meuraxa dan Kecamatan Syiah Kuala.

Pada tahun 2000 terjadi pemekaran wilayah kecamatan sehingga kembali berubah menjadi 9 kecamatan sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Banda Aceh No.8 Tahun 2000 yakni Kecamatan Kuta Alam, Kecamatan Baiturrahman, Kecamatan Meuraxa, Kecamatan Banda Raya, Kecamatan Jaya Baru, Kecamatan Ulee Kareng, Kecamatan Kuta Raja, Kecamatan Lueng Bata dan Kecamatan Syiah Kuala. Sampai dengan Desember 2014, Kota Banda Aceh terdiri atas 9 Kecamatan, 17 kemukiman dan 90 Gampong (setingkat desa, sesuai dengan UU N0.11 Tahun 2006 Tentang Pemerintahan Aceh).

#### **4.1.1.2 Keadaan Geografi Kota Banda Aceh**

Kota Banda Aceh merupakan salah satu kota yang berada di Aceh dan menjadi ibukota Provinsi Aceh. Banda Aceh sebagai pusat pemerintahan pusat kegiatan ekonomi, politik, sosial dan budaya. Letak astronomis Banda Aceh adalah  $05^{\circ} 16'15''$ -

05°36'16" Lintang Utara dan 95°16'15"-95°22'35" Bujur Timur dengan tinggi rata-rata 0,80 meter di atas permukaan laut. Kota Banda Aceh juga merupakan kota Islam yang paling tua di Asia Tenggara, dimana kota Banda Aceh merupakan ibu kota dari Kesultanan Aceh dengan luas wilayah sebesar 61,36 km. Adapun batas-batas wilayah Kota Banda Aceh adalah:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Selat Malaka;
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Aceh Besar;
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Aceh Besar; dan
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Samudera Hindia.

#### **4.1.1.3 Keadaan Demografi Kota Banda Aceh**

Jumlah penduduk Kota Banda Aceh saat ini sebanyak 245.779 jiwa dengan kepadatan 43 jiwa/Ha dengan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan cukup berimbang. Penduduk Kota Banda Aceh didominasi oleh penduduk berusia muda, hal ini merupakan salah satu dampak dari fungsi Banda Aceh sebagai pusat pendidikan di Aceh dan bahkan Pulau Sumatera, selain itu banyak pemuda yang bermigrasi ke Banda Aceh untuk mencari kerja.

Persebaran penduduk Kota Banda Aceh dengan luas wilayah 61,36 Km<sup>2</sup> tidaklah merata, terutama pasca terjadinya musibah tsunami pada tahun 2004, dimana banyak penduduk yang sebelumnya bertempat tinggal dipesisir pantai pindah ke wilayah

atau kecamatan-kecamatan yang berada di wilayah yang jauh dari pantai.

Saat ini Kota Banda Aceh dengan jumlah penduduk 245.779 jiwa yang tersebar di 9 (sembilan) kecamatan. Dari ke 9 Kecamatan yang ada, Kecamatan Kuta Alam merupakan kecamatan yang paling banyak dihuni oleh penduduk yaitu sebesar 42.538 jiwa dengan luas wilayah 10,05 km<sup>2</sup> yang merupakan kecamatan terluas kedua setelah Kecamatan Syiah Kuala yaitu 14,24 km<sup>2</sup>. Sedangkan jumlah penduduk terkecil berada di Kecamatan Kuta Raja dengan jumlah penduduk 14.013 jiwa, dengan luas wilayah 5,21 km<sup>2</sup> yang merupakan wilayah terkecil ke 4 dari 9 kecamatan yang ada.

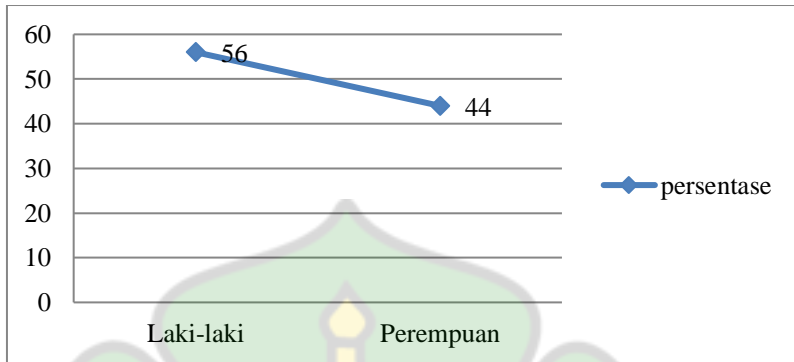
#### **4.1.2 Karakteristik Responden**

Karakteristik responden dalam penelitian ini dilakukan untuk 100 responden yang merupakan wisatawan destinasi wisata halal Banda Aceh. Karakteristik responden dibagikan mengikuti jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan.

##### **1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut :

**Gambar 4.1**  
**Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

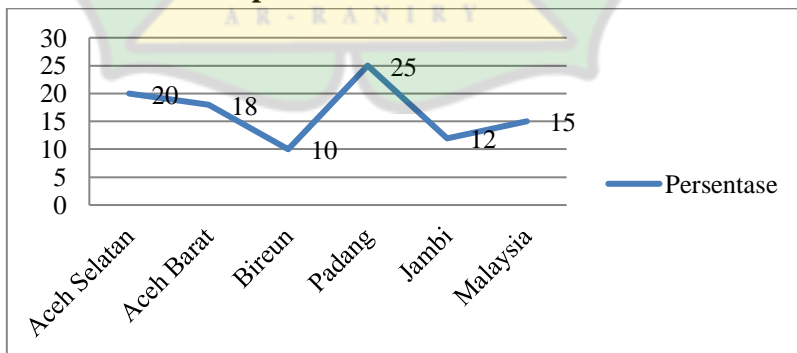


Berdasarkan Grafik 4.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden didominasi oleh responden laki-laki yaitu sebesar 56% sedangkan perempuan sebesar 44%.

**2. Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal**

Berdasarkan daerah asal, responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

**Gambar 4.2**  
**Grafik Responden Berdasarkan Daerah Asal**



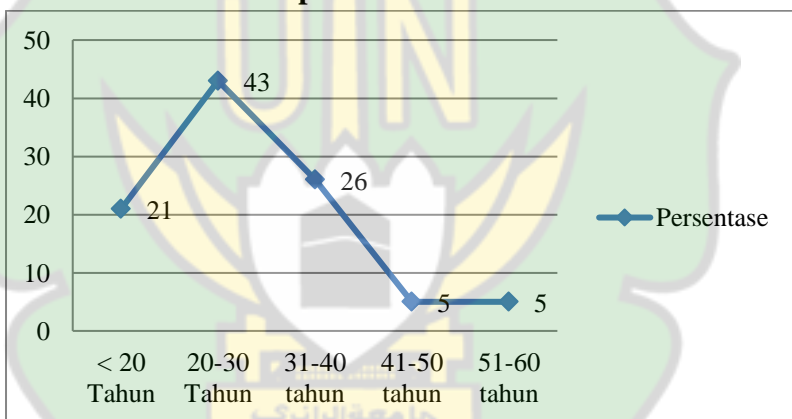


Berdasarkan Grafik 4.2, terlihat bahwa wisatawan yang terbanyak berasal dari luar Aceh yaitu sebanyak 52 wisatawan, sedangkan wisatawan dalam Aceh sebanyak 48 orang dari jumlah total responden.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia, responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

