

Analisis Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan (Studi Kasus Wisata di Aceh)

Annio Indah Lestari Nasution¹⁾, Reni Ria Armayani Hasibuan^{2*)}, Wahyu Syarvina³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara

*Email korespondensi: reniriaarmayani@uinsu.ac.id

Abstract

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari daya tarik wisata dan destination image yang terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Kota Banda Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian *mix method*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang, dengan teknik penarikan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat SPSS Versi 23.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Kota Banda Aceh, dan destination image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Kota Banda Aceh. Kemudian daya tarik wisata dan destination image wisata halal secara simultan berpengaruh signifikan Terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Kota Banda Aceh. Hal ini didapatkan berdasarkan pengujian perbandingan $F_{hitung} 19.074 < F_{tabel} 3,09$ dengan nilai $sig. sebesar (0,000 < 0,05)$. Pemerintah sangat mendukung pariwisata halal aceh lewat berbagai program dan perencanaannya, namun harus didukung juga dari berbagai pihak seperti dari para pelaku usaha, masyarakat dalam pengembangannya, agar tercapai visi dinas pariwisata yang ingin menjadikan Aceh sebagai wisata halal nasional, hal ini juga sangat baik dampaknya untuk memajukan perekonomian masyarakat.

Keywords: Daya Tarik Wisata, Destination Image, Keputusan Berkunjung Wisatawan

Saran sitasi: Nasution, A. I., Hasibuan, R. R., & Syarvina, W. (2023). Analisis Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan (Studi Kasus Wisata di Aceh). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1118-1128. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.6903>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.6903>

1. PENDAHULUAN

Pariwisata ialah salah satu sektor yang memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan daerah dan membuka kesempatan kerja masyarakat daerah sekitar. Seiring dengan berkembangnya sektor pariwisata, muncul konsep pariwisata syariah atau wisata halal yang belakangan ini menjadi *trend* dalam pengembangan ekonomi pariwisata, dimana konsep yang diangkat berupa budaya, gaya hidup dan adat istiadat dengan melandasi nilai-nilai Islam serta menghasilkan konsep halal suatu produk (Rahmi, 2017).

Umat Islam membutuhkan aktivitas perjalanan wisata yang sesuai dengan aturan hidup ajaran Islam, baik dari segi penentuan tujuan wisata, makanan, akomodasi hingga adab dalam mengadakan perjalanan. Kebutuhan wisatawan muslim untuk melakukan wisata halal pada umumnya mencakup

makanan halal, kebutuhan untuk beribadah, terjaganya dari kemaksiatan dan kemungkaran serta mendapatkan nilai tambah dari perjalanan yang dilakukan (Daly, 2019). Objek wisata adalah tempat tujuan para wisatawan berkunjung, sebab tempat tersebut dianggap memiliki daya tarik, baik keindahan alamnya yang alamiah atau buatan manusia, bangunan bersejarah, tari-tarian, budaya, pantai, flora dan fauna atau kebudayaan yang khas lainnya (Suryadana & Octavia, 2015). Banyaknya jumlah objek wisata menentukan banyaknya jumlah wisatawan yang akan berkunjung, seperti halnya di Aceh juga banyak objek wisata yang harus didatangi pada saat berada disana, diantaranya Masjid raya Baiturrahman, museum tsunami, pulau rubiah, pantai iboih, air terjun blam kolam, air terjun suhom, pantai lhoknga, danau laut tawarrumah cut nyak dien, tugu nol kilometer, kuala paret, dan lain sebagainya.

Kuantitas objek wisata berpengaruh terhadap banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung, objek wisata dengan kuantitas yang banyak membuat wisatawan semakin tertarik untuk melakukan kunjungan ke tempat tersebut. Kota Banda Aceh sendiri memiliki banyak destinasi wisata, adapun beberapa contoh destinasi wisata yang ada di Kota Banda Aceh antara lain, wisata religi (Mesjid Raya Baiturrahman, Makam Sultan Iskandar Muda, Makam Syiah Kuala dan lainnya), wisata sejarah (Museum Tsunami, Taman Putroe Phang, Rumah Aceh, PLTD Apung, Kapal Apung Lampulo, dan lainnya), wisata alam (Pantai Ulee Lheue, Pantai Lampuuk, Pantai Lhoknga, Air Terjun Kuta Malaka, dan lainnya), wisata kuliner (Ayam Tangkap, Kuah Beulangong, Rumah Makan Muhammad Hasan, dan lainnya), dan wisata belanja (Pasar Aceh, Pusaka Souvenir Gallery, danlainnya).

