

## INTISARI

Topik halal-haram saat ini sangat sering menjadi topik menarik untuk diperbincangkan. Bukan hanya tentang makanan melainkan pariwisata juga menjadi salah satu obyek yang saat ini perlu untuk diperhatikan kehalalannya. Pasar pariwisata halal ini menjadi peluang baru untuk pengelola wisata yang ingin menyasar para wisatawan muslim. Jumlah muslim yang semakin meningkat dan kebutuhan akan berwisata juga semakin meningkat membuat pariwisata halal ini menjadi pasar yang sangat menjanjikan.

Pengelola wisata halal perlu memahami kebutuhan dari wisatawannya. Wisatawan muslim seringkali mempertimbangkan ada tidaknya atribut islam atau yang disebut atribut wisata halal untuk memilih destinasi wisata. Ketika atribut wisata halal telah dipenuhi suatu destinasi, maka wisatawan muslim cenderung memilih berwisata di destinasi tersebut. Pengalaman yang diperoleh para wisatawan muslim setelah berkunjung di suatu destinasi dapat menimbulkan kepuasan wisatawan dan dapat membuat wisatawan menjadi loyal kepada destinasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh atribut wisata halal terhadap loyalitas destinasi dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel pemediasi.

Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan data primer yaitu dengan menyebarkan sebanyak 180 kuesioner kepada pengunjung pantai syariah Banyuwangi yang terletak di Karangrejo Kabupaten Banyuwangi selama dua minggu. Setelah mendapatkan data kemudian diolah menggunakan Warp-PLS 3.0. Peneliti mendapati hasil bahwa loyalitas destinasi dipengaruhi oleh atribut wisata halal dengan dimediasi parsial oleh kepuasan wisatawan.

**Kata Kunci : atribut wisata halal, loyalitas destinasi, kepuasan wisatawan, wisata halal.**

## **ABSTRACT**

The topic of halal-haram very often becomes an interesting topic to discuss. Not only about food but also tourism becomes one of the objects that currently needs to be considered its halal. The halal of tourism market becomes a new opportunity for the manager of tourism who wants to target Muslim tourists. The total of Muslims increases more and more and the needs for travelling have also increased makes halal tourism become a very prospective market.

The manager of Halal tourism needs to understand the needs of tourists. Muslim tourists often consider the presence or absence of Islamic attribute or it is called Islamic attribute of destination to choose destination. When Islamic attribute of destination has been fulfilled by a destination, so that Muslim tourists tend to choose to travel in this destination mentioned. The experience which is gained by Muslim tourists after visiting a destination can make tourist's satisfaction and it can make tourists loyal to that destination mentioned. This research aimed to examine the effect of Islamic attribute of destination on destination loyalty with tourist's satisfaction as mediating variables.

This research was a survey research with a quantitative approach and uses primary data, namely by distributing as many as 180 questionnaires to the visitors of Banyuwangi syariah beach which is located at Karangrejo, in Banyuwangi District for two weeks. After getting the data then it was processed by using Warp-PLS 3.0. The researcher found the results that destination loyalty was influenced by Islamic attribute of destination which was partially mediated by tourist's satisfaction.

**Keywords: Islamic Attributes of Desination, Destination Loyalty, Tourist Satisfaction, Halal Tourism.**