UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**DETERMINASI NIAT KUNJUNGAN KEMBALI WISATAWAN DAN HUBUNGANNYA TERHADAP DAMPAK EKONOMI PARIWISATA
LOKAL DI MASJID RAYA AL-JABBAR, KOTA BANDUNG DALAM KONTEKS WISATA RELIGI HALAL**
Athfal Falahil Insani, Dr.Agr. Evita Hanie Pangaribowo, S.E., M.IDEC.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DETERMINASI NIAT KUNJUNGAN KEMBALI WISATAWAN DAN HUBUNGANNYA TERHADAP DAMPAK EKONOMI PARIWISATA LOKAL DI MASJID RAYA AL-JABBAR, KOTA BANDUNG DALAM KONTEKS WISATA RELIGI HALAL

Oleh Athfal Falahil Insani
22/498957/GE/09937

INTISARI

Wisata religi halal berkembang pesat sebagai bagian dari pariwisata perkotaan dan berpotensi menjadi penggerak ekonomi lokal, namun manfaat ekonomi sering tidak tersirkulasi optimal di tingkat masyarakat sekitar destinasi. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor yang memengaruhi niat kunjungan kembali (*revisit intention*) wisatawan ke Masjid Raya Al-Jabbar, mengukur dampak ekonomi kunjungan melalui efek pengganda, serta menganalisis keterkaitan antara faktor pembentuk niat kunjungan kembali dengan dampak ekonomi yang dihasilkan. Metode yang digunakan adalah PLS-SEM untuk menguji hubungan antarvariabel perilaku wisatawan serta analisis efek pengganda ekonomi (*multiplier effect*) yang didukung triangulasi wawancara dengan pelaku UMKM dan pengelola kawasan.

Hasil menunjukkan bahwa niat kunjungan kembali dipengaruhi secara signifikan oleh sikap halal, norma subjektif halal, persepsi kontrol perilaku halal, dan citra destinasi halal. Sebaliknya, layanan dan kinerja destinasi halal, kepuasan wisatawan, serta minat berkunjung tidak berpengaruh signifikan terhadap niat kunjungan kembali, serta seluruh jalur pengaruh tidak langsung tidak signifikan. Dari dampak ekonomi, nilai Keynesian Local Income Multiplier sebesar 0,30; Ratio Income Multiplier Tipe I sebesar 2,84; dan Ratio Income Multiplier Tipe II sebesar 3,55 menunjukkan bahwa aktivitas wisata menghasilkan dampak ekonomi total yang cukup besar, tetapi perputaran pendapatan yang benar-benar tertahan di tingkat lokal masih terbatas. Kondisi ini mengindikasikan bahwa manfaat ekonomi pariwisata belum tersebar secara optimal di antara pelaku ekonomi lokal. Hubungan antara faktor pembentuk niat kunjungan kembali dan dampak ekonomi menunjukkan bahwa niat kunjungan kembali berperan sebagai sisi permintaan yang dapat menjaga stabilitas arus kunjungan dan konsumsi, sehingga penting bagi UMKM lokal yang menggantungkan pendapatan pada wisatawan. Namun, dampak ekonomi berkelanjutan tidak otomatis meningkat meskipun niat kunjungan ulang tinggi karena masih terdapat kebocoran ekonomi, lemahnya keterkaitan lokal, dan tata kelola yang belum integratif.

Kata kunci: wisata religi halal, niat kunjungan kembali, PLS SEM, efek pengganda ekonomi.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
DETERMINASI NIAT KUNJUNGAN KEMBALI WISATAWAN DAN HUBUNGANNYA TERHADAP DAMPAK EKONOMI PARIWISATA LOKAL DI MASJID RAYA AL-JABBAR, KOTA BANDUNG DALAM KONTEKS WISATA RELIGI HALAL
Athfal Falahil Insani, Dr.Agr. Evita Hanie Pangaribowo, S.E., M.IDEC.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DETERMINANTS OF TOURISTS' REVISIT INTENTION AND THEIR RELATIONSHIP WITH THE ECONOMIC IMPACT OF LOCAL TOURISM IN THE MASJID RAYA AL-JABBAR, BANDUNG CITY IN THE CONTEXT OF HALAL RELIGIOUS TOURISM

By Athfal Falahil Insani
22/498957/GE/09937

ABSTRACT

Halal religious tourism has grown rapidly as part of urban tourism and holds potential as a driver of local economic development. However, its economic benefits are often not optimally circulated among communities surrounding the destination. This study aims to identify the factors influencing tourists' revisit intention to Masjid Raya Al-Jabbar, measure the economic impact of tourist visits through the multiplier effect, and analyze the relationship between determinants of revisit intention and the resulting economic impact. The study employs PLS-SEM to examine relationships among behavioral variables and applies economic multiplier effect analysis, supported by triangulated interviews with MSME actors and site managers.

The results indicate that revisit intention is significantly influenced by halal attitude, halal subjective norms, halal perceived behavioral control, and halal destination image. In contrast, halal destination services and performance, tourist satisfaction, and visiting interest do not significantly affect revisit intention, and all indirect effect paths are found to be insignificant. From an economic perspective, the Keynesian Local Income Multiplier of 0.29; the Type I Ratio Income Multiplier of 2.84; and the Type II Ratio Income Multiplier of 3.55 indicate that tourism activity generates a fairly substantial total economic impact, but the circulation of income that is actually retained at the local level remains limited. This condition suggests that the economic benefits of tourism have not yet been distributed optimally among local economic actors. The relationship between revisit intention determinants and economic impact shows that revisit intention functions as a demand-side factor capable of maintaining visitor flow and consumption stability, which is crucial for local MSMEs dependent on tourism. Nevertheless, sustainable economic impact does not automatically increase despite high revisit intention, as structural constraints such as economic leakage, weak local linkages, and non-integrated governance persist.

Keywords: halal religious tourism, revisit intention, PLS-SEM, economic multiplier effect.