



ICIE 2022
INTERNATIONAL CONFERENCE OF ISLAMIC ECONOMICS

CERTIFICATE

OF APPRECIATION

This Certificate is proudly Presented to:

Aidil Novia

as Presenter

in International Conference on Islamic Economics
Faculty of Islamic Economics and Business

Held on 22nd February 2022

in Universitas Islam Negeri Mataram, Indonesia

Mataram, 27nd February 2022



Dr. Baiq El Badriati, M.E.I

Chairman of ICIE 2022

PENGARUH MUSLIM FRIENDLY DESTINATION, NILAI LINGKUNGAN SOSIAL BUDAYA, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KOTA BUKITTINGGI¹

¹Aidil Novia ²Arif Septianda ³Selvi septiana ⁴Farhana Arini Fauziah ⁵Jihan fauziah ⁶Renaldi
Firnando ⁷Azmi Hakim ⁸Gufron Ibnu malkhan ⁹Resti Fauzi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Imam Bonjol Padang

E-mail : aidilnovia@uinib.ac.id, arifseptianda.as@gmail.com, selviseptiana76@gmail.com,
farhanaarinfauziah15@gmail.com, jihanfauziah252018@gmail.com, renaldifir20@gmail.com,
azmih619@gmail.com, ghfroibnumalkhan@gmail.com, restifauzi2506@gmail.com

ABSTRAK

Paper ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *muslim friendly destination*, nilai lingkungan sosial budaya, dan religiusitas terhadap kepuasan wisatawan di Kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi sebagai salah satu tujuan wisata halal di Sumatera Barat bahkan di Indonesia memiliki objek wisata andalan mulai dari wisata budaya, sejarah bahkan kuliner. Untuk menggali bagaimana kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kota ini dilihat dari tiga variabel yaitu *muslim friendly destination*, nilai lingkungan sosial budaya, dan religiusitas. Paper ini mempergunakan pendekatan kuantitatif dengan uji SEM sebagai alat analisisnya. Data diambil dari 100 orang responden yang berkunjung ke kota Bukittinggi dengan teknik *non-probability sampling*. Paper ini menunjukkan bahwa variabel *muslim friendly destination* dan variabel nilai lingkungan sosial budaya secara positif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, sementara variabel religiusitas secara positif berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kota Bukittinggi.

Kata Kunci : Muslim Friendly Destination, Sosial Budaya, Kepuasan Wisatawan

1. PENDAHULUAN

Berjamurnya destinasi wisata yang mengusung tema halal atau syariah tidak selamanya langsung menghasilkan kepuasan kepada para wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut.

¹ Paper hasil penelitian ini dipresentasikan pada forum International Conference on Islamic Economics (ICIE), Universitas Islam Negeri Mataram, 22 Februari 2022.

Munculnya wisata halal yang dianggap sebagai muslim friendly destination di kalangan wisatawan ternyata tidak hanya memunculkan kepuasan tetapi juga memunculkan ketidakpuasan. Kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti: fasilitas, eksibilitas dan daya tarik wisata (Handayani et al., 2019). Berdasarkan data statistik Kemenparekraf mengenai kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada bulan Oktober 2021 sebesar 678.530 kunjungan. Jumlah ini mengalami pertumbuhan sebesar 364,31% dibandingkan bulan Oktober 2021 yang berjumlah sebanyak 146.137 kunjungan (Sucipto et al., 2019). Peningkatan jumlah kunjungan tersebut tidak luput dari upaya Indonesia dalam meningkatkan performa 10 destinasi wisata ramah muslim unggulan yang telah berprestasi sebagai destinasi wisata ramah muslim terbaik dunia standar Global Muslim Travel Index (GMTI) di tahun 2019. Perkembangan sektor pariwisata sejak tahun 2015 s.d 2018 dilaporkan mencapai 67% ditandai dengan pertumbuhan wisatawan asing sejak tahun 2014 sebanyak 9,7 juta hingga tahun 2018 menjadi 16.5 juta (Riyanto Sofyan, 2020). Sedangkan faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan wisatawan meliputi: tidak sesuainya harapan dengan kenyataan yang dialami, layanan yang tidak memuaskan, perilaku personil kurang menyenangkan, suasana lingkungan tidak menunjang dan cost terlalu tinggi (Handayani et al., 2019). Agar tidak terjadinya ketidakpuasan wisatawan maka harus mempertahankan kepuasan para wisatawan dengan cara mengembangkan berbagai aspek-aspek utama yang dibutuhkan seperti: ketersediaan makanan halal, layanan dan fasilitas yang ramah muslim, serta adanya pembatasan kegiatan yang tidak sesuai dengan syari'ah. Hal tersebut terbukti pada tahun 2020 wisata halal menjadi pariwisata yang telah berkontribusi dengan menyumbangkan 35% atau \$300 juta ke sektor ekonomi global (Ummah & Hipni, 2021).

