

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis apakah variabel getok tular daring, citra destinasi, dan sikap wisatawan terhadap destinasi berpengaruh pada niat berkunjung kembali wisatawan ke Sumatera Barat sebagai destinasi wisata halal. Objek penelitian ini adalah berbagai ulasan yang ada di media daring mengenai Sumatera Barat sebagai destinasi wisata halal. Responden dari penelitian ini adalah wisatawan yang pernah melakukan kunjungan ke Sumatera Barat pada rentang waktu 2017-2020, berasal dari luar Sumatera Barat dan tidak sedang menetap di Sumatera Barat selama lebih dari satu tahun, dan berkunjung dengan tujuan berlibur.

Pengumpulan data menggunakan metode *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* dan jumlah responden sebanyak 149. Metode analisis data yang digunakan adalah uji regresi sederhana dan uji regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra destinasi, dan sikap wisatawan terhadap destinasi memiliki pengaruh positif dan signifikan pada niat berkunjung kembali. Sedangkan, getok tular daring memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan pada niat berkunjung kembali.

Kata kunci: getok tular daring, citra destinasi, sikap wisatawan terhadap destinasi, niat berkunjung kembali, pemasaran pariwisata, wisata halal.

## ***ABSTRACT***

*This research aims to test and analyze variables whether electronic word of mouth, destination images, and tourist attitudes toward destinations affects revisit intention to West Sumatra as a halal tourism destination. The object of this research is various reviews in online media about West Sumatra as a halal tourist destination. Respondents from this study were tourists who had visited West Sumatra within the range 2017-2020, came from outside West Sumatra and were not residing in West Sumatra for more than one year, and visited with the purpose of vacationing.*

*Data is collected using a non-probability sampling method with purposive sampling and the number of individuals as a respondent is 149. Simple regression test and multiple linear regression test is used as the data analysis method. Results from this study show that variables of destination images and tourists attitudes toward destinations positive and significant influence on revisit intention. Meanwhile, electronic word of mouth have a positive but not significant effect on revisit intention.*

*Keywords: electronic word of mouth, destination images, tourists attitude toward destination, revisit intention, tourism marketing, halal tourism.*