**Gambar 4.3**  
**Grafik Responden Berdasarkan Usia**

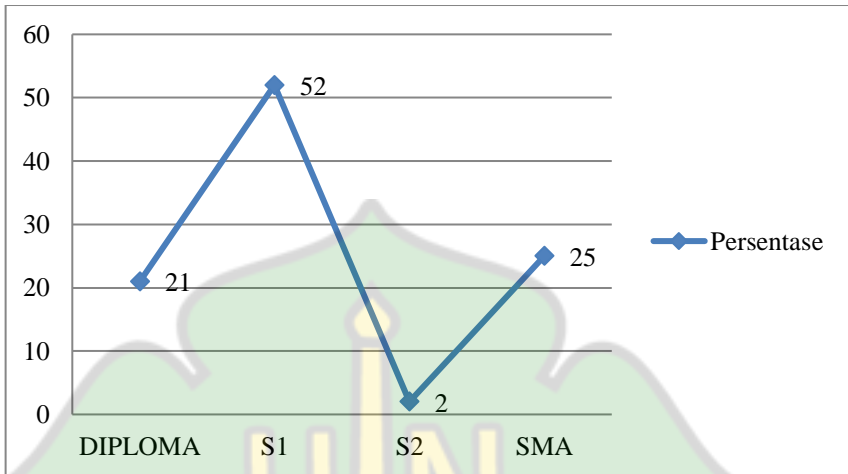


Berdasarkan Grafik 4.3, terlihat bahwa responden yang terbanyak berusia 20-30 tahun dalam penelitian ini yaitu sebanyak 43 orang, sedangkan paling sedikit responden dengan usia 41-50 tahun dan 51-60 tahun yaitu sebanyak 5 orang dari jumlah total responden.

### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir, responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut

**Gambar 4.4**  
**Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**



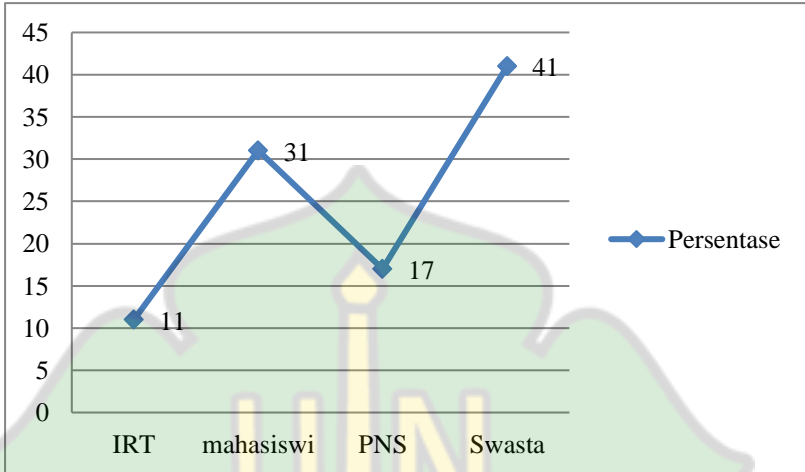
Berdasarkan Grafik 4.4 tersebut dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan terakhir responden yang lebih dominan yaitu mereka yang berpendidikan sarjana dengan jumlah total yaitu 52 orang, sedangkan yang paling sedikit yaitu berpendidikan S2 sebanyak dua orang.

### **5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan pekerjaan responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebaga berikut:

**Grafik 4.5**

**Hasil Analisis Responden Berdasarkan Pekerjaan**



Berdasarkan Grafik 4.5 tersebut bahwa menunjukkan bahwa karakteristik responden didominasi oleh responden sebagai pekerja swasta yaitu sebanyak 41 orang, sedangkan yang berprofesi paling sedikit yaitu IRT. Pekerjaan pegawai swasta mendominasi karakter disebabkan karena mereka mempunyai waktu libur yang lebih fleksibel.

**4.1.3 Deskriptif Variabel**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari citra destinasi dan loyalitas wisatawan sebagai variabel bebas (independen) dan kepuasan wisatawan sebagai variabel terikat (dependen). Data variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil kuisioner yang telah disebar, untuk lebih jelasnya adalah sebagai berikut:

## 1. Deskriptif Responden terhadap Variabel Citra destinasi

Dalam penelitian ini, variabel citra destinasi terdiri dari enam *item*/pernyataan. Hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan dapat dilihat dalam Tabel 4.1 berikut ini:

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Frekuensi Responden Variabel Citra**  
**Destinasi**

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-rata
CD1	Destinasi wisata halal yang ada di Kota Banda Aceh kurang menarik untuk dikunjungi.	2	12	16	69	1	3,57
CD2	Suasana yang dirasakan kurang nyaman saat berada di lokasi wisata halal di Kota Banda Aceh.	2	6	21	70	1	3,64
CD3	Sarana dan prasarana, dan fasilitas wisata halal Banda Aceh sangat memadai.	0	2	21	69	8	3,83
CD4	Destinasi wisata halal memiliki benda-benda sejarah yang mencerminkan sejarah Aceh.	0	7	23	68	2	3,65
CD5	Wisatawan memperoleh rasa cinta tanah air melalui kunjungan wisata halal Banda Aceh.	0	5	22	68	5	3,73
CD6	Destinasi wisata halal Banda Aceh tidak tersedia fasilitas umum yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan lain.	0	3	24	68	5	3,75
<b>Total Rata-Rata</b>							<b>3,70</b>

*Sumber: Data primer diolah, 2023.*

Berdasarkan Tabel 4.1 tersebut menunjukkan bahwa rata-rata citra destinasi adalah mendekati angka 4 yang artinya mayoritas responden menjawab setuju pada pernyataan positif dan tidak setuju pada pernyataan negatif. Dengan demikian bahwa variabel citra destinasi menjadi pendorong bagi responden untuk berkunjung ke destinasi wisata halal Banda Aceh.

## 2. Deskriptif Variabel Loyalitas Wisatawan

Dalam penelitian ini, variabel loyalitas wisatawan terdiri dari tujuh *item*/pernyataan. Hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan dapat dilihat dalam Tabel 4.2 berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Distribusi Frekuensi Responden Variabel Loyalitas Wisatawan**

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-rata
LW1	Saya tidak akan lagi mengunjungi destinasi wisata halal Banda Aceh.	0	3	23	62	12	3,83
LW2	Saya memilih untuk berwisata di kota lain dari pada di Banda Aceh	1	1	34	61	3	3,65
LW3	Saya akan mengajak keluarga dan teman saya untuk mengunjungi destinasi wisata halal Banda Aceh	2	6	27	64	1	3,58
LW4	Saya tidak merekomendasikan destinasi wisata halal Banda Aceh kepada orang lain.	0	2	25	66	7	3,78
LW5	Saya merasa tidak puas dengan suguhan destinasi wisata halal yang ada di Kota Banda Aceh	0	3	32	62	3	3,65

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-rata
LW6	Saya yakin dengan pilihan saya untuk berwisata di Banda Aceh.	0	5	33	58	4	3,61
LW7	Destinasi wisata halal Banda Aceh merupakan destinasi wisata favorit saya yang akan saya kunjungi secara terus menerus.	2	5	29	61	3	3,60
LW8	Saya lebih menyukai destinasi wisata halal Banda Aceh dibandingkan destinasi wisata di kota lainnya	0	3	31	60	6	3,69
<b>Total Rata-Rata</b>							3,67

*Sumber: Data primer diolah, 2023.*

Berdasarkan Tabel 4.2 tersebut menunjukkan bahwa total rata-rata variabel loyalitas wisatawan adalah mendekati angka 4 pada pernyataan positif yang artinya mayoritas responden menjawab setuju bahwa variabel loyalitas wisatawan menjadi pendorong wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata halal Banda Aceh. Rata-rata pernyataan tertinggi yaitu pada item LW1 terkait responden merasakan tidak setuju untuk tidak akan lagi mengunjungi destinasi wisata halal Banda Aceh, hal ini menunjukkan wisatawan senang dengan suguhan objek wisata yang berbeda dari daerah lain.