Menurut Kotler dan Rangkuti (2003:23) kepuasan wisatawan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkannya (Dikdik Supriyadi, 2020). Kepuasan wisatawan terhadap wisata halal dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor pendorong merupakan faktor-faktor yang berkaitan dengan keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan yang berasal dari dirinya sendiri, serta faktor penarik merupakan faktor eksternal yang memotivasi wisatawan untuk pergi berwisata.(Azhar Melati Putri & Nurhidayati, 2018)

Tulisan ini didasarkan pada argumen bahwa muslim friendly destination yang telah berlaku di kota Bukittinggi bukan hanya sekedar menyediakan sarana dan prasarana halal yang

memadai tetapi juga menjadi kenyamanan tersendiri bagi wisatawan muslim bahkan non muslim yang berkunjung. Faktanya pada tahun 2019 Sumatera Barat sukses masuk dalam 5 besar destinasi wisata halal dengan mendapatkan skor 59 di Indonesia Muslim Travel Index. Prestasi tersebut dapat memberi dampak langsung bagi industri pariwisata Sumatera Barat yaitu meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara ke berbagai daerah wisata di Sumatera Barat (Azizah, 2022).

Tujuan tulisan ini untuk mengetahui pengaruh muslim friendly destination, nilai lingkungan sosial budaya, dan religiusitas terhadap kepuasan wisatawan di Kota Bukittinggi. Hal tersebut bertujuan untuk mempertinggi pertumbuhan ekonomi, mempertinggi kesejahteraan masyarakat, mengurangi kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam lingkungan, dan memajukan kebudayaan. Dalam penelitian ini mengambil Kota Bukittinggi sebagai objek penelitian dikarenakan beberapa alasan yakni, Kota Bukittinggi merupakan salah satu kota wisata di Indonesia khususnya Sumatera Barat. Selain sebagai kota wisata, Kota Bukittinggi juga masih melestarikan nilai-nilai budaya lokal. Sumatera Barat merupakan mayoritas penduduk umat muslim, maka tidak heran jika Kota Bukittinggi juga memiliki destinasi wisata yang ramah muslim. Sumatera Barat sukses masuk dalam 5 besar destinasi wisata halal di Indonesia Muslim Travel Index, hal ini juga tidak luput dari peran Kota Bukittinggi sebagai kota wisata.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan merupakan suatu hal yang berkaitan dengan pengalaman wisata yang dirasakan disaat menjalani perjalanan wisata. Menurut literatur sebelumnya mengatakan kepuasan wisatawan adalah pengalaman yang dirasakan wisatawan dalam melaksanakan wisatanya dan setelah melakukan wisatanya (Malinda, 2020). Menurut Philip Kotler (2006:70) sebagaimana dikutip oleh Munir menyatakan kepuasan wisatawan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karna terjadinya perbandingan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi atau hasil yang wisatawan inginkan (Munir, 2016). Dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan merupakan perasaan seseorang yang timbul terhadap ekspektasi atau hasil yang mereka inginkan dalam melakukan wisatanya.

Literatur sebelumnya mendefinisikan indikator-indikator kepuasan wisatawan yang meliputi: (1) kesesuaian harapan (2) minat berkunjung kembali (3) ketersediaan merekomendasikan (Sudiarta et al., 2022). Menurut Hawkins dan Lonney yang dikutip dalam Tjiptono pengertian dari uraian di atas sebagai berikut : kesesuaian harapan adalah tingkatan kesesuaian kinerja produk antara yang diharapkan dengan yang dirasakan konsumen, minat berkunjung kembali adalah ketersediaan pengunjung dalam melakukan kegiatan berkunjung kembali ke suatu tempat, dan ketersediaan merekomendasikan adalah ketersediaan pengunjung untuk merekomendasikan wisata yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga (Suparyanto dan Rosad (2015, 2020).

Menurut Heath and Wall (2012:221) sebagaimana dikutip oleh Malinda menyatakan kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu daya tarik wisata, fasilitas wisata, kegiatan wisata, dan kualitas pelayanan (Malinda, 2020). Menurut literatur sebelumnya berpendapat tentang pengertian uraian di atas sebagai berikut: daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang bernilai untuk dilihat serta menarik untuk dikunjungi (Syarifuddin, 2018), fasilitas wisata merupakan sarana dan prasarana yang terdapat di sebuah wisata dari pengelola wisata untuk digunakan oleh wisatawan (Charli & Putri, 2021), kegiatan wisata merupakan apa yang dilakukan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi, kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang ditawarkan dari pihak kepada pihak lain yang berbentuk berwujud maupun tidak berwujud yang menentukan kenyamanan pengunjung (Ananditya & Hidayat, 2017). Adapun yang menjadi faktor-faktor kepuasan wisatawan dalam penelitian ini yaitu, muslim friendly destination, nilai lingkungan sosial budaya, dan religiusitas.