Wisata halal dapat menjadi program daya tarik baru untuk calon wisatawan dan juga dapat memberikan citra baik kepariwisataan di Kota Banda Aceh, sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan. Adanya pertambahan jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan local ataupun wisatawan asing yang berkunjung dari setiap tahunnya di Kota Banda Aceh dapat dilihat pada di bawah ini:

Tabel 1

Data Wisatawan Lokal dan Asing yang berkunjung ke Banda Aceh Tahun 2015-2020

Tahun	Wisatawan Asing	Wisatawan Lokal	Total
2015	13.139	253.050	266.929
2016	18.577	268.532	287.109
2017	16.274	272.079	288.353
2018	20.897	372.503	393.400
2019	21.670	482.322	503.992
2020	24.429	217.097	241.526

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Banda Aceh diolah, 2021

Berdasarkan data di atas menunjukkan penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Banda Aceh, tentu hal ini menyebabkan penurunan jumlah pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata, Di dalam melakukan wisata, wisatawan pasti melihat daya tarik apa yang disediakan dan ditawarkan oleh suatu tempat wisata, yang pada dasarnya memang setiap tempat wisata memiliki daya tariknya tersendiri yang berbeda-beda. Daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk

melakukan kunjungan wisata. Adapun indikator dari daya tarik wisata itu sendiri adalah, Atraksi seperti tingkat keunikan, nilai objek wisata, ketersediaan lahan, kondisi fisik objek wisata mudah dicap, Aksesibilitas seperti jarak dari jalan raya, kondisi jalan dan kendaraan menuju objek wisata, dan Amenitas atau Fasilitas seperti fasilitas umum (warung makan, MCK), dan fasilitas pendukung (tempat ibadah, dan lainnya), Jasa pendukung pariwisata yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisata.

Salah satu tujuan utama dari wisatawan mendatangi tempat wisata atau ke suatu destinasi adalah berbelanja dan menikmati makanan (kuliner) ditempat wisata tersebut, dan merupakan peluang yang besar bagi penjual souvenir dan penyedia makanan sehingga menarik para wisatawan untuk membelanjakan uangnya. Tidak hanya itu, hal tersebut juga bisa memberikan pendapatan masyarakat bertambah sekitar tempat wisata yang beriringan dengan banyaknya wisatawan yang datang dan juga tingginya daya beli wisatawan terhadap fasilitas tersebut, yang secara langsung ataupun tidak berpengaruh terhadap kesejahteraan bagi masyarakat sekitar.

Para wisatawan dalam berwisata pasti melihat daya tarik apa yang disediakan dan ditawarkan oleh suatu tempat wisata, yang pada dasarnya setiap tempat wisata memiliki daya tariknya tersendiri. Motivasi utama pengunjung dalam berwisata adalah Daya tarik tempat wisata tersebut. Yang merupakan indikator daya tarik adalah atraksi, seperti nilai objek wisata, keunikan tempat wisata, luasnya lahan, kondisi fisik objek wisata, selain itu akseibilitas seperti, jarak, kondisi jalan, dan jasa transportasi menuju objek wisata, dan juga ada amenitas seperti, fasilitas umum (tempat makan, toilet) dan fasilitas pendukung (tempat ibadah, tempat beristirahat, dan lain sebagainya). Jasa pendukung pariwisata yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayananwisata.

Daya tarik wisata yang dikemas dengan baik akan memberikan kepuasan yang baik dan akan mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Abdillah, 2017) melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Alam B29 Lumajang*. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa daya tarik wisata

berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung.