### **3. Deskriptif Varibel Kepuasan Wisatawan**

Dalam penelitian ini, variabel kepuasan wisatawan terdiri dari lima *item* /pernyataan. Hasil tanggapan responden terhadap

masing-masing pernyataan dapat dilihat dalam Tabel 4.3 berikut ini:

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Frekuensi Responden Variabel Kepuasan**  
**Wisatawan**

No.	Pernyataan/item	1	2	3	4	5	Rata-rata
KW1	Harga tiket masuk yang diterapkan di destinasi wisata halal Banda Aceh tidak sesuai.	0	2	36	58	4	3,64
KW2	Pelayanan yang ada di destinasi wisata halal Banda Aceh tidak sesuai dengan harapan saya.	0	3	25	60	12	3,81
KW3	Saya merasa puas dengan harga makanan dan fasilitas lainnya yang ada di destinasi wisata halal Banda Aceh.	1	2	27	65	5	3,72
KW4	Pelayanan yang diberikan tidak optimal kepada para wisatawan.	0	4	33	61	2	3,61
KW5	Saya merasa fasilitas umum yang disediakan memudahkan saya dalam mengunjungi berbagai destinasi wisata halal Banda Aceh.	2	7	30	59	2	3,54
KW6	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan selama mengunjungi destinasi wisata halal Banda Aceh.	0	6	26	64	4	3,66
<b>Total Rata-Rata</b>							3,66

*Sumber: Data primer diolah, 2023.*

Berdasarkan Tabel 4.3 tersebut menunjukkan bahwa total rata-rata variabel adalah mendekati angka 4 yang artinya mayoritas responden menjawab setuju terhadap variabel kepuasan wisatawan menjadi pendorong wisatawan untuk berwisata ke destinasi wisata halal Banda Aceh. Rata-rata tertinggi yaitu pada item pernyataan KW2 yang diperoleh wisatawan tidak setuju bahwa pelayanan yang ada di destinasi wisata halal Banda Aceh tidak sesuai dengan harapan wisatawan. Hal ini sesuai dengan prinsip pelayanan destinasi wisata halal Banda Aceh yang diterapkan harus sesuai prosedur.

#### 4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dalam penelitian suatu instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti. Pengukuran validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *product moment pearson* dan taraf signifikansi 0,05. Masing-masing skor item dikorelasikan dengan skor totalnya. Hasil uji validitas yang dilakukan dengan bantuan SPSS 22 dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.4**  
**Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Pernyataan	Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
Citra destinasi (X <sub>1</sub> )	CD1	0,000	Valid
	CD2	0,000	Valid
	CD3	0,000	Valid



Variabel	Pernyataan	Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
	CD4	0,000	Valid
	CD5	0,000	Valid
	CD6	0,000	Valid
Loyalitas wisatawan (X <sub>2</sub> )	LW1	0,000	Valid
	LW2	0,000	Valid
	LW3	0,000	Valid
	LW4	0,000	Valid
	LW5	0,000	Valid
	LW6	0,000	Valid
	LW7	0,000	Valid
	LW8	0,000	Valid
Kepuasan wisatawan (Y)	KW1	0,000	Valid
	KW2	0,000	Valid
	KW3	0,000	Valid
	KW4	0,000	Valid
	KW5	0,000	Valid
	KW5	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.4, uji validitas diperoleh nilai sig. 2-tailed kurang dari taraf signifikan sebesar 0,025 sehingga dapat disimpulkan bahwa uji validitas instrumen pada penelitian ini dinyatakan valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dan menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut dapat

dipercaya dan diandalkan dalam penelitian. Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan rumus *cronbach's alpha* dengan bantuan SPSS 22. Berikut hasil dari *output* SPSS sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Cronbach's alpa	N of item
Citra destinasi	0,761	7
Loyalitas wisatawan	0,819	9
Kepuasan wisatawan	0,783	7

*Sumber: Data primer diolah, 2023.*

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada *output reliability statistics*. Pada kolom *Cronbach's alpa* ketiga instrumen memiliki nilai lebih besar dari 0,6. Dengan demikian disimpulkan bahwa ketiga instrumen tersebut dapat dikatakan handal (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama).

#### 4.3 Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang dikumpulkan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan Kolmogorov Smirnov. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini.

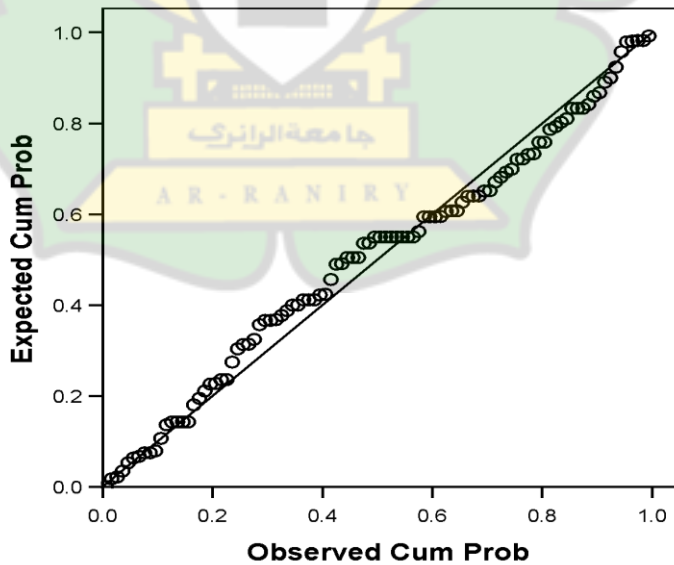
**Tabel 4.6**  
**Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,34058855
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,057
	Negative	-,075
Test Statistic		,751
Asymp. Sig. (2-tailed)		,625

**Gambar 4.6**  
**Hasil Uji Normalitas P-Plot**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

**Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan**



Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui nilai *asympt.sig* sebesar 0,200. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0.05 (5%). Sehingga diketahui bahwa nilai sig 0.625 > 0.05 yang berarti dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* ( $\alpha$ ).

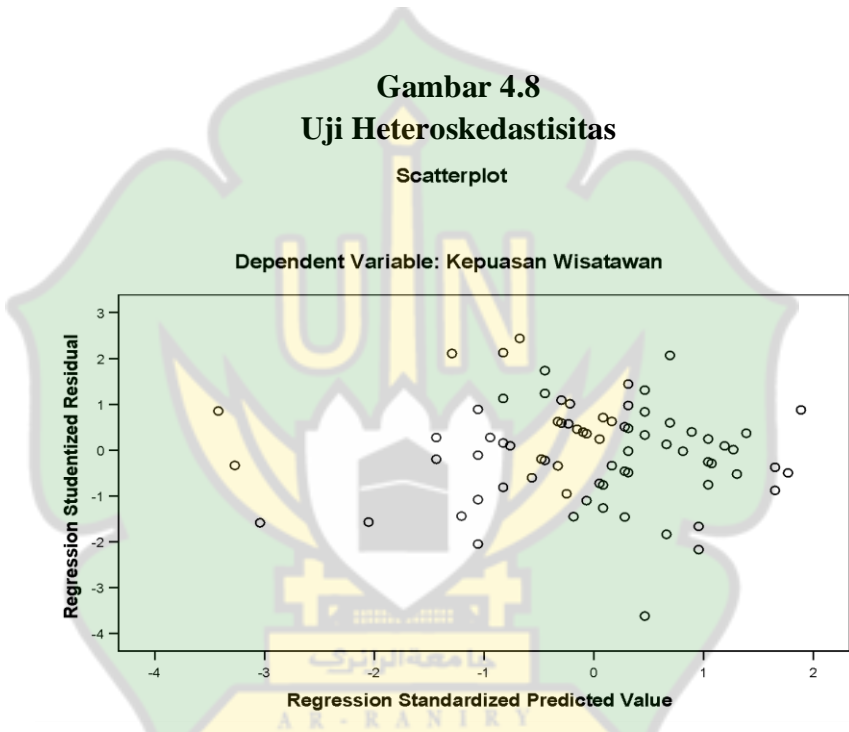
**Tabel 4.7**  
**Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Citra Destinasi	,733	1,364
	Loyalitas Wisatawan	,733	1,364