Muslim Friendly Destination

Muslim friendly destination ialah destinasi yang ramah untuk menyambut wisatawan muslim dengan menghadirkan lingkungan dan fasilitas yang akan disukai oleh wisatawan muslim, seperti dalam memilih makanan atau minuman dengan segala aspek kehalalan. Menurut salah satu pendapat mengatakan bahwa muslim friendly destination adalah bentuk pariwisata yang melayani muslim dengan mengutamakan fasilitas dan kegiatan yang sesuai islam sebagai prinsip untuk gaya hidup wisatawan selama bepergian (Hasanah & Harun, 2018).

Oleh karena itu, dalam muslim friendly destination terdapat beberapa indikator sebagaimana yang dikutip dari jurnal terdahulu meliputi : (1) kebutuhan akan makanan halal

(2) fasilitas ibadah sholat (3) ketersediaan air di kamar kecil (4) tidak ada aktivitas non-halal (5) layanan sarana transportasi (6) tersedianya penginapan syariah (Wahidati & Sarinastiti, 2018). Indikator pertama yaitu, kebutuhan akan makanan halal adalah yang sesuai dengan syariat Islam dan makanan yang dikonsumsi tidak haram. Makanan haram antara lain yaitu, berasal dari babi, terbuat dari hewan karnivora/ pemakan bangkai, hewan yang disembelih tidak dengan nama Allah, dan mengandung alkohol. Kedua yaitu, fasilitas ibadah shalat merupakan tempat untuk mengerjakan shalat lengkap dengan kebutuhan ibadah shalat seperti tempat berwudhu, pakaian shalat yang telah tersedia, sajadah, dan adzan. Ketiga yaitu, ketersediaan air di kamar kecil adalah tersedianya air bersih di wc umum ketika hendak berpergian. Keempat yaitu, tidak ada aktivitas non-halal adalah kegiatan yang tidak mengandung unsur kemaksiatan. Kelima yaitu, layanan transportasi adalah akses layanan angkutan umum ketika hendak melakukan perjalanan. Keenam yaitu, tersedianya penginapan syariah adalah penyediaan fasilitas akomodasi seperti kamar-kamar, pelayanan makanan dan minuman, tersedia air yang cukup untuk menyucikan diri, dan fasilitas lainnya untuk menginap yang telah bersertifikasi halal.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa muslim friendly destination berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Ini berarti dengan adanya destinasi yang ramah serta fasilitas yang disukai wisatawan dapat menimbulkan kepuasan wisatawan terhadap pengalaman yang mereka dapatkan di wisata tersebut.

H1 : Muslim Friendly Destination berpengaruh positif dalam memenuhi kepuasan wisatawan

Nilai Lingkungan Sosial dan Budaya

Pada literatur sebelumnya menyatakan bahwa nilai lingkungan budaya merupakan suatu keyakinan terhadap lingkungan yang membahas nilai yang melekat pada individu dimasyarakat (Gumelar, 2017). Sedangkan nilai lingkungan sosial merupakan bentuk gagasan yang dimiliki seseorang atau kelompok tentang apa yang dikehendaki dan apa yang layak untuk diterapkan di lingkungan tersebut (Held et al., 1989). Lingkungan budaya ini merupakan keadaan sistem budaya yang dianut dalam masyarakat, adat istiadat yang berlaku, dan cara hidup manusia dalam masyarakat. Sedangkan lingkungan sosial merupakan kekuatan dalam masyarakat dengan sistem norma yang berlaku pada individu atau kelompok orang yang mempengaruhi gaya perilaku dengan interaksinya.

Studi-studi terdahulu mendeskripsikan bahwa indikator nilai lingkungan budaya meliputi: (1) nilai budaya keamanan (2) nilai budaya ketertiban (3) nilai budaya kebersihan (4) nilai budaya kesejukan (5) nilai budaya keindahan (6) nilai budaya ramah tamah. Sedangkan untuk nilai sosial meliputi: (1) nilai gotong royong (2) nilai toleransi (3) nilai kebersamaan (Fernando, 2016). Indikator nilai lingkungan budaya pertama yaitu, keamanan merupakan tidak ada bentuk kejahatan, kekerasan, maupun ancaman. Kedua yaitu, ketertiban dalam memasuki kawasan yang teratur. Ketiga yaitu, kebersihan yang bebas dari kotoran seperti bebas dari sampah, limbah, dan pencemaran. Keempat yaitu, kesejukan yakni suasana lingkungan yang asri, segar, dan rapi dengan keadaan yang sejuk. Kelima yaitu, keindahan yakni keadaan lingkungan alam yang baik dan rapi akan menciptakan suasana yang indah. Keenam yaitu, keramah-tamahan masyarakat seperti sikap sopan santun, memberi hormat, dan bentuk interaksi lainnya. Sedangkan untuk indikator nilai lingkungan sosial yang pertama nilai gotong royong yaitu bentuk bekerja sama atau saling tolong menolong. Kedua toleransi yaitu sikap menghormati dan menghargai perbedaan yang ada antar sesama manusia tanpa memandang suku, ras, agama, dan antar golongan. Ketiga kebersamaan yaitu bentuk rasa kekeluargaan.

