

**PENGARUH *HALAL TOURISM*, DAYA TARIK, POTENSI
DAN HARGA, TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
WISATAWAN PANTAI SIGANDU BATANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

ELINDA MUNAFISA
NIM. 4117114

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2022**

**PENGARUH *HALAL TOURISM*, DAYA TARIK, POTENSI
DAN HARGA, TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
WISATAWAN PANTAI SIGANDU BATANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

ELINDA MUNAFISA
NIM. 4117114

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Elinda Munafisa

Nim : 4117114

Judul Skripsi : **Pengaruh *Halal Tourism*, Daya Tarik, Potensi dan Harga, terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pantai Sigandu Batang**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 27 Juni 2022

Yang Menyatakan



Elinda Munafisa

NIM. 4117114

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Aris Safi'I, M.E.I.

Perum Pisma Garden Residence, Tirto, Pekalongan Barat

Lamp : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Elinda Munafisa

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Elinda Munafisa

Nim : 4117114

Judul Skripsi : **Pengaruh *Halal Tourism*, Daya Tarik, Potensi, Dan Harga, Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pantai Sigandu Batang**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 27 Juni 2022

Pembimbing



Muhammad Aris Safi'I, M.E.I.

NIP. 19851012201503100



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan KM.5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **Elinda Munafisa**

NIM : **4117114**

Judul Skripsi : **Pengaruh *Halal Tourism*, Daya Tarik, Potensi, Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pantai Sigandu Batang**

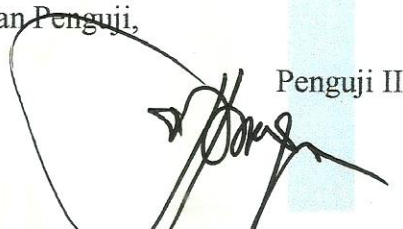
Telah diujikan pada hari Senin tanggal 26 September 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Penguji I


Agus Arwani, M.Ag
NIP. 197608072014121002

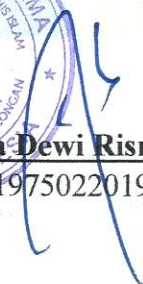
Dewan Penguji,

Penguji II


Wahid Wachyu Adi Winarto, M.Si
NIP. 198410312019081001

Pekalongan, 26 September 2022
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan pertolongan dalam menyelesaikan skripsi ini. Bersama ini saya mengucapkan terimakasih banyak kepada kedua orang tua ku tercinta, Bapak Sulisman dan Ibu Khoiriyah yang senantiasa berjuang dan berdo'a demi keberhasilan putri nya.

MOTTO

“Engkau beribadah kepada Allah seakan-akan engkau melihat-Nya,
sesungguhnya dia pasti melihatmu”

(Hadis Riwayat Muslim)

“Semakin sering kita sujud, maka semakin banyak impian yang akan terwujud”

ABSTRAK

ELINDA MUNAFISA, Pengaruh *Halal Tourism*, Daya Tarik, Potensi, dan Harga, terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pantai Sigandu Batang.

Pariwisata memiliki perkembangan dalam strukturnya. Saat ini perkembangan pariwisata yang sangat pesat dan menjadi trend dunia adalah pembangunan wisata halal. Wisata halal memberi pelayanan kepada wisatawan muslim yang ingin berwisata sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, sehingga wisatawan akan merasa lebih nyaman dan aman dalam menikmati perjalanan wisata. Suatu objek wisata dapat dikenali masyarakat luas karena memiliki daya tarik dan potensi tersendiri, yang pada akhirnya mampu memunculkan rasa minat berkunjung dari seorang wisatawan. Tujuan dari penelitian ini ialah: 1) menguji pengaruh *Halal Tourism* terhadap minat berkunjung; 2) menguji pengaruh Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung; 3) menguji pengaruh Potensi terhadap Minat Berkunjung; 4) menguji pengaruh Harga terhadap Minat Berkunjung.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah wisatawan yang pernah mengunjungi Pantai Sigandu Batang. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode kuesioner dengan menggunakan sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Random Sampling* dan untuk menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *halal tourism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Variabel daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Variabel potensi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Kemudian variabel *halal tourism*, daya tarik, potensi, dan harga secara simultan juga berpengaruh positif terhadap minat berkunjung. Hasil uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan nilai sebesar 0,240 atau 24%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebesar 24% minat berkunjung ditentukan oleh *halal tourism*, daya tarik, potensi, dan harga. Sedangkan sisanya 76,0% dijelaskan di variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

Kata kunci: *Halal Tourism*, Daya Tarik, Potensi, Harga, Minat Berkunjung

ABSTRACT

ELINDA MUNAFISA. The Influence of Halal Tourism, Attractiveness, Potential, and Price on The Interest of Visiting Sigandu Batang Beach Tourists

Tourism has a development in its structure. Currently the development of tourism is very rapid and a world trend is the development of halal tourism. Halal tourism provides services to Muslim tourists who want to travel in accordance with Islamic principles, so that tourists will feel more comfortable and safe in enjoying their travels. A tourist attraction can be recognized by the wider community because it has its own charm and potential, which in turn is able to generate a sense of interest in visiting a tourist. The aims of this study are: 1) to examine the effect of Halal Tourism on Visiting Interest; 2) examine the effect of Attractiveness on Visiting Interest; examine the effect of Potential on Visiting Interest; 4) examine the effect of Price on Visiting Interest.