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dua variabel independen pada penelitian ini memiliki nilai *tolerance value* > 0,1 atau nilai VIF < 10, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada semua variabel independen dalam penelitian ini.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Dalam uji heteroskedastisitas dapat menggunakan atau melihat grafik *scatterplot*. Berikut adalah hasil uji SPSS:



Berdasarkan grafik *scatterplot* dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi yang dihasilkan tidak mengandung heteroskedastisitas. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.4 Uji Regresi Berganda

Penelitian ini akan menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai metode analisis data. Regresi berganda digunakan karena terdapat lebih dari satu variabel independen dalam penelitian ini, yaitu citra destinasi ( $X_1$ ), dan loyalitas wisatawan ( $X_2$ ) serta memiliki satu variabel dependen yaitu kepuasan wisatawan ( $Y$ ). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari hubungan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi berganda sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Regresi Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	,396	,338
	Citra Destinasi	,239	,082
	Loyalitas Wisatawan	,652	,099

Sumber: Hasil Olah Data, 2023.

Dari tabel uji regresi berganda tersebut dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,396 + 0,239X_1 + 0,652X_2 + e$$

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Nilai Konstanta (a)

Konstanta memiliki nilai 0,396 yang artinya apabila citra destinasi, tingkat loyalitas wisatawan diasumsikan dalam keadaan tetap maka kepuasan wisatawan sebesar 0,396.

- b. Nilai Koefisien Regresi Citra destinasi ( $X_1$ )

Nilai koefisien X1 sebesar 0,239, maka setiap terjadi kenaikan satu satuan pada citra destinasi (X1) akan mengakibatkan kenaikan sebesar 0,239 pada variabel kepuasan wisatawan (Y).

c. Nilai Koefisien Regresi Loyalitas wisatawan (X2)

Nilai koefisien X2 sebesar 0,652, maka setiap terjadi kenaikan satu satuan pada loyalitas wisatawan (X2) akan mengakibatkan kenaikan sebesar 0,652 pada variabel kepuasan wisatawan (Y).

#### **4.5 Pengujian Hipotesis**

Dalam melakukan uji hipotesis akan menggunakan model analisis regresi linier berganda yang akan diuji secara simultan (uji F) maupun secara parsial (uji t). Ketentuan uji signifikansi uji F dan uji t adalah sebagai berikut:

Menerima H<sub>0</sub>: jika probabilitas  $(p) \leq 0,05$  artinya citra destinasi, dan loyalitas wisatawan simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

##### **1) Uji Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk mengetahui hubungan pengaruh masing- masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji t yaitu:

H<sub>1</sub> = Citra destinasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

H2 = Loyalitas wisatawan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji T**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	,396	,338		,244
	Citra Destinasi	,239	,082	,244	,004
	Loyalitas Wisatawan	,652	,099	,552	,000

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang ada.

1) Variabel Citra destinasi (H1)

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi variabel citra destinasi sebesar 0,004 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dari hasil uji ini dapat disimpulkan bahwa H<sub>1</sub>, sehingga variabel citra destinasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi citra destinasi maka kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal Banda Aceh juga ikut meningkat, begitu pula sebaliknya apabila citra destinasi turun maka kepuasan wisatawan juga akan mengalami penurunan.



## 2) Variabel Loyalitas wisatawan (H2)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa variabel tingkat loyalitas wisatawan memiliki nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dari hasil uji ini dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yaitu variabel loyalitas wisatawan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi loyalitas wisatawan maka kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal Banda Aceh juga ikut meningkat, begitu pula sebaliknya apabila loyalitas wisatawan turun maka kepuasan wisatawan juga akan mengalami penurunan.

Berdasarkan hasil perhitungan uji t parsial tersebut, menunjukkan bahwa variabel loyalitas ( $X_2$ ) memiliki nilai beta yang lebih besar dari pada variabel citra destinasi ( $X_1$ ). Selain itu juga variabel loyalitas ( $X_2$ ) memiliki nilai sig.(2-tailed) yang lebih kecil dari pada variabel citra destinasi ( $X_1$ ) atau nilai sig.(2-tailed) variabel  $X_2$  lebih mendekati 0 dari pada  $X_1$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel loyalitas lebih berpengaruh dari pada variabel citra destinasi.

## 2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui hubungan pengaruh variabel independent yaitu citra destinasi dan loyalitas wisatawan secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan sebagai variabel dependen.

Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji F adalah.

H4 = Citra destinasi dan loyalitas wisatawan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	181,535	2	5,822	49,177	,000 <sup>b</sup>
	Residual	261,762	97	,118		
	Total	443,297	99			

Dari tabel hasil olah data tersebut diketahui bahwa hasil uji F dari variabel citra destinasi dan loyalitas wisatawan terhadap variabel kepuasan wisatawan diperoleh signifikansi  $F_{\text{tabel}}$  kurang dari 0.05 ( $0.000 \leq 0.05$ ). Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen secara simultan atau bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan.

#### 4.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ adjusted)

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,710 <sup>a</sup>	,503	,493	,34408

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan bahwa koefisien determinasi adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,503 yang artinya bahwa citra destinasi dan loyalitas wisatawan mempengaruhi kepuasan wisatawan sebesar 50,3% dan sisanya 49,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

#### **4.7 Pembahasan**

Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu citra destinasi dan loyalitas wisatawan yang diduga memberikan pengaruh terhadap kepuasan wisatawan sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan sebagai objek penelitian adalah wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata halal Banda Aceh. Berikut ini akan dipaparkan pembahasan dari hipotesis yang telah di uji pada subbab sebelumnya.

##### **4.7.1 Pengaruh Citra destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata Banda Aceh sebesar 0,239. Artinya jika citra destinasi mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan wisatawan pada Destinasi wisata halal Banda Aceh mengalami peningkatan 23,9% dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap. Seperti hasil penelitian Caroline (2021) bahwa citra destinasi mempengaruhi kepuasan wisatawan. Citra destinasi terjadi jika terdapat kenaikan/penurunan

adanya kepuasan wisatawan. Dengan demikian citra destinasi menjadi faktor penting dalam kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal Banda Aceh.

Pada umumnya wisatawan cenderung akan berkunjung pada saat citra atau *image* sedang naik, karena dengan citra yang sedang naik akan mendapatkan kunjungan yang lebih banyak. Sebaliknya saat citra turun, masyarakat akan cenderung untuk tidak mengunjungi destinasi wisata. Hal tersebut merupakan dampak dari citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan. Seperti hasil penelitian Kurniawan dan Ayu (2021) bahwa citra destinasi merupakan hal yang berdampak kepada keputusan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut.

Berdasarkan hasil perhitungan uji t untuk variabel citra destinasi menunjukkan nilai sig.  $t_{hitung}$  (0,004) < sig. 0,05; yang artinya bahwa citra destinasi harga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal Banda Aceh. Berarti hasil hipotesis (H1) diterima, yang menyatakan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Menurut. Hasil tersebut juga sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Wulandari (2022) yang menyimpulkan bahwa kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh citra destinasi.