Oleh karena itu, studi ini mengasumsikan bahwa nilai lingkungan sosial budaya dapat memberikan ketahanan budaya, integrasi sosial, keamanan, keselamatan, kepuasan penduduk lokal, dan menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung kembali. Jadi, dapat disimpulkan nilai lingkungan sosial budaya secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

H2 : Nilai lingkungan sosial budaya berpengaruh positif terhadap kepuasan wisata

Religiusitas

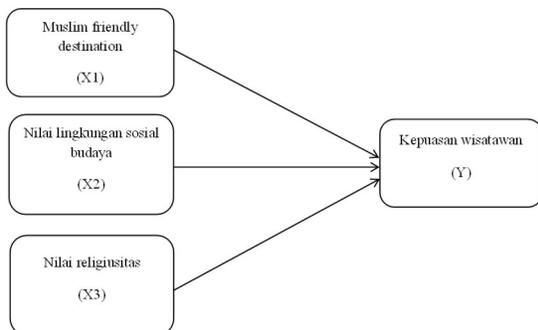
Religiusitas merupakan kemampuan beragama atau berkeyakinan kepada tuhan atau percaya adanya kekuatan di luar dirinya yang mengatur hidup dan kehidupan alam semesta (Fernandes, 2014). Tingkat religiusitas seseorang dapat ditentukan oleh tinggi atau rendahnya masing-masing aspek religiusitas terhadap individu yang bersangkutan tentang hubungan batin antara manusia dengan tuhan di dalam kehidupan sehari-hari seperti menjalankan ibadah, melaksanakan zakat, berpuasa, membaca alquran serta mengkonsumsi makanan yang halal, dan lain sebagainya.

Pada penelitian sebelumnya menyatakan religiusitas dipengaruhi oleh beberapa indikator yang meliputi : (1) ideologis (2) ritualistic (3) eksperiensial (4) intelektual dan (5) konsekuensial. Dengan demikian melalui religiusitas terhadap kepuasan wisatawan itu dapat diketahui oleh indikator-indikator di atas. Ideologis merupakan mengukur sejauh mana seseorang menerima hal-hal bersifat dogmatis dalam agamanya. Ritualistic merupakan mengukur sejauh mana seseorang melakukan kewajibannya. Eksperiensial merupakan sejauh mana tingkat muslim merasakan pengalaman religius. Intelektual merupakan sejauh mana seseorang paham tentang agamanya. Konsekuensial merupakan sejauh mana seseorang komitmen dengan ajarannya (Ag et al., n.d.).

Dalam penelitian sebelumnya menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Fadli Setiawan & A. Malik, 2022). Dengan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa religiusitas akan menimbulkan kepuasan wisatawan dalam menggunakan fasilitas keagamaan yang telah disediakan dan mengingat tuhan dalam setiap perjalanan.

H3 : Religiusitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan

Berdasarkan kajian teori diatas maka dapat ditarik kerangka pemikiran seperti gambar dibawah ini.



3. METODOLOGI PENELITIAN

Tipe dan cakupan penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif untuk menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan. Menurut Sugiyono yang dikutip dari Imron, penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode

penelitian deskriptif untuk menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik, sedangkan penelitian deskriptif adalah dengan cara menggambarkan objek penelitian pada saat keadaan sekarang berdasarkan fakta-fakta sebagaimana adanya, kemudian di analisis dan di interpretasikan (Imron, 2019). Dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara kuantitatif bagaimana pengaruh kepuasan wisatawan dilihat dari Muslim Friendly Destination dan Nilai Lingkungan Sosial dan Budaya.