This research is a causal associative research with a quantitative approach. In this study, the population in tourists who have visited Sigandu Batang beach. The data collection method in this study is a questionnaire method using a sample of 96 respondents. The sampling technique used was random sampling and to determine the sample in this study using the Lemeshow formula. This study uses data analysis methods validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression, and hypothesis testing with the help of SPSS 22.

The results showed that the halal tourism variable had a positive and significant effect on the interest of visiting tourists. The attractiveness variable has a positive and significant effect on the interest of visiting tourists. The potential variable has no significant effect on the interest of visiting tourists. The price variable has a positive and significant effect on the interest of visiting tourists. Then the variables of halal tourism, attractiveness, potential, and simultaneously also have a positive effect on visiting interest. The result of the coefficient of determination test (Adjusted R Square) shows a value of 0,240 or 24%. So it can be concluded that 24% of interest in visiting is determined by halal tourism, attractiveness, potential, and price. While the remaining 76,0% is explained in other variables that do not exist in this study.

Keywords: *Halal Tourism, Attractiveness, Potential, Price, visiting interest*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati S.H. M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. H. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan 1 bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak M. Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Ibu Happy Sista Devy, M.M. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Bapak Dr. Agus Fakhrina, M.S.I. selaku dosen Penasehat Akademik (DPA)

7. Bapak M. Aris Safi'i, M.E.I. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
8. Bapak Sulisman dan Ibu Khoiriyah selaku orang tua yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, serta curahan do'a yang tiada henti
9. Adik saya M. Ibnu Rahza yang telah memberikan bantuan dukungan moral
10. Lukman Nur Hakim, yakni laki-laki hebat yang selalu memberikan *support* dan *positive vibes* selama penyusunan skripsi ini
11. Sahabat dan teman yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 27 Juni 2022

Penulis,



Elinda Munafisa
Nim. 4117114

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Telaah Pustaka	24
C. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	32
C. Populasi dan Sampel	32
D. Variabel Penelitian	32
E. Sumber Data.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	36
G. Metode Analisis Data	37
1. Analisis Deskriptif.....	37
2. Uji Validitas	37
3. Uji Reliabilitas.....	38

4. Uji Asumsi Klasik	39
5. Analisis Regresi Linear Berganda	40
6. Uji Hipotesis.....	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Deskripsi Data Penelitian.....	44
B. Analisis Data	54
C. Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Keterbatasan Penelitian.....	74
C. Implikasi Teoritis dan Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	ain	ʿ	koma terbalik (di atas)
غ	gain	g	Ge

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ف	fa	f	Ef
ق	qaf	q	Qi
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em
ن	nun	n	En
و	wau	w	We
ه	ha	h	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	ya	y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/. Contoh:

مرآتجميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/. Contoh:

فاطمة ditulis *fāṭimah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

5. Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddad* tersebut. Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

6. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

7. Huruf hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/. Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Obyek Wisata di Kabupaten Batang Tahun 2020 ..	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2.2 Hipotesis Penelitian	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.2 Usia Responden	45
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	46
Tabel 4.4 Pendapatan Responden	47
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Halal Tourism</i> (X_1)	48
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik (X_2)	50
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Potensi (X_3)	51
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Harga (X_4)	52
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung (Y)	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Berganda	61
Tabel 4.16 Hasil Uji t	62
Tabel 4.17 Hasil Uji F	64
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 4.1 Grafik Normality Probability Plot	57
Gambar 4.1 Grafik Normality Probability Plot	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner <i>Google Form</i>	I
Lampiran 2	Data Mentah Hasil Skor Penelitian	IV
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	XXII
Lampiran 4	Hasil Uji Asumsi Klasik	XXIII
Lampiran 5	Hasil Uji Regresi Berganda	XXIV
Lampiran 6	Hasil Uji Hipotesis	XXV
Lampiran 7	Surat Izin Penelitian	XXVI
Lampiran 8	Surat Keterangan Objek Penelitian	XXVII
Lampiran 9	Surat Telah Melakukan Penelitian Izin Penelitian	XXVIII
Lampiran 10	Surat Keterangan <i>Similiarity Checking</i>	XXIX
Lampiran 11	Dokumentasi Penelitian	XXX
Lampiran 12	Daftar Riwayat Hidup Penulis	XX

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan bagian penting dalam suatu negara. Pengembangan dan pendayagunaan pariwisata secara optimal dapat meningkatkan perekonomian negara dan membawa dampak baik dari segi budaya, ekonomi, dan sosial. Sehingga mampu meningkatkan pelestarian, pengelolaan lingkungan, sumber daya alam, dan budaya. Pariwisata menjadi salah satu pilihan terbaik untuk melepaskan rasa penat setelah melakukan berbagai aktivitas serta dapat menghabiskan waktu dengan teman maupun keluarga (Lebu et al., 2019a).