#### **4.7.2 Pengaruh Loyalitas wisatawan terhadap Kepuasan Wisatawan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh loyalitas

wisatawan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal Banda Aceh sebesar 0,652. Artinya jika loyalitas wisatawan mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal Banda Aceh mengalami peningkatan 65,2% dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap. Dengan demikian loyalitas wisatawan menjadi faktor penting terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal Banda Aceh.

Berdasarkan hasil perhitungan uji variabel loyalitas wisatawan, menunjukkan bahwa nilai  $\text{sig. } t_{hitung} (0,000) < \text{sig. } 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa loyalitas wisatawan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Hasil ini berarti menunjukkan juga dimensi loyalitas yaitu *advertising*, *public relation*, dan *personal selling* mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal Banda Aceh. Dengan demikian, semakin baik loyalitas wisatawan maka dapat menimbulkan kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal Banda Aceh. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Sitanggang dan Pangestuti (2020) menunjukkan bahwa loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan yaitu perilaku loyal wisatawan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Pada akhirnya, wisatawan yang merasa puas terhadap suatu destinasi cenderung akan memiliki niat berperilaku yang positif.

#### **4.7.3 Pengaruh Citra destinasi dan Loyalitas wisatawan terhadap Kepuasan Wisatawan**

Berdasarkan hasil pengujian uji statistik F (uji simultan) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $F_{tabel}$  kurang dari 0.05 ( $0.000 \leq 0.05$ ). Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa citra destinasi dan loyalitas wisatawan secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Keeratan pengaruh dari variabel independen ditunjukkan oleh uji koefisien determinasi pada kolom *Adjusted R Square* sebesar 0,503 atau 50,3%. Dapat dikatakan bahwa variabel citra destinasi dan loyalitas wisatawan dapat menjelaskan variasi terhadap kepuasan wisatawan destinasi wisata halal Banda Aceh.

Variabel lain yang mempengaruhi kepuasan wisatawan yaitu sebesar 49,7%, diantaranya kualitas pelayanan, promosi, dan ketersediaan produk wisata. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Berliana, Djuardi, dan Nugeraha (2022), bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pengunjung. Hasil penelitian Trisnawati dan Wibisono (2022), menyimpulkan bahwa ketersediaan produk wisata mempengaruhi kepuasan wisatawan. Hasil penelitian Cyasmoro (2019), menyimpulkan bahwa promosi dari objek wisata mempengaruhi kepuasan wisatawan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra destinasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
2. Loyalitas wisatawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
3. Citra destinasi dan loyalitas wisatawan memberikan pengaruh secara simultan (secara bersama-sama) yang significant terhadap kepuasan wisatawan.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Destinasi wisata halal Banda Aceh, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan berkaitan dengan upaya menarik kepuasan wisatawan konsumen muslim dengan tetap memperhatikan citra destinasi serta loyalitas wisatawan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadsyah, I., Abdullah, I., & Jalaludin. (2022). *Wisata Halal Aceh Tinjauan Ekonomi Syariah*. Banda Aceh: CV. Lingkar Utama.
- Appuhamilage, K. S. M., & Torii, H. (2019). The Impact of Loyalty on The Student Satisfaction in Higher Education: A Structural Equation Modeling Analysis. *Higher Education Evaluation and Development*, 13(2), 82-96.
- Al-Qur'an dan terjemahannya. Departemen Agama RI.
- Al-Raghib al-Alashfihani. (1989). *Mu'jam al-Quran Li Alfaz al-Quran*, Dar Fikr, Beirut.
- Aprilia S, D., Pujiastuti, E. E., & Hadi, L. (2019). Pengaruh Citra Destinasi, E-Wom, Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Kepercayaan: Studi Pada Wisatawan yang berkunjung Tebing Breksi Daerah Istimewa Yogyakarta. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 85–95.
- Apriliyanti, E., Hudayah, S., & ZA, S. Z. (2020). Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145-153.



- Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). Kualitas daya tarik wisata, kepuasan dan niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, 11(2).
- Berliana, A., Djuardi, D.K., & Nugeraha, P. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, daya tarik wisata, citra destinasi, dan harga terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Puncak Mas Lampung. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(8), 552-561.
- Caroline R.M.C. (2021). Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan dan behavioral intention. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 15 (2), 72-80.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education sixth edition*. Madison Avenue, New York: Routledge.
- Cyasmoro, V. (2020). Analisis pengaruh promosi, brand awareness, citra destinasi terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di situ gantung park dan BSD Ocean Park Kota Tangerang Selatan. *Jurnal EDUTURISMA*, 8(4), 23-40.
- Evi Herdiani. 2019. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Wisatawan Di Pantai Pangandaran.

- Duhri, S. (2017). Aceh Serambi Mekkah (Studi tentang Peran Ibadah Haji dalam Pengembangan Peradaban Aceh). *Jurnal Ilmiah IslamFutura*. <https://doi.org/10.22373/jiif.v16i2.750>
- Ferdiansyah, Hendry. "Pengembangan pariwisata halal di Indonesia melalui konsep smart tourism." *Tornare: Journal of Sustainable and Research* 2.1 (2020): 30-34.
- Gaspersz, ( 2005). "Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi: Balanced Scorecard dengan Six Sigma Untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintah.
- Griffin, R. W. (2005 )*Manajemen*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. ( 2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS. 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Unidip.
- Gultom, D. K., & Christiana, I. (2018). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap citra destinasi dan kepuasan wisatawan serta implikasinya terhadap loyalitas wisatawan. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Hanif, A., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada

Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(1), 44-52.

Hermawan, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Media Wisata*, 15(1).

Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., Patalo, R. G., & Rachmawati, I. K. (2020). Citra Destinasi: Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan yang Berkunjung ke Gunung Bromo. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 96-108.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/08/destinasi-wisata-halal-terbaik-didunia-2022-indonesia-peringkat-ke-2>

Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Edisi 1. Bandung: Alfabeta.

Irawan, Handi, 2010. *Membedah strategi Kepuasan pelanggan*. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta.

- Jaelani, A. (2017). *Halal tourism industry in Indonesia: Potential and prospects. International Review of management and Marketing*, 7(3), 25-34.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. (2012). *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Pres.
- KBBI "Deskripsi Kualitatif Sebagai Satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukan." *Harmonia journal of arts research and education* 11.2 (2011): 62082.
- Kovjanić, G. (2014). Islamic tourism as a factor of the Middle East regional development. *Turizam*, 18(1), 33-43.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management, Global edition*. Penerbit Pearson Education.
- Kristanti, L. T., & Farida, N. (2016). Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata terhadap Niat Berperilaku Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Museum Kereta Api Ambarawa). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 117-126.

- Kurniawan, T., & Ayu, M.M. (2021). Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di anjungan daerah Sumatera Selatan TMII. *Bogor Hospitality Journal*, 5 (1), 57 - 71.
- Moira, Polyxeni, Dimitrios Mylonopoulos, and Aik Kondoudaki. "The management of tourist's alimentary needs by the tourism industry. The parameter of religion." *International Journal of Culture and Tourism Research* 5.1 (2012): 129-140.
- Moleong, Ilexy J. (2007). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Muljadi, A. J., & Nurhayati, S. (2002). *Pengertian pariwisata: Kursus tertulis pariwisata tingkat dasar*. Jakarta: Badan Pengembangan Kebudayaan dan Pariwisata Pusat Pendidikan dan Pelatihan.
- Muis, M. (2020). Perkembangan Peluang dan Tantangan Wisata Halal di Aceh. *Jurnal Adabiya*, 22(1), 41. <https://doi.org/10.22373/adabiya.v22i1.7456>
- Pandjaitan, D. R. H. (2017). Analisis Faktor Kualitas Destinasi Wisata, Kepuasan Wisatawan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Penelitian Pada World's Best Halal Destination, West Sumatera, Indonesia). <http://repository.lppm.unila.ac.id/5344/>
- Pitana G. dan Diarta K.S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. : PT. Andi Offset.