Begitu juga dengan pembangunan citra destinasi yang baik dan tepat akan berpengaruh terhadap kepuasan dan keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Huda et al., 2019) dengan judul *Pengaruh Citra Destinasi, Produk Wisata dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Coban Jahe*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel citra destinasi terhadap keputusan berkunjung. Citra destinasi pariwisata yang positif sangat penting karena akan memengaruhi perilaku khususnya pada intensi mereka berkunjung kembali ke destinasi pariwisata tersebut, hal ini menjadi salah satu hal yang menarik untuk diteliti. Sehingga dalam hal ini peneliti ingin meneliti bagaimana daya tarik wisata yang ada di kota Banda Aceh berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Kota Banda Aceh. Selain itu, penelitian ini juga ingin melihat bagaimana citra wisata halal sebagai citra destinasi yang dibangun oleh pemerintah Kota Banda Aceh mampu mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berwisata ke Kota Banda Aceh. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **Analisis Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan (Studi Kasus Wisata Banda Aceh)**.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif yaitu sebuah metode penelitian yang berlandaskan pada sifat positif positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, metode ini dikatakan sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah, yaitu konkrit atau empiris, objektif terukur, rasional dan sistematis. Metode ini menggunakan data-data angka yang dianalisis menggunakan statistik. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena sosial dijabarkan kedalam beberapa komponen masalah, variabel dan indikator. Sedangkan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. (Rahmani, 2016)

2.2. Lokasi Penelitian

Adapun Penelitian yang dilakukan oleh Penulis mengambil lokasi di tempat wisata yang ada di Kota Banda Aceh seperti Mesjid Raya Baiturrahman, Museum tsunami, museum Aceh, kapal diatas rumah, kapal Pltd Apung dan wisata alam pantai lampuuk.

2.3. Tehnik Pengumpulan Data

1) Metode Angket (Kuesioner)

Angket merupakan sekumpulan daftar pertanyaan yang akan digunakan oleh peneliti kepada responden untuk dijawab guna untuk memperoleh data dari sumbernya secara langsung melalui proses komunikasi atau dengan mengajukan pertanyaan (Saptuty ningsih & Satyaningrum, 2019). Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang terdiri dari butir-butir pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Data yang diperoleh berupa jawaban-jawaban yang diajukan dan tersusun dalam bentuk angket.

2) Wawancara

Yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan proses komunikasi secara langsung dengan melakukan tanya jawab kepada responden seputar informasi yang diperlukan dalam penelitian ini (Sanusi, 2013). Narasumber yang dipilih adalah melakukan wawancara dengan kepala bidang pariwisata halal dinas pariwisata.

2.4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga data dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan terutama masalah dalam penelitian ini, data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis yang mana benar atau tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yang penting yaitu valid dan reliable (Tukiran & Mustafidah, 2014). Menganalisis data dengan uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis dan Analisis Regresi Berganda dibantu dengan SPSS 23. (Isnaini & Et.al, 2013)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

3.1.1. Uji Validitas

a. Uji Validitas Variabel Daya Tarik Wisata (X1)

Tabel2
Hasil Uji Validitas

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	.264	.194	Valid
X1.2	.202	.194	Valid
X1.3	.832	.194	Valid
X1.4	.518	.194	Valid
X1.5	.791	.194	Valid
X1.6	.751	.194	Valid
X1.7	.534	.194	Valid
X1.8	.747	.194	Valid
X1.9	.879	.194	Valid
X1.10	.832	.194	Valid
X1.11	.805	.194	Valid
X1.12	.678	.194	Valid
X1.13	.606	.194	Valid
X1.14	.728	.194	Valid
X1.15	.737	.194	Valid

Sumber: Data primeryang diolah, SPSS23

Berdasarkan hasil pengujian validitas variable daya tarik diketahui bahwa semua item pertanyaan $r_{hitung} < r_{tabel}$ (0,194), sehingga ke-15 item pertanyaan dalam variabel daya tarik dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Validitas Destination Image (X2)

Tabel3
Hasil Uji Validitas

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	.340	.194	Valid
X2.2	.662	.194	Valid
X2.3	.749	.194	Valid
X2.4	.439	.194	Valid
X2.5	.602	.194	Valid
X2.6	.794	.194	Valid
X2.7	.579	.194	Valid
X2.8	.620	.194	Valid
X2.9	.876	.194	Valid
X2.10	.433	.194	Valid
X2.11	.797	.194	Valid
X2.12	.524	.194	Valid
X2.13	.739	.194	Valid
X2.14	.762	.194	Valid
X2.15	.439	.194	Valid

Sumber: Data primeryang diolah, SPSS23

Berdasarkan hasil pengujian validitas variable *destination image* diketahui bahwa semua item pertanyaan $r_{hitung} < r_{tabel}$ (0,194), sehingga ke-15 item pertanyaan dalam variabel *destination image* dinyatakan valid.

c. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

Tabel4
Hasil Uji Validitas

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1.1	.533	.194	Valid
Y1.2	.722	.194	Valid
Y1.3	.812	.194	Valid
Y1.4	.556	.194	Valid
Y1.5	.415	.194	Valid
Y1.6	.914	.194	Valid
Y1.7	.851	.194	Valid
Y1.8	.475	.194	Valid
Y1.9	.898	.194	Valid
Y1.10	.289	.194	Valid
Y1.11	.832	.194	Valid
Y1.12	.563	.194	Valid
Y1.13	.899	.194	Valid
Y1.14	.891	.194	Valid
Y1.15	.208	.194	Valid

Sumber: Data primeryang diolah, SPSS 23

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel keputusan berkunjung diketahui bahwa semua item pertanyaan $r_{hitung} < r_{tabel}$ (0,194), sehingga ke-15 item pertanyaan dalam variabel keputusan berkunjung dinyatakan valid.

3.1.2. Uji Reliabilitas

Tabel5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Daya Tarik Wisata (X1)	0,761	Reliabel
2	Destination Image (X2)	0,758	Reliabel
3	Keputusan Berkunjung (Y)	0,763	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, SPSS23

Dari hasil uji reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan dari masing-masing variabel dalam penelitian adalah bernilai positif dan cukup reliabel. Hal ini ditunjukkan oleh nilai

Cronbach Alpha dari masing-masing variabel bernilai lebih dari 0,60, sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reabilitas sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

3.1.3. Uji Asumsi Klasik

3.1.3.1. Uji Normalitas

Tabel 6

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.05216654

3.1.3.2. Uji Multikolinieritas

Tabel 7

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	18.832	7.448		2.529	.013		
Daya Tarik Wisata	.227	.096	.209	2.375	.019	.953	1.050
Destination Image	.464	.092	.445	5.047	.000	.953	1.050

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data primeryang diolah, SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10. Hal ini berarti menunjukkan bahwa kedua

3.1.4. Uji Heterokedastisitas

Tabel 8

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.626	4.570		.137	.891
Daya Tarik Wisata	.070	.059	.123	1.193	.236
Destination Image	-.006	.056	-.010	-.100	.920

a. Dependent Variable: RESUC

Sumber: Data Primeryang diolah, SPSS 23

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai signifikansinya > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari heterokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas dan layak untuk diteliti.

Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.029
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.149 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data primeryang diolah, SPSS 23

Hasil perhitungan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar 0,149 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas atau dapat dikatakan sebaran data penelitian terdistribusi normal.

variabel tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa regresi sah untuk digunakan.

3.1.5. Uji Hipotesis

3.1.5.1. Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)

Adapun untuk melihat hasil uji F peneliti menggunakan F tabel dengan probabilitas sebesar 0,05 dengan menentukan df1 dan df2 dengan rumus $df1 = k - 1$, ($df1 = 3 - 1 = 2$); $df2 = n - k$ ($df2 = 100 -$

3=97).Dimana “n” adalah jumlah sampel pembentuk regresi dan “k” jumlah variabel bebas dan variable terikat. Sehingga f_{tabel} dalam penelitian ini adalah 3,09.

Hasil uji F dapat dilihat pada table berikut:

Tabel9
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1426.117	2	713.058	19.074	.000^b
Residual	3626.243	97	37.384		
Total	5052.360	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung
b. Predictors: (Constant), Destination Image, Daya Tarik Wisata

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS23

Tabel10
Hasil Uji

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	18.832	7.448		2.529	.013
Daya Tarik Wisata	.227	.096	.209	2.375	.019
Destination Image	.464	.092	.445	5.047	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS23

a. Daya Tarik Wisata

Hasil analisis uji t untuk variable daya tarik diperoleh nilai t hitung daya tarik wisata sebesar $2,375 > t_{table} (1,984)$ dengan nilai probabilitas sebesar 0,019 berarti lebih kecil dari 0,05 maka H_{a1} diterima, yang artinya variabel daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Kota Banda Aceh.

b. Destination Image (Citra Destinasi)

Hasil analisis uji t untuk variabel *destination image* diperoleh nilai t hitung *destination image* sebesar $5,047 > t_{tabel} (1,984)$ dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 maka H_{a2} diterima, yang artinya variable *destination image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Kota Banda Aceh.

