



## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara citra halal, kualitas halal, nilai halal, kepuasan atribut halal dengan kepuasan keseluruhan dan loyalitas dalam wisata halal. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui pengumpulan kuisioner kepada 200 responden yang merupakan wisatawan destinasi halal Daerah Istimewa Yogyakarta. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Structur Equation Modelling* dengan software Lisrer 8.80. Responden harus memilih satu dari sepuluh kategori destinasi yang sudah disebutkan dalam kuisioner. Hasil yang diperoleh dari Enam variabel yang telah diuji didapatkan bahwa hanya variabel nilai halal dan kepuasan atribut halal yang berpengaruh pada kepuasan keseluruhan, dan hanya kepuasan keseluruhan yang berpengaruh kepada loyalitas yang memiliki nilai signifikan dan positif. Kebaruan dalam penelitian ini adalah peluang dan tantangan dalam pemasaran wisata halal melalui kesetiaan wisatawan.

**Kata Kunci:** *Loyalitas, Kepuasan Keseluruhan, Wisata Halal*



## ***ABSTRACT***

*This study aims to analyse the relationship among halal image, halal quality, halal value, halal attributes satisfaction toward overall satisfaction and loyalty in halal tourism issues. This type of research is quantitative research which used primary data (questionnaire) obtained through 200 respondents who have travelled halal destination in Daerah Istimewa Yogyakarta, the analysis in this study used the Structural Equation Modelling method with Lisrer 8.80 software. The respondents should choose one of ten halal destination's categories which has been specified on the questionnaire. In this study, we examine the determinants of tourist overall satisfaction and loyalty. The findings confirm that halal value and halal attribute satisfaction contribute to generating tourist on overall satisfaction. The results also show that only overall satisfaction has significant and positive effect directly enhance tourist loyalty. This study offers the novelty on the explanation of the opportunities and challenges in developing and marketing halal tourism through tourist loyalty.*

*Keywords: Loyalty, Overall Satisfaction, Halal Tourism*