Pemerintah sebagai pelaku wisata sadar akan potensi wisata yang dimiliki daerahnya dan berusaha untuk menemukan, mengembangkan dan membangun daya tarik wisata. Untuk langkah selanjutnya yakni dengan memperbaiki dan meningkatkan daya tarik serta potensi wisata di suatu obyek wisata (Suarto, 2017). Potensi alam yang dikembangkan untuk daya tarik wisata tentunya tidak terlepas dari campur tangan pihak pengelola sebagai penggagas terwujudnya destinasi wisata agar diminati banyak pengunjung. Dalam mewujudkan pembangunan destinasi wisata tersebut, dilakukan berbagai upaya. Pariwisata yang mengalami perkembangan sangat pesat dan menjadi trend dunia adalah wisata halal. Wisata halal memberi pelayanan kepada wisatawan muslim yang ingin berwisata sesuai

dengan prinsip-prinsip Islam, sehingga wisatawan merasa lebih nyaman dan aman dalam menikmati perjalanan wisata (Subarkah, 2018).

Kabupaten Batang merupakan salah satu wilayah yang strategis dan potensial untuk dikelola. Mengingat potensi obyek wisata yang dimiliki Kabupaten Batang sangat beragam meliputi mempunyai berbagai macam jenis objek pariwisata, baik dalam bentuk pantai, pegunungan, hutan, taman bermain, taman keluarga, dan lain lain. Obyek wisata yang ada di Batang salah satunya adalah Obyek Wisata Pantai Sigandu. Saat ini, obyek wisata tersebut menjadi salah satu pariwisata favorit di Kabupaten Batang. Pantai sigandu Batang berada di pulau jawa bagian utara, yang terletak di Desa Klidang Lor, Kec Batang, Kabupaten Batang, Jawa Tengah. Untuk operasional wisata pantai sigandu Batang buka pukul 08.00 - 18.00 WIB. Akan tetapi, tempat kafe dan restoran buka hingga malam hari. Harga tiket masuk cukup terjangkau yakni hanya Rp.5000/orang.

Pantai Sigandu Batang memiliki berbagai fasilitas pendukung wisata yang disediakan seperti, kafe-kafe, tempat beribadah, pemandian, tempat bermain keluarga, spot-spot foto yang instagramable, serta berbagai macam menu khas daerah setempat yang tradisonal ataupun modern. Di pantai sigandu Batang juga terdapat kolam pemancingan yang cocok untuk menghabiskan waktu bersama keluarga. Pihak pengelola pantai juga menambahkan wahana Batang Dolphin Center yang bekerja sama dengan Taman Safari Indonesia untuk menarik pengunjung dengan

aksi pertunjukan lumba-lumba, penangkaran hewan reptil, unta, dan kuda poni. Adanya taman safari Dolphins Center Batang ini karena ada pemilik modal (investor) dari Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor yang tertarik untuk membuka water park dan mini zoo di obyek wisata pantai sigandu batang (Sari & Susilowati, 2011). Disajikan data sebagai berikut:

Tabel 1.1
Tabel Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Menurut Tempat dan Bulan
di Kabupaten Batang, 2020

Bulan		Kolam renang (Bandar)	Taman hiburan (Kramat)	Pantai (Jodo)	Pantai (Ujung Negoro)	Pantai (Sigandu)	Resor (Pagilaran)
Januari		6314	8070	-	10020	21800	5400
Februari		2800	3042	2500	4042	9904	4000
Maret		1500	1872	1000	2478	7610	2000
April		-	-	-	-	-	-
Mei		-	-	-	-	-	-
Juni		-	-	-	-	-	-
Juli		160	460	1000	8290	41360	-
Agustus		816	486	3000	8970	53994	4800
September		4600	4056	1500	6270	39608	7800
Oktober		2200	2526	1000	5950	33327	5700
November		3500	3712	2000	9530	42712	4800
Desember		5226	3078	4750	5012	18633	15405
Jumlah	2020	27116	27302	16750	60562	268948	49905
	2019	68364	59303	20500	79994	210697	95337
	2018	60384	27391	20000	76271	258351	87100