- Putra, S. P. A. M. (2017). Pengaruh E-Wom Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan dan Loyalitas (Studi Pada Kunjungan Wisatawan di DIY).
- Putri, R. A., Farida, N., & Dewi, R. S. (2018). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 225-235.
- Ridwan. (2004). *Metode dan Teknik Penulisan Tesis*. Bandung. : Alfabeta.
- Roostika, R. (2012). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Cendera Mata terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 1(3).
- Santoso, S., Powers, E. J., Grady, W. M., & Parsons, A. C. (2000). Power quality disturbance waveform recognition using wavelet-based neural classifier. I. Theoretical foundation. *IEEE Transactions on Power Delivery*, 15(1), 222-228.
- Sari, C. S., & Maftukhah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, 6(3), 310-319.

- Seaton, A.V., dan M.M. Bennett. *Marketing Tourism Products: Concepts, Issues, Cases*. UK: Thomson.
- Sitanggang, D.W., Sunarti, Edriana Pangestut. (2020). Pengaruh citra destinasi, nilai pelanggan terhadap kepuasan wisatawan dan niat berperilaku wisatawan. *Profit: Jurnal Administrasi Bisni Special Issue (Ekosistem Start Up)*, 61-77.
- Sugiarto, Dergibson Siagian. (2006). *Metode Statistika untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suhendroyono, S., & Novitasari, R. (2016). *Pengelolaan Wisata Alam Watu Payung sebagai Ikon Wisata Berbasis Budaya di Gunungkidul Yogyakarta*. *Jurnal Kepariwisata*, 10(1), 43-50.
- Sunarto,( 2003 ), et al. Persepsi label halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk minuman berenergi. *Manajemen Bisnis*,
- Sugiyono.(2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*.Bandung: Alfabetta.
- Supardi, S. (2005).*Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Syekh Ahmad bin Syekh Muhammad Zarga'. (1989). *Syarah al-Qawaid al-Fiqhiyah*, cet II, dar al-Qalam, Damascus, 1989 M.

- Tjiptono, Fandy. 2015, *Manajemen Jasa*, edisi 1 Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Trisnawati, R. & Wibisono, N. (2022). Pengaruh kualitas layanan, ketersediaan produk wisata, citra destinasi terhadap kepuasan dan loyalitas destinasi Kampung Karuhun Sumedang. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 18 (3), 238-247.
- Tukiran, dan Mustafidah. (2012). *Penelitian Kuantitatif*. Bandung. :Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Williamson, Lucy (February 23, 2009). "Tsunami museum opens in Indonesia". BBC News. Diakses tanggal 2022-12-27.
- Wulandani, N.L.K.L. (2022). Pengaruh citra destinasi dan persepsi nilai wisatawan terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan milenial mancanegara di Bali. *Journal of Tourism and Creativity*, 6 (1), 49-55.
- Yusuf, M. Y., Inayatillah, & Isnaliana. (2019). *Wisata Halal di Aceh : Potensi , Peluang Dan Tantangan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat*.



## Lampiran 1.

### **PENGARUH CITRA DESTINASI WISATA HALAL TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN (STUDI PADA KOTA BANDA ACEH)**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan Hormat,

Saya Alfaathir Basra, mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, saat ini saya sedang melakukan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Destinasi Wisata halal Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Pada Kota Banda Aceh)”**.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya bermaksud untuk meminta kesediaan anda untuk menjadi responden dengan mengisi kuesioner ini. Seluruh data yang anda berikan akan bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas seluruh waktu dan kerjasamanya yang telah anda berikan saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

**Hormat Saya,**

**Alfaathir Basra**

## A. DATA RESPONDEN

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pertanyaan ini dan memberi tanda *checklist* (√) pada kolom yang tersedia:

- i. Apakah anda wisata halalwan yang berkunjung ke Banda Aceh untuk mengunjungi wisata halal yang ada di Banda Aceh?

Ya

Tidak

*Jika YA, silahkan lanjutkan untuk mengisi biodata serta kuisisioner berikut.*

*Jika TIDAK, tidak perlu mengisi biodata serta kuisisioner berikut.*

1. Nama : .....(boleh tidak diisi)

2. Jenis kelamin:

Laki-laki

Perempuan

3. Umur:

20 tahun

21-30 tahun

31-40 tahun

41-50 tahun

>50 tahun

4. Pendidikan Terakhir:

SD/MI

SMP/MTS

SMA/MA

D3/S1/S2

Lainnya

5. Jenis Pekerjaan Anda:

- Pelajar/Mahasiswa                       PNS/Guru/Polri  
 Pegawai Swasta                               Wirausaha  
 Lain-lain:.....

6. Jumlah Penghasilan

- < Rp 1.000.000       Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000  
 Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000       > Rp 4.000.000

7. Melakukan kunjungan ke destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh:

- 2 kali  
 2-3 kali  
 4 kali  
 > 5 kali

<b>Citra Destinasi</b>					
	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>KS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
Destinasi wisata halal yang ada di Kota Banda Aceh kurang menarik untuk dikunjungi.					
Suasana yang dirasakan kurang nyaman saat berada di lokasi wisata halal di Kota Banda Aceh.					
Sarana dan prasarana, dan fasilitas wisata halal Banda Aceh sangat memadai.					
Destinasi wisata halal memiliki benda-benda sejarah yang					

mencerminkan sejarah Aceh.					
Wisatawan memperoleh rasa cinta tanah air melalui kunjungan wisata halal Banda Aceh.					
Destinasi wisata halal Banda Aceh tidak tersedia fasilitas umum yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan lain.					
<b>Loyalitas Wisatawan</b>					
Saya tidak akan lagi mengunjungi destinasi wisata halal Banda Aceh.					
Saya memilih untuk berwisata di kota lain dari pada di Banda Aceh					
Saya akan mengajak keluarga dan teman saya untuk mengunjungi destinasi wisata halal Banda Aceh					
Saya tidak merekomendasikan destinasi wisata halal Banda Aceh kepada orang lain.					
Saya merasa tidak puas dengan suguhan destinasi wisata halal yang ada di Kota Banda Aceh					
Saya yakin dengan pilihan saya untuk berwisata di Banda Aceh.					
Destinasi wisata halal Banda Aceh					

merupakan destinasi wisata favorit saya yang akan saya kunjungi secara terus menerus.					
Saya lebih menyukai destinasi wisata halal Banda Aceh dibandingkan destinasi wisata di kota lainnya					
<b>Kepuasan Wisata halalwan</b>					
Harga tiket masuk yang diterapkan di destinasi wisata halal Banda Aceh tidak sesuai.					
Pelayanan yang ada di destinasi wisata halal Banda Aceh tidak sesuai dengan harapan saya.					
Saya merasa puas dengan harga makanan dan fasilitas lainnya yang ada di destinasi wisata halal Banda Aceh.					
Pelayanan yang diberikan tidak optimal kepada para wisatawan.					
Saya merasa fasilitas umum yang disediakan memudahkan saya dalam mengunjungi berbagai destinasi wisata halal Banda Aceh.					
Saya merasa puas dengan pelayanan					

yang diberikan selama mengunjungi destinasi wisata halal Banda Aceh.					
--	--	--	--	--	--

Sumber: Modifikasi dari penelitian (Hidayatullah, dkk., 2020)