Dari tabel diatas nilai f hitung adalah 15.949 dengan signifikan 0,000, dan nilai f tabelnya adalah 3,09. Nilai $f_{hit} 19.074 > f_{tabel} (3,09)$ dan nilai signifikan $< 0,05$, maka H_a diterima. Kesimpulannya adalah variabel daya tarik wisata dan *destination image* secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

3.1.5.2. Uji Signifikan Secara Simultan (Ujit)

Dalam pengujian hipotesis pada model regresi, derajat bebas ditentukan dengan rumus $df = n - k$. Adapun “n” atau sampel didalam penelitian ini adalah 100, dan “k” atau jumlah variable dalam penelitian ini adalah 3. Jadi $df = 97$ pada taraf signifikansi 0,05, dan didapat t tabel adalah sebesar 1,984.

3.1.5.3. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.531 ^a	.282	.267	6.11424

a. Predictors: (Constant), Destination Image, Daya Tarik Wisata
b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS23

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,282 yang berarti variabel independen dapat dijelaskan oleh variabel dependen sebesar 28,2%. Hal ini berarti variabel independen meliputi daya tarik wisata dan *destination image* wisata halal mempengaruhi keputusan wisatawan berwisata ke Banda Aceh adalah sebesar 28,2%. Sedangkan sisanya sebesar 71,8% dipengaruhi oleh faktor variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini.

3.1.6. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda biasanya digunakan untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis penelitian (Nawari, 2010), yaitu pengaruh variabel Daya Tarik Wisata (X1), Destination Image

Wisata Halal (X2) terhadap Keputusan Wisatawan Berwisata (Y). Adapun hasil koefisien regresi linear berganda adalah:

Tabel 12
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	18.832	7.448		2.529	.013		
Daya Tarik Wisata	.227	.096	.209	2.375	.019	.953	1.050
Destination Image	.464	.092	.445	5.047	.000	.953	1.050

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 23

Persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

$$Y = 18,832 + 0,227X_1 + 0,464X_2$$

Dimana:

Y = Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan
X1 = Variabel Daya Tarik Wisata

X2 = Variabel Destination Image Wisata Halal.

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Nilai Konstanta

Nilai konstanta sebesar 18,832 menunjukkan besarnya keputusan berkunjung wisatawan adalah 18,832, jika nilai variabel independen adalah 0 (nol) atau sama dengan nol maka keputusan berkunjung wisatawan yaitu sebesar 18,832, atau tanpa adanya variabel daya tarik wisata dan destination image bahwa keputusan berkunjung wisatawan tetap ada yaitu sebesar 18,832.

b. Variabel Daya Tarik Wisata (X1)

Variabel daya tarik wisata (X1) = 0,227 menyatakan bahwa jika pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1%, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka keputusan berkunjung wisatawan akan mengalami peningkatan sebesar 0,227 atau dengan persentase 22,7%. Dengan kata lain, nilai koefisien regresi untuk variabel daya tarik wisata bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin tinggi daya tarik wisata yang diberikan oleh penyedia objek wisata maka akan semakin mempengaruhi keputusan wisatawan berwisata ke Banda Aceh.

c. Variabel Destination Image Wisata Halal (X2)

Variabel Destination Image Wisata Halal (X2) = 0,464 menyatakan bahwa jika destination image mengalami peningkatan sebesar 1%, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka keputusan berkunjung wisatawan akan mengalami peningkatan sebesar 0,464 atau dengan persentase 46,4%. Dengan kata lain, nilai koefisien regresi untuk variabel destination image bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin tinggi destination image yang diberikan atau yang diciptakan maka akan semakin meningkatkan keputusan wisatawan berwisata ke Banda Aceh.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pengaruh Daya Tarik Wisata (X1) Terhadap Keputusan Wisatawan Berwisata

Berdasarkan hasil penelitian regresi linier berganda diperoleh koefisien regresi variabel daya tarik wisata sebesar 0,227 yang menyatakan bahwa jika daya tarik wisata mengalami peningkatan sebesar 1% maka keputusan berkunjung wisatawan akan mengalami peningkatan sebesar 0,227 atau dengan persentase 22,7%. Dengan kata lain, nilai koefisien regresi untuk variabel daya tarik wisata bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin baik daya tarik wisata yang diberikan oleh penyedia objek wisata maka akan semakin mempengaruhi keputusan wisatawan berwisata ke Banda Aceh.

Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai thitung 2,375 > ttabel 1,984 dengan nilai probabilitas sebesar 0,019 berarti lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi 0,05 yang artinya variabel daya tarik

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Banda Aceh. Sehingga pengujian hipotesis penelitian tersebut adalah H_{a1} diterima dan H_0 ditolak.

Daya tarik merupakan faktor utama yang menarik wisatawan mengadakan perjalanan mengunjungi suatu tempat untuk menyaksikan, merasakan, dan menikmati daya tarik tujuan tersebut. Daya tarik wisata dikatakan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Hal ini perlu diperhatikan sehingga daya tarik yang diberikan selalu memberikan kepuasan kepada wisatawan sehingga mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Daya tarik wisata yang dikemas dengan baik akan memberikan kepuasan yang baik dan akan mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Abdillah, 2017) melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Alam B29 Lumajang*. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Ruray & Pratama, 2020) *Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Akeshu Kota Tidore Kepulauan* dengan hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa daya tarik berpengaruh positif dan signifikan Terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Pantai Akeshu Kota Tidore Kepulauan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Sinatrya et al., 2022) dengan judul penelitian *Peran Citra Destinasi dan Perceived Value Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Halal Friendly Destination*. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas *halal friendly destination* dan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung konsumen.

3.2.2. Pengaruh *Destination Image* Wisata Halal (X2) Terhadap Keputusan Wisatawan Berwisata

Berdasarkan hasil penelitian regresi linier berganda diperoleh koefisien regresi variabel *destination image* sebesar 0,464 yang menyatakan bahwa jika *destination image* mengalami peningkatan

sebesar 1% maka keputusan berkunjung wisatawan akan mengalami peningkatan sebesar 0,464 atau dengan persentase 46,4%. Dengan kata lain, nilai koefisien regresi untuk variabel *destination image* bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin baik citra destinasi yang diberikan oleh penyedia objek wisata maka akan semakin mempengaruhi keputusan wisatawan berwisata ke Banda Aceh.

Berdasarkan hasil analisis uji t untuk variabel *destination image* diperoleh nilai thitung 5,047 > ttabel 1,984 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 maka H_{a2} diterima, yang artinya variabel *destination image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Banda Aceh. Sehingga pengujian hipotesis penelitian tersebut adalah H_{a2} diterima dan H_0 ditolak.

Citra destinasi merupakan manifestasi dari harapan wisatawan maupun calon wisatawan, sehingga citra itu sendiri mampu mempengaruhi persepsi dari wisatawan. Citra destinasi dikatakan sebagai ekspresi tentang sebuah pengetahuan, keyakinan diri, prasangka, khayalan, dan pikiran emosional seorang individu tentang objek atau tempat tertentu, jika rasa keyakinan, prasangka dan pikiran yang baik tentang suatu objek wisata sudah tertanam maka individu tersebut akan tertarik untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Pencitraan yang baik tentu akan menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung. Pengembangan citra yang positif sangat penting dan harus ditingkatkan serta dipertahankan untuk kesuksesan suatu destinasi pariwisata, sehingga besar pengaruhnya terhadap keyakinan wisatawan berkunjung ke objek wisata yang ada di Kota Banda Aceh.

Begitu juga dengan pembangunan citra destinasi yang baik dan tepat akan berpengaruh terhadap kepuasan dan keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Huda et al., 2019) melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Citra Destinasi, Produk Wisata dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Coban Jahe*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel citra destinasi terhadap keputusan berkunjung. Kemudian diperkuat juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putra et al., 2017) dengan judul penelitian *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek*

Wisata Pantai Carock Painan, hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Yang berarti bahwasanya semakin bagus citra di objek wisata maka akan berdampak juga pada besarnya keinginan dari wisatawan untuk memutuskan melakukan kunjungan ke tempat wisata yang diinginkan. Selain itu, (Juwita & Hariyanto, 2016) dalam penelitian yang berjudul *Pengaruh Daya tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara* menyatakan bahwa daya tarik memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan nusantara.