Responden dalam studi

Data yang diperoleh dari pemetaan kuisisioner dikonfirmasi kepada sekelompok wisatawan sebagai responden dalam penelitian. Responden dibatasi dari umur tujuh belas tahun sampai enam puluh tahunan yang telah berwisata di Kota Bukittinggi lebih tepatnya Jam Gadang. Jumlah populasi wisatawan yang berkunjung ke Kota Bukittinggi tidak diketahui pasti berapa jumlahnya maka teknik penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Lemeshow* yaitu sejumlah 100 sampel wisatawan. Cara mengambil data pada sampel penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

Instrumen dalam penelitian

Dalam penelitian ini instrument yang digunakan adalah angket kuisisioner sebagai landasan perumusan pertanyaan. Penelitian ini skala pengukuran dibuat dengan menggunakan skala likert. Kuisisioner tersebut mengemukakan 4 variabel yaitu: Muslim Friendly Destination, Lingkungan soaial budaya, Religiusitas, dan Kepuasan wisatawan. Adapun variabel dan indikator dapat dilihat dalam table berikut:

No	Variabel	Indikator
1	Kepuasan wisatawan	1) Kesesuaian harapan 2) Minat menggunakan kembali 3) Ketersediaan merekomendasikan.
2	Muslim friendly Destination	1) Kebutuhan akan makanan halal 2) Fasilitas ibadah sholat 3) Ketersediaan air kamar kecil 4) Tidak ada aktivitas non-halal 5) Layanan sarana transportasi 6) Tersedianya penginapan syariah
3	Nilai Lingkungan Sosial Budaya	1) Nilai budaya keamanan 2) Nilai budaya ketertiban 3) Nilai budaya kebersihan 4) Nilai budaya kesejukan 5) Nilai budaya keindahan 6) Nilai budaya ramah tamah 7) Nilai sosial gotong royong 8) Nilai sosial toleransi 9) Nilai sosial kebersamaan
4	Nilai religiusitas	1) Ideologis 2) Ritualistic 3) Eksperiensial 4) Intelektual 5) Konsekuensial

Prosedur penelitian

Penelitian berlangsung selama dua minggu pada awal Bulan November 2021 di Kota Bukittinggi. Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung yang ada disekitaran Jam Gadang berdasarkan pada kesadaran dan kesediaan wisatawan untuk mengisi angket kuisisioner. Adapun angket kuisisioner dibagikan kepada para wisatawan secara *purposive sampling* dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu, setelah menemukan responden langsung diberikan kuisisioner kepada wisatawan dan di isi langsung dihadapan peneliti.

Analisa data

Model penelitian ini akan dianalisa dengan menggunakan *Structural Equation Model (SEM)*. Pengelolaan SEM berguna untuk menguji validitas dan reliabilitas data. Pada uji validitas, jika hasilnya tidak valid maka butir-butir yang tidak valid akan dibuang. Selanjutnya untuk uji reliabilitas, jika hasilnya tidak reliabel maka butir-butir yang tidak reliabel akan dibuang. Jika kedua langkah tersebut sesuai maka dapat dilanjutkan menggunakan analisis data *Partial Least Square (PLS)*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Pada tabel 1. tampak bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari 43 (43%) orang laki-laki dan 57 (57%) orang wanita. Sementara itu dari segi umur, terdapat 55 (55%) responden berusia 17-29 tahun, 17 (17%) responden berusia 30-39 tahun, 10 (10%) responden berusia 40-49 tahun, 14 (14%) responden berusia 50-59 tahun, dan 4 (4%) responden berusia 60 tahunan. Dari segi jenis pekerjaan responden, mayoritas responden (41%) merupakan pelajar/mahasiswa, selebihnya adalah BUMN, PNS, wiraswasta/wirausaha, TNI/polri, ibu rumah tangga, dan lainnya.

Pada tabel 2. memperkirakan model pengukuran, termasuk analisis luar memuat *Average Variance Extractive (AVE)* dan *Composite Reliability (CR)*, yang umumnya ditampilkan hasil yang memuaskan. Dalam mengungkapkan nilai validitas konvergen penelitian ini menemukan bahwa persyaratan yang ditentukan telah terpenuhi karena nilai $AVE > 0,5$ dan faktor loading $> 0,6$. Validitas Konvergen digunakan untuk membuktikan bahwa pernyataan-pernyataan pada setiap variabel laten pada penelitian ini dapat dipahami oleh responden dengan cara yang sama seperti yang dimaksud oleh peneliti. Dalam temuan ini menunjukkan bahwa variabel laten dan indikator yang dipilih oleh penelitian ini sudah sesuai.

Pada tabel 3. menggambarkan validitas diskriminan yang digunakan untuk membuktikan bahwa pernyataan-pernyataan pada setiap variabel laten tidak dikacaukan oleh responden yang menjawab kuesioner berdasarkan pernyataan-pernyataan pada variabel laten lainnya, khususnya dalam hal makna pernyataan-pernyataan. Dengan menggunakan kriteria Fornel Larckel, penelitian ini menemukan bahwa nilai kuadrat AVE lebih tinggi dari korelasi antar konstruk, menunjukkan bahwa hasil evaluasi validitas diskriminan baik, sementara itu Alpha (α) dan CR semua *cronbach* di penelitian ini mayoritas melebihi 0.6 artinya instrument yang digunakan realibel.