Sumber : Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dikatakan bahwa setiap tahun jumlah wisatawan Pantai Sigandu terus mengalami peningkatan. Hal tersebut dikarenakan Pantai Sigandu mempunyai potensi dan daya tarik besar untuk menarik minat berkunjung wisatawan. Tidak hanya itu, banyaknya

pengunjung mampu memberi peluang bisnis bagi pelaku bisnis untuk membuka usaha yang menjanjikan di obyek wisata ini. Namun, pada bulan April, Mei, dan Juni tahun 2020 wisata Pantai Sigandu di tutup sementara karena pemerintah Batang tengah menerapkan sistem *Lockdown*, yang mana diterapkannya karantina bagi suatu wilayah sebagai antisipasi terjadi penyebaran Covid-19. Dan obyek wisata Pantai Sigandu dibuka kembali pada bulan Juli 2020. Dibukanya kembali Pantai Sigandu mampu meningkatkan jumlah wisatawan disetiap bulannya dan merupakan wilayah dengan jumlah wisatawan paling tinggi diantara pegunjung obyek wisata lain di wilayah Batang.

Menurut Dr. Bagus Pambudi (2022) bahwasanya Batang memiliki beberapa kawasan pantai yang berada ditengah-tengah kota, yang dengan ini sangat cocok untuk diterapkan kawasan *halal tourism*. Pantai Sigandu adalah salah satu kawasan *halal tourism* yang dimanfaatkan pemerintah untuk memperkenalkan destinasi wisata unggulan yang berbasis nilai halal. Manfaat penerapan *halal tourism* juga banyak dirasakan oleh semua wisatawan, baik muslim maupun non-muslim (Dr. Bagus, 2022). Menurut Bapak Edi (2022) yang bertugas di DISPARPORA bidang destinasi menyatakan bahwa untuk wisata di kabupaten batang sendiri rata-rata sudah diterapkan wisata halal. Dimulai dari wisata pantai sigandu sampai wisata ujung negoro, dan sudah memenuhi standar wisata halal (Edi, 2022).

Dalam tabel 1.1 dapat dilihat bahwasanya Pantai Sigandu sukses menyaingi obyek wisata Pantai Ujung Negro dan obyek wisata lain yang ada di Kab Batang. Maraknya wisata pantai sigandu tidak menutup kemungkinan bagi mereka untuk berkunjung ke obyek wisata lain seperti di Pantai Jodo, kolam renang bandar, taman hiburan (Kramat), pantai ujung negro, dan resor (pagilaran). Obyek wisata Pantai Sigandu paling banyak diminati wisatawan karena terdapat berbagai fasilitas pendukung yang disediakan, serta berbagai macam menu khas daerah. Namun, dalam penerapan *halal tourism*, Pantai Ujung Negro lebih banyak diminati pengunjung karena sudah diketahui konsep dan penerapannya. Letak Pantai Sigandu dengan Pantai Ujung Negro yang berdekatan tidak menutup kemungkinan bagi mereka untuk berwisata ke Pantai Ujung Negro, yang mana dalam penerapan wisata halal Pantai Ujung Negro lebih banyak diminati karena lebih menampilkan nilai-nilai religiusitas dalam kegiatan wisatanya.

Dalam Jurnal Riset Inovasi Dan Teknologi Kabupaten Batang (RISTEK) dijelaskan bahwa *halal tourism* sudah diterapkan di minggon jatinan, pantai ujung negro dan makam Syekh Maulana Maghribi Wonobodro oleh pemerintah kota Batang. Namun dalam penerapan *halal tourism* di pantai sigandu ini belum diketahui konsep dan penerapannya. (Aisah et al., n.d.). Menurut penelitian Dewi Kusuma Sari (2011) obyek wisata Pantai Sigandu berpotensi dan mampu menarik wisatawan untuk berkunjung, tinggal bagaimana pemerintah setempat mengelola tempat

wisata tersebut menjadi lebih baik lagi dan lebih memikirkan kondisi lingkungan jangka panjang agar terjaga kelestariannya (Sari & Susilowati, 2011).

Seseorang dapat dipengaruhi oleh salah satu faktor dalam melakukan kunjungan wisata yaitu *halal tourism*. Menurut Sofyan (2012), *Halal Tourism* lebih luas cakupannya daripada wisata religi, yakni wisata yang bergantung pada norma dan Syariat Islam, seperti yang disarankan *World Tourism Organization* (WTO), bahwa konsumen wisata halal adalah masyarakat yang beragama muslim dan non-muslim, karena sama-sama ingin menikmati keindahan lingkungan dan kearifan lokal (Fajar Peunoh Daly, 2018). Menurut penelitian Yudhi Martha Nugraha, wisata halal memiliki potensi, namun wisata halal dimaknai sebagai wisata religi