3.2.3. Pengaruh Daya Tarik Wisata (X1) dan Destination Image Wisata Halal (X2) Terhadap Keputusan Wisatawan Berwisata

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan diatas, diketahui bahwa variabel-variabel independen, yaitu daya tarik wisata dan *destination image* wisata halal berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Dilihat dari hasil uji f didapatkan berdasarkan pengujian perbandingan $F_{hitung} 19.074 < F_{tabel} 3,09$ dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 pada tingkat signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dipilih tepat dan menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya yakni daya tarik wisata dan *destination image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Kota Banda Aceh.

Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai $t_{hitung} 2,375 > t_{tabel} 1,984$ dengan nilai probabilitas sebesar 0,019 berarti lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi 0,05 yang artinya variabel daya tarik berpengaruh positif dan signifikan Terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Banda Aceh. Sehingga pengujian hipotesis penelitian tersebut adalah H_{a1} diterima dan H_0 ditolak. Kemudian berdasarkan hasil analisis uji t untuk variabel *destination image* diperoleh nilai $t_{hitung} 5,047 > t_{tabel} 1,984$ dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 maka H_{a2} diterima, yang artinya variabel *destination image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Banda Aceh. Sehingga pengujian hipotesis penelitian tersebut adalah H_{a2} diterima dan H_0 ditolak. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik dan *destination image* berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Kota Banda Aceh.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,282 yang berarti variabel independen dapat dijelaskan oleh variabel dependen sebesar 28,2%. Hal ini berarti variabel independen meliputi daya tarik wisata dan *destination image* wisata halal mempengaruhi keputusan wisatawan berwisata ke Banda Aceh adalah sebesar 28,2%. Sedangkan sisanya sebesar 71,8% dipengaruhi oleh faktor variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini.

Kesimpulannya adalah variabel daya tarik wisata dan *destination image* wisata halal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Sehingga semakin baik daya tarik wisata dan *destination image* yang diberikan dan diciptakan oleh penyedia wisata maupun pemerintah setempat maka akan semakin besar dan semakin tinggi pula mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berwisata ke Kota Banda Aceh, yang juga akan berdampak besar bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali ke objek wisata tersebut.

3.2.4. Hasil Wawancara

Hasil wawancara peneliti dengan kepala bidang pariwisata halal pada dinas pariwisata kota banda aceh, beliau mengatakan bahwa Aceh merupakan tempat wisata halal yang sebenarnya sangat sesuai dengan ketentuan syariah, ini diperkuat dengan banyaknya regulasi dan hukum yang mendukung hal tersebut. Pemerintah sangat mendukung usaha pengembangan pariwisata halal di Aceh, ini terlihat dari visi dinas pariwisata yang ingin menjadikan Aceh sebagai destinasi halal tingkat nasional pada tahun 2022. Kemudian melaunching logo pariwisata halal pada tahun 2019. Memberikan penghargaan kepada pelaku usaha yang memiliki kriteria yang sudah ditetapkan misalnya usaha yang memperpanjang sertifikat halalnya akan diberikan *reward*. Mewajibkan setiap usaha pada bidang jasa seperti perhotelan untuk meletakkan sajadah dan alquran, bidang jasa yang lain yang sudah syariah adalah rumah sakitnya, sebagian besar rumah sakit di Aceh sudah ditetapkan sebagai syariah, Selain itu pemerintah juga melakukan berbagai program diantaranya sosialisasi untuk mengembangkan pariwisata halal, memberikan persyaratan jika ada vendor yang ingin bergabung, maka harus sesuai dengan ketentuan syariah seperti tidak boleh menjual

barang atau jasa yang non halal, memberikan sosialisasi pada pelaku usaha dan UMKM untuk mendaftarkan usahanya mendapatkan sertifikat halal, dan pengajuan penganggaran untuk pengembangan/pemeliharaan objek wisata di Aceh. Namun beliau juga menjelaskan ada berbagai kendala memang dalam pengembangan industri pariwisata halal diantaranya, jalur penerbangan yang dianggap belum luas, saat ini hanya tersedia dari banda aceh ke medan dan banda aceh ke Jakarta, sehingga hal ini kurang begitu luas jangkauan pada jalur penerbangannya, fasilitas penginapan juga masih rendah, hanya yang paling tinggi bintang 3, jalur komunikasi/marketing juga hanya terbatas pada 3 bahasa, yang seyogianya harus lebih daripada itu untuk menarik minat wisatawan mancanegara yang luas, informasi transportasi darat yang masih belum maksimal dalam pemasarannya, minimnya pelaku usaha yang mau mendaftarkan usahanya untuk mendapatkan sertifikat halal karena menurut pelaku usaha biaya yang dikeluarkan dinilai sangat besar, disamping itu mereka juga menganggap bahwa mereka tidak menjual sesuatu yang dilarang oleh syariah maka tidak terlalu urgen untuk mendaftarkan usaha mereka. Selain itu, kendala lainnya adalah sulit mendapat anggaran tambahan pengembangan pariwisata, selain dari objek wisata yang itu-itu saja. Selain itu menurut pengamatan peneliti dilokasi wisata yang sudah dijelaskan, masih banyak sarana dan prasarana yang kurang layak, seperti toilet yang kotor, pantai yang banyak terdapat sampahnya, tidak ramah terhadap penyandang disabilitas, objek wisata hanya mengandalkan alam saja, kurang mengembangkan ide usaha, sehingga diharapkan bisa lebih menarik wisatawan untuk berkunjung.