**Lampiran 2.****Data Angket Variabel Citra Destinasi (X<sub>1</sub>)**

NO.	Butir						Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6		
1	2	2	5	3	5	3	20	3,33
2	1	1	3	4	2	4	15	2,50
3	4	4	3	3	4	3	21	3,50
4	2	2	4	4	3	4	19	3,17
5	4	4	3	3	2	3	19	3,17
6	2	2	2	3	3	3	15	2,50
7	4	4	3	5	3	5	24	4,00
8	4	4	3	3	3	3	20	3,33
9	4	4	4	3	3	3	21	3,50
10	4	4	4	4	4	4	24	4,00
11	1	1	4	2	3	2	13	2,17
12	2	2	4	3	3	3	17	2,83
13	2	3	5	4	3	4	21	3,50
14	2	2	4	4	3	4	19	3,17
15	3	3	4	4	3	4	21	3,50
16	3	3	4	3	3	3	19	3,17
17	3	3	4	3	3	3	19	3,17
18	4	4	4	4	3	4	23	3,83
19	4	4	5	3	3	3	22	3,67
20	3	3	3	4	4	4	21	3,50

NO.	Butir					6	Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5			
21	4	4	3	3	4	3	21	3,50
22	3	3	3	3	4	3	19	3,17
23	4	4	3	3	4	3	21	3,50
24	4	4	4	4	4	4	24	4,00
25	3	3	5	4	5	4	24	4,00
26	4	4	3	3	3	3	20	3,33
27	3	3	5	5	5	5	26	4,33
28	3	3	4	3	3	3	19	3,17
29	4	4	4	4	4	4	24	4,00
30	4	4	4	3	4	3	22	3,67
31	3	3	4	3	3	3	19	3,17
32	3	3	5	5	3	5	24	4,00
33	4	4	4	3	3	3	21	3,50
34	3	3	4	4	4	4	22	3,67
35	3	3	4	4	4	4	22	3,67
36	4	4	3	4	4	4	23	3,83
37	4	4	4	5	4	5	26	4,33
38	4	4	4	4	4	4	24	4,00
39	4	4	4	3	4	3	22	3,67
40	3	3	3	4	4	4	21	3,50
41	3	3	4	4	4	4	22	3,67
42	3	3	4	3	4	3	20	3,33



NO.	Butir						Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6		
43	3	3	5	3	4	3	21	3,50
44	4	4	3	2	4	2	19	3,17
45	4	4	4	4	4	4	24	4,00
46	4	4	4	3	4	3	22	3,67
47	4	4	4	3	4	3	22	3,67
48	4	4	5	5	4	5	27	4,50
49	4	4	4	4	4	4	24	4,00
50	4	4	4	4	4	4	24	4,00
51	4	4	4	5	5	5	27	4,50
52	4	4	4	4	4	4	24	4,00
53	4	4	4	4	4	4	24	4,00
54	4	4	4	4	4	4	24	4,00
55	5	5	4	5	4	5	28	4,67
56	4	4	4	5	4	5	26	4,33
57	4	4	4	5	5	5	27	4,50
58	4	4	4	5	4	5	26	4,33
59	4	4	4	5	4	5	26	4,33
60	4	4	4	5	4	5	26	4,33
61	2	3	5	4	3	4	21	3,50
62	4	4	3	3	2	3	19	3,17
63	2	2	2	3	3	3	15	2,50
64	4	4	3	5	3	5	24	4,00

NO.	Butir						Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6		
65	4	4	3	3	3	3	20	3,33
66	4	4	4	3	3	3	21	3,50
67	4	4	4	4	4	4	24	4,00
68	1	1	4	2	3	2	13	2,17
69	2	2	4	3	3	3	17	2,83
70	2	3	5	4	3	4	21	3,50
71	2	2	4	4	3	4	19	3,17
72	3	3	4	4	3	4	21	3,50
73	3	3	4	3	3	3	19	3,17
74	3	3	4	3	3	3	19	3,17
75	4	4	4	4	3	4	23	3,83
76	4	4	5	3	3	3	22	3,67
77	3	3	3	4	4	4	21	3,50
78	4	4	3	3	4	3	21	3,50
79	3	3	3	3	4	3	19	3,17
80	4	4	3	3	4	3	21	3,50
81	4	4	4	4	4	4	24	4,00
82	3	3	5	4	5	4	24	4,00
83	4	4	3	3	3	3	20	3,33
84	3	3	5	5	5	5	26	4,33
85	3	3	4	3	3	3	19	3,17
86	4	4	4	4	4	4	24	4,00

NO.	Butir					6	Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5			
87	2	2	4	3	3	3	17	2,83
88	2	3	5	4	3	4	21	3,50
89	2	2	4	4	3	4	19	3,17
90	3	3	4	4	3	4	21	3,50
91	3	3	4	3	3	3	19	3,17
92	3	3	4	3	3	3	19	3,17
93	4	4	4	4	3	4	23	3,83
94	4	4	5	3	3	3	22	3,67
95	3	3	3	4	4	4	21	3,50
96	4	4	3	3	4	3	21	3,50
97	3	3	3	3	4	3	19	3,17
98	4	4	3	3	4	3	21	3,50
99	4	4	3	3	4	3	21	3,50
100	3	3	3	3	4	3	19	3,17

**Lampiran 3.****Data Angket Variabel Loyalitas (X<sub>2</sub>)**

No.	Butir								Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8		
1	3	4	2	5	5	4	2	5	19	3,80
2	4	3	1	3	2	3	1	3	13	2,60
3	3	5	4	3	4	5	4	3	19	3,80
4	4	4	2	4	3	4	2	4	17	3,40
5	3	4	4	3	2	4	4	3	16	3,20
6	3	2	2	2	3	2	2	2	12	2,40
7	5	3	4	3	3	3	4	3	18	3,60
8	3	4	4	3	3	4	4	3	17	3,40
9	3	4	4	4	3	4	4	4	18	3,60
10	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
11	2	3	1	4	3	3	1	4	13	2,60
12	3	3	2	4	3	3	2	4	15	3,00
13	4	3	2	4	3	3	2	4	16	3,20
14	4	3	2	4	3	3	2	4	16	3,20
15	4	3	3	4	3	3	3	4	17	3,40
16	3	4	3	4	3	4	3	4	17	3,40
17	3	4	3	4	3	4	3	4	17	3,40
18	4	4	4	4	3	4	4	4	19	3,80
19	3	4	4	5	3	4	4	5	19	3,80
20	4	3	3	3	4	3	3	3	17	3,40

No.	Butir								Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8		
21	3	3	4	3	4	3	4	3	17	3,40
22	3	4	3	3	4	4	3	3	17	3,40
23	3	4	4	3	4	4	4	3	18	3,60
24	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
25	4	4	3	5	5	4	3	5	21	4,20
26	3	4	4	3	3	4	4	3	17	3,40
27	5	4	3	5	5	4	3	5	22	4,40
28	3	4	3	4	3	4	3	4	17	3,40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
30	3	4	4	4	4	4	4	4	19	3,80
31	3	4	3	4	3	4	3	4	17	3,40
32	5	4	3	5	3	4	3	5	20	4,00
33	3	4	4	4	3	4	4	4	18	3,60
34	4	3	3	4	4	3	3	4	18	3,60
35	4	3	3	4	4	3	3	4	18	3,60
36	4	3	4	3	4	3	4	3	18	3,60
37	5	3	4	4	4	3	4	4	20	4,00
38	4	3	4	4	4	3	4	4	19	3,80
39	3	3	4	4	4	3	4	4	18	3,60
40	4	4	3	3	4	4	3	3	18	3,60
41	4	4	3	4	4	4	3	4	19	3,80
42	3	4	3	4	4	4	3	4	18	3,60