Pada tabel 4. merupakan estimasi struktural dari penelitian ini yang mengungkapkan karakteristik hubungan antar variabel dan hasil analisis hipotesis. Koefisien jalur bertanda positif, namun hasil pengujian hipotesis menghasilkan kesimpulan berbeda melalui kriteria $p < 0.05$, penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel X1 secara positif berpengaruh signifikan terhadap variabel Y artinya apabila kapasitas dari variabel X1 meningkat maka otomatis variabel Y meningkat, untuk variabel X2 secara positif berpengaruh signifikan terhadap

variabel Y artinya apabila kapasitas dari variabel X2 meningkat maka otomatis variabel Y meningkat, dan untuk variabel X3 secara positif berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel Y artinya apabila kapasitas dari variabel X3 itu meningkat maka otomatis Y menurun.

Tabel 1. Demographic of Respondents

Variabel	Deskripsi	Frekuensi	(%)
Jenis			
kelamin	Laki-laki	47	47
	Wanita	53	53
Umur	17-29 tahun	55	55
	30-39 tahun	17	17
	40-49 tahun	10	10
	50-59 tahun	14	14
	60 tahunan	4	4
Pekerjaan	BUMN	1	1
	PNS	7	7
	Wiraswasta/wirusaha	22	22
	Pelajar/mahasiswa	41	41
	TNI/Polri	4	4
	Ibu rumah tangga	18	18
	Lainnya	7	7

Tabel 2. Measurement model indicators

Construct/indikator	Loading	α	CR	AVE
Muslim Friendly Destination (X1)		0.730	0.831	0.554
Kebutuhan akan makanan halal	0.825			
Fasilitas ibadah sholat	0.781			
Tidak ada aktivitas non-halal	0.614			
Tersedianya penginapan syariah	0.740			
Nilai Sosial Budaya (X2)		0.827	0.874	0.537
Nilai budaya keamanan	0.777			
Nilai budaya ketertiban	0.703			
Nilai budaya ramah tamah	0.804			
Nilai sosial gotong royong	0.644			
Nilai sosial toleransi	0.699			
Nilai sosial kebersamaan	0.759			
Religiuitas (X3)		0.869	0.898	0.559
Ideologis	0.719			
Rituistik	0.858			
	0.742			
Eksperiensial	0.799			
	0.736			
Intelektual	0.614			
Konsekuensial	0.742			
Kepuasan Wisatawan (Y)		0.835	0.901	0.752
Kesesuaian harapan	0.852			
Minat menggunakan kembali	0.904			
Ketersediaan merekomendasikan	0.844			

Tabel 3. Discriminant Validity

Variable	X1	X2	X3	Y
Muslim Friendly Destination (X1)	0.744			
Nilai Lingkungan Sosial Budaya (X2)	0.501	0.733		
Religiuitas (X3)	0.525	0.640	0.748	
Kepuasan Wisatawan (Y)	0.520	0.539	0.479	0.867

Tabel 4. Results of Structural Estimates

Variable	Original Sample	Sample Mean	Standar Deviation	T Statistics	P Values	Result
X1 → Y	0.300	0.311	0.118	2.531	0.012	Accepted
X2 → Y	0.310	0.328	0.113	2.754	0.006	Accepted
X3 → Y	0.124	0.109	0.130	0.948	0.343	Accepted

PEMBAHASAN

Temuan empiris dari penelitian ini adalah menguji pengaruh muslim friendly destination, nilai lingkungan sosial budaya, dan religiusitas terhadap kepuasan wisatawan di kota Bukittinggi. Hal tersebut bertujuan agar dapat menciptakan destinasi wisata yang ramah bagi wisatawan, selain itu juga dapat menumbuhkan perekonomian, mengurangi pengangguran, dapat melestarikan alam lingkungan, memajukan budaya, serta pengunjung yang berpergian wisata dapat menanamkan nilai religiusitas dalam dirinya.

Berdasarkan studi empiris, tampak bahwa muslim friendly destination berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Artinya indikator yang ada yaitu, kebutuhan akan makanan halal, fasilitas ibadah sholat, tidak ada aktivitas non-halal, dan tersedianya penginapan syariah menentukan kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke Bukittinggi. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa muslim friendly destination secara positif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Sumenep (Rozi & Camelia, 2022). Hal ini dapat diartikan bahwa muslim friendly destination yang dirasakan oleh pengunjung menjadi prioritas penting ketika hendak berwisata. Artinya semakin meningkat muslim friendly destination maka semakin meningkat kepuasan wisatawan.