4. KESIMPULAN

Secara parsial, vaariabeldaya tarik dan *destination image* berpengaruh positif dan signifikan Terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Banda Aceh. Secara simutan, daya tarik wisata dan *destination image* wisata halal berpengaruh secara simultan terhadap dependennya yaitu keputusan berkunjung wisatawan. Apabila semakin baik daya tarik dan *destination image* yang diberikan maka semakin besar dan semakin tinggi pula mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berwisata ke Banda Aceh.

Pemerintah sangat mendukung pariwisata halal aceh lewat berbagai program dan perencanaanya, namun harus didukung juga dari berbagai pihak

seperti dari para pelaku usaha, masyarakat dalam pengembangannya, agar tercapai visi dinas pariwisata yang ingin menjadikan Aceh sebagai wisata halal nasional, hal ini juga sangat baik dampaknya untuk memajukan perekonomian masyarakat.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Banyak pihak yang sangat berkontribusi dalam penyelesaian artikel ini. Terima kasih kami kepada Bapak Prof. Dr. Abu Rokhmad, M. Ag (Plt. Rektor UIN Sumatera Utara Medan), para wakil rektor, dekan FEBI Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag dan para wakil dekan FEBI Ibu Dr. Marliyah, M.Ag, Bapak Dr. Fauzi Arif Lubis, MA, Bapak Dr. Mustafa Khamal Rokhan, MA dan tim hebat lainnya yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu. Sahabat-sahabat dan tim kami yang luar biasa, Prof. Dr. Nurhayati, M.Ag, Fitri Hayati, SE, MA, Putra Apriadi, M. Kes, Syahrial, M.Hum, Salsabilla Siagian, Rudi Wahyudi, Sri Cahyanti, Khairina Tambunan dan lain-lain yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu.

6. REFERENSI

- Abdillah, Y. F. (2017). *Pengaruh Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Alam B29 Lumajang* [Skripsi]. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang.
- Daly, F. P. (2019). *Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung ke Kota Banda Aceh* [Skripsi]. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Huda, M. K., Rachman, N., & Hufron, M. (2019). *Pengaruh Citra Destinasi, Produk Wisata Dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Coban Jahe*.
- Isnaini, & Et.al. (2013). *Pedoman Praktikum SPSS & Bank Mini*. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
- Juwita, I., & Hariyanto, O. I. B. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara. *Jurnal Pariwisata*, 3(1).
- Nawari. (2010). *Analisis Regresi*. PT Elex Media Komputindo.
- Putra, E. S., Yuliana, & Suyuthie, H. (2017). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Carock Painan. *Home Economics and Tourism Journal*, 15(2).
- Rahmani, N. A. bi. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. FEBI UINSU Press.
- Rahmi, N. (2017). Kajian Ekonomi Pariwisata Syariah Kota Banda Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 577.

- Ruray, T. A., & Pratama, R. (2020). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Akesahu Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Kawasa, IX(2)*.
- Sanusi, A. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Saptutyingsih, E., & Satyaningrum, E. (2019). *No Title*. Gosyen Publishing.
- Sinatrya, B., Ermawati, D., Ulfa, D. C., Dzikirullah, A., HAq, A. S., & Wulandari, F. (2022). Peran Citra Destinasi dan Perceived Value Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Halal Friendly Destination. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(03)*.
- Suryadana, L., & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Alfabeta.
- Tukiran, & Mustafidah. (2014). *Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.