No.	Butir								Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8		
43	3	4	3	5	4	4	3	5	19	3,80
44	2	4	4	3	4	4	4	3	17	3,40
45	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
46	3	4	4	4	4	4	4	4	19	3,80
47	3	4	4	4	4	4	4	4	19	3,80
48	5	4	4	5	4	4	4	5	22	4,40
49	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
50	4	5	4	4	4	5	4	4	21	4,20
51	5	4	4	4	4	4	4	4	21	4,20
52	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
53	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
54	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
55	5	4	5	4	4	4	5	4	22	4,40
56	5	4	4	4	4	4	4	4	21	4,20
57	5	4	4	4	4	4	4	4	21	4,20
58	5	5	4	4	4	5	4	4	22	4,40
59	5	4	4	4	4	4	4	4	21	4,20
60	5	4	4	4	4	4	4	4	21	4,20
61	3	4	3	4	4	4	3	4	18	3,60
62	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
63	3	4	4	4	4	4	4	4	19	3,80
64	3	4	4	4	4	4	4	4	19	3,80

No.	Butir								Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8		
65	5	4	4	5	4	4	4	5	22	4,40
66	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
67	4	5	4	4	4	5	4	4	21	4,20
68	5	4	4	4	4	4	4	4	21	4,20
69	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
70	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
71	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
72	5	4	5	4	4	4	5	4	22	4,40
73	5	4	4	4	4	4	4	4	21	4,20
74	5	4	4	4	4	4	4	4	21	4,20
75	5	5	4	4	4	5	4	4	22	4,40
76	5	4	4	4	4	4	4	4	21	4,20
77	5	4	4	4	4	4	4	4	21	4,20
78	3	4	3	3	4	4	3	3	17	3,40
79	3	4	4	3	4	4	4	3	18	3,60
80	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
81	4	4	3	5	5	4	3	5	21	4,20
82	3	4	4	3	3	4	4	3	17	3,40
83	5	4	3	5	5	4	3	5	22	4,40
84	3	4	3	4	3	4	3	4	17	3,40
85	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
86	3	4	4	4	4	4	4	4	19	3,80

No.	Butir								Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8		
87	3	4	3	4	3	4	3	4	17	3,40
88	5	4	3	5	3	4	3	5	20	4,00
89	3	4	3	5	4	4	3	5	19	3,80
90	2	4	4	3	4	4	4	3	17	3,40
91	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
92	3	4	4	4	4	4	4	4	19	3,80
93	3	4	4	4	4	4	4	4	19	3,80
94	5	4	4	5	4	4	4	5	22	4,40
95	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
96	4	5	4	4	4	5	4	4	21	4,20
97	5	4	4	4	4	4	4	4	21	4,20
98	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
99	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
100	4	5	4	4	4	5	4	4	21	4,20



**Lampiran 4.****Data Angket Variabel Kepuasan (Y)**

No.	Butir						Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6		
1	5	3	3	3	2	3	19	3,17
2	2	4	2	2	1	2	13	2,17
3	4	3	4	4	4	4	23	3,83
4	3	4	3	2	2	2	16	2,67
5	2	3	2	4	4	4	19	3,17
6	3	3	3	3	2	3	17	2,83
7	3	5	3	4	4	4	23	3,83
8	3	3	3	4	4	4	21	3,50
9	3	3	3	4	4	4	21	3,50
10	4	4	4	4	4	4	24	4,00
11	3	2	3	3	1	3	15	2,50
12	3	3	3	2	2	2	15	2,50
13	3	4	3	2	3	2	17	2,83
14	3	4	3	4	2	4	20	3,33
15	3	4	3	3	3	3	19	3,17
16	3	3	3	3	3	3	18	3,00
17	3	3	3	3	3	3	18	3,00
18	3	4	3	4	4	4	22	3,67
19	3	3	3	4	4	4	21	3,50
20	4	4	4	3	3	3	21	3,50

No.	Butir						Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6		
21	4	3	4	4	4	4	23	3,83
22	4	3	4	3	3	3	20	3,33
23	4	3	5	4	4	4	24	4,00
24	4	4	4	4	4	4	24	4,00
25	5	4	5	3	5	3	25	4,17
26	3	3	3	4	4	4	21	3,50
27	5	5	5	3	3	3	24	4,00
28	3	3	3	3	3	3	18	3,00
29	4	4	4	4	4	4	24	4,00
30	4	3	4	4	4	4	23	3,83
31	3	3	3	3	3	3	18	3,00
32	3	5	3	3	3	3	20	3,33
33	3	3	3	4	4	4	21	3,50
34	4	4	4	3	3	3	21	3,50
35	4	4	4	3	3	3	21	3,50
36	4	4	4	4	4	4	24	4,00
37	4	5	4	4	4	4	25	4,17
38	4	4	4	4	4	4	24	4,00
39	4	3	4	4	4	4	23	3,83
40	4	4	4	3	3	3	21	3,50
41	4	4	4	3	3	3	21	3,50
42	4	3	4	3	3	3	20	3,33

No.	Butir						Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6		
43	4	3	4	3	3	3	20	3,33
44	4	2	4	4	4	4	22	3,67
45	4	4	4	4	4	4	24	4,00
46	4	3	4	4	4	4	23	3,83
47	4	3	4	4	4	4	23	3,83
48	4	5	4	4	4	4	25	4,17
49	4	4	4	4	4	4	24	4,00
50	4	4	4	4	4	4	24	4,00
51	4	5	5	4	4	4	26	4,33
52	4	4	4	4	4	4	24	4,00
53	4	4	4	4	4	4	24	4,00
54	4	4	4	4	4	4	24	4,00
55	4	5	4	5	5	5	28	4,67
56	4	5	4	4	4	4	25	4,17
57	4	5	5	4	4	4	26	4,33
58	4	5	4	4	4	4	25	4,17
59	4	5	4	4	4	4	25	4,17
60	4	5	4	4	4	4	25	4,17
61	4	5	4	4	4	4	25	4,17
62	4	4	4	3	3	3	21	3,50
63	4	4	4	3	3	3	21	3,50
64	4	3	4	3	3	3	20	3,33

No.	Butir						Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6		
65	4	3	4	3	3	3	20	3,33
66	4	2	4	4	4	4	22	3,67
67	4	4	4	4	4	4	24	4,00
68	4	3	4	4	4	4	23	3,83
69	4	3	4	4	4	4	23	3,83
70	4	5	4	4	4	4	25	4,17
71	4	4	4	4	4	4	24	4,00
72	4	4	4	4	4	4	24	4,00
73	4	5	5	4	4	4	26	4,33
74	4	4	4	4	4	4	24	4,00
75	4	4	4	4	4	4	24	4,00
76	4	4	4	4	4	4	24	4,00
77	4	5	4	5	5	5	28	4,67
78	4	5	4	4	4	4	25	4,17
79	4	5	5	4	4	4	26	4,33
80	4	4	4	4	4	4	24	4,00
81	4	3	4	4	4	4	23	3,83
82	4	4	4	3	3	3	21	3,50
83	4	4	4	3	3	3	21	3,50
84	4	3	4	3	3	3	20	3,33
85	4	3	4	3	3	3	20	3,33
86	4	2	4	4	4	4	22	3,67

No.	Butir						Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6		
87	4	4	4	4	4	4	24	4,00
88	4	3	4	4	4	4	23	3,83
89	4	3	4	4	4	4	23	3,83
90	4	5	4	4	4	4	25	4,17
91	4	4	4	4	4	4	24	4,00
92	4	4	4	4	4	4	24	4,00
93	4	4	4	4	4	4	24	4,00
94	4	4	4	4	5	4	25	4,17
95	4	4	4	4	5	4	25	4,17
96	5	4	4	4	4	4	25	4,17
97	4	4	4	4	5	4	25	4,17
98	4	4	4	4	5	4	25	4,17
99	4	4	5	4	5	4	26	4,33
100	2	2	2	3	3	4	16	2,67