Berdasarkan studi empiris, tampak bahwa nilai lingkungan sosial budaya berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Artinya indikator yang ada yaitu, nilai budaya keamanan, nilai budaya ketertiban, nilai budaya ramah-tamah, nilai sosial gotong royong, nilai sosial toleransi, dan nilai sosial kebersamaan menentukan kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke Kota Bukittinggi. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa nilai lingkungan sosial budaya secara positif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Gandrung Terakota Banyuwangi (Suci et al., 2021). Hal ini dapat diartikan bahwa nilai lingkungan sosial budaya menjadi prioritas penting bagi kepuasan wisatawan, jika semakin meningkat nilai lingkungan sosial budaya maka semakin meningkat kepuasan wisatawan.

Berdasarkan studi empiris, tampak bahwa religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Artinya indikator yang ada yaitu, ideologis, ritualistic,

eksperiensial, intelektual, dan konsekuensial tidak terlalu menentukan kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke Bukittinggi. Temuan ini membantah hasil penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa religiusitas secara positif signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung pada wisata halal Sumatera Barat (Fadli Setiawan & A. Malik, 2022). Hal ini dapat diartikan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tidak mementingkan religiusitas yang diyakininya. Artinya, hal ini menunjukkan religiusitas mempunyai probabilitas yang sama dalam kepuasan wisatawan.

5. KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Muslim Friendly Destination, Nilai Lingkungan Sosial Budaya, dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di Bukittinggi. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

- A. Muslim Friendly Destination secara positif berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di Bukittinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai p values yang didapatkan untuk mencari pengaruh Muslim Friendly Destination terhadap Kepuasan Wisatawan sebesar $0.012 < 0.05$. Berarti bahwa pengunjung yang hendak berwisata memperhatikan destinasi wisata tersebut sudah ramah muslim.
- B. Nilai Lingkungan Sosial Budaya secara positif berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di Bukittinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai p values yang didapatkan untuk mencari pengaruh Nilai Lingkungan Sosial Budaya terhadap Kepuasan Wisatawan sebesar $0.006 < 0.05$. Berarti bahwa pengunjung yang hendak berwisata memperhatikan aspek sosial dan budaya sehingga wisata tersebut dapat diminati oleh pengunjung.
- C. Religiusitas secara positif berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di Bukittinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai p values yang didapatkan untuk mencari pengaruh Religiusitas terhadap Kepuasan Wisatawan sebesar $0.343 > 0.05$. Berarti bahwa pengunjung yang hendak berwisata tidak terlalu memperhatikan religiusitas ketika hendak berwisata.

IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

- A. Secara teoritis : Muslim Friendly Destination, Nilai Lingkungan Sosial Budaya, dan Religiusitas dapat memberikan kepuasan wisatawan di objek wisata Jam Gadang Kota Bukittinggi.
- B. Secara praktis : hasil penelitian ini nantinya dapat digunakan untuk meningkatkan pelayanan, fasilitas, serta memajukan budaya yang ada di objek wisata Kota Bukittinggi. Pada lingkungan budaya agar lebih bisa memperhatikan kebutuhan pengunjung agar kebersihan, kesejukan, dan keindahan dapat terjaga. Saran untuk kebijakan pemerintah agar membuat kegiatan-kegiatan secara rutin untuk meningkatkan jumlah wisatawan. Melengkapi sarana dan prasarana objek wisata, dan berperan aktif pemberdayaan dan pengembangan sektor wisata.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan dan di usahakan sesuai dengan prosedur penelitian, namun masih memiliki keterbatasan yaitu :

- A. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skop cakupan atau daerah penelitian di sekitar Jam Gadang di Kota Bukittinggi. Padahal masih banyak objek wisata di Kota Bukittinggi yang memiliki potensial banyak pengunjungnya. Selain Kota Bukittinggi masih banyak juga daerah wisata lain di daerah lain yang berada di Sumatera Barat seperti Kota Padang, Kabupaten Tanah Datar, Kabupaten Pesisir Selatan, Kota Payakumbuh, dan lain-lain.
- B. Variabel dalam penelitian ini yang mempengaruhi Kepuasan Wisatawan adalah Muslim Friendly Destination, Nilai Lingkungan Sosial Budaya, dan Religiusitas. Padahal masih ada variabel lain yang mampu mempengaruhi kepuasan wisatawan seperti, kepastian harga, promosi wisata, kualitas pelayanan objek wisata, daya tarik wisata, wisata kuliner, dan citra destinasi.
- C. Adanya keterbatasan penelitian dengan menyebarkan angket kuisisioner yaitu terkadang pengunjung merasa terganggu diminta untuk mengisi kuisisioner sehingga jawaban yang diberikan tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya. Untuk kedepannya menyebarkan angket kuisisioner ketika pengunjung sedang istirahat santai seperti sedang duduk-duduk di pelantaran objek wisata.

D. Bagi peneliti selanjutnya

1. Memperluas dan menambah jumlah populasi atau sampel
2. Menambah variabel penelitian
3. Memperbarui pernyataan-pernyataan dan indikator pada penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Ag, S., Si, M., Pradisti, L., Sumarsono, M. S. D., Si, M., Zulaikha, S., & Si, M. (n.d.). *DIMENSI RELIGIUSITAS DAN PENGARUHNYA TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOUR (Studi Pada Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto)*. 1–13.
- Ananditya, A., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 6(2), 98–106.
- Azhar Melati Putri, D., & Nurhidayati, H. (2018). Faktor Pendorong Dan Penarik Wisatawan Terhadap Jazz Gunung Bromo Sebagai Atraksi Music Tourism Di Jawa Timur. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 6(1), 26–38. <https://doi.org/10.35814/tourism.v6i1.761>
- Azizah, W. (2022). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN WISATA HALAL DI PROVINSI SUMATERA BARAT Oleh. 2005–2003, 8.5.2017, 7787.
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 9(2), 40–48. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i2.75>
- Dikdik Supriyadi, E. K. (2020). Studi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dilihat Dari Manajemen Pelayanan Pariwisata dan Kebijakan adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di Kabupaten Pangandaran. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 2(1), 100–116.
- Fadli Setiawan, & A. Malik, M. (2022). Pengaruh Religiusitas dan Perceived Value terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Halal di Sumatera Barat. *Jurnal Ekobistek*, 11(3), 245–250. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i3.369>
- Fernandes, H. P. (2014). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析*Title. 139.
- Fernando, H. (2016). *Sosial budaya dalam pariwisata . Tahun 2016*.
- Gumelar, G. (2017). Nilai Lingkungan dan Sikap Ramah Lingkungan Pada Warga Jakarta Di Pemukiman Kumuh. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 39. <https://doi.org/10.24014/jp.v12i1.3007>
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 123–133. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i2.3228>
- Hasanah, S., & Harun, A. N. (2018). *Significant Overview of Japan Tourism: Muslim Friendly Destination and Social Media*. 46(Ebic 2017), 447–450. <https://doi.org/10.2991/ebic-17.2018.70>

- Held, D., Thompson, J. B., & David, H. (1989). *Social Theory of Modern Societies: Anthony Giddens and His Critics*. Cambridge University Press. <https://books.google.co.id/books?id=GqYTbceTSt8C>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Malinda, J. (2020). Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Danau Siombak Di Kota Medan. *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*, 2(02).
- Munir, A. R. (2016). Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel in ... *Jurnal Pariwisata 2016*, 16(2), 1–9.
- Riyanto Sofyan, et. al. (2020). Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah. *Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah (KNEKS)*, 31.
- Rozi, F., & Camelia, A. (2022). Studi Kelayakan Destinasi Wisata Ramah Muslim untuk Meningkatkan Citra Wisata di Sumenep (Studi Kasus Pantai Lombang dan Pantai e-Kasoghi Kabupaten Sumenep). *Al-Manhaj: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 433–446. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i2.1736>
- Suci, C. W., Yustita, A. D., & Putra, A. P. (2021). Pengaruh Penerapan Konsep Pariwisata Berkelanjutan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Gandrung Terakota Banyuwangi. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 4(2), 43–50. <https://doi.org/10.32528/sw.v4i2.5928>
- Sucipto, A., Ntb, U., Ratulangi, S., Sulut, U., Riau, U., Nad, U., Yani, A., Jateng, U., Ii, B., Ntb, U., Ratulangi, S., Sulut, U., Yani, A., & Jateng, U. (2019). Tabel . 1 Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Pintu Masuk Utama Tabel . 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Menurut Pintu Masuk Dan Kebangsaan. *Kememparekraf, 2018(Irts 2008)*, 2018–2020. <https://api2.kememparekraf.go.id/storage/app/uploads/public/629/04b/8a9/62904b8a9cb2c621090904.pdf>
- Sudiarta, I. N., Astina, P. E. W., Gede, I. N., & Dewi, I. G. A. M. (2022). *KUALITAS LAYANAN DAN DESTINASI WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN UNTUK MENGUNJUNGI KEMBALI DESA WISATA I*. 4, 508–526.
- Suparyanto dan Rosad (2015). (2020). 濟無No Title No Title No Title. *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.
- Syarifuddin, D. (2018). Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 15(1), 19–32.
- Ummah, R., & Hipni, M. (2021). Implementasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Halal Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di Kabupaten Bangkalan Universitas Trunojoyo Madura Email : Pendahuluan Indonesia merupakan negara dengan beragam destinasi wisata yang terkenal hingga mancanegara. *Journal of Social Community*, 6(2), 33–48.
- Wahidati, L., & Sarinastiti, E. N. (2018). Perkembangan Wisata Halal di Jepang. *Jurnal Gama Societa*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.22146/jgs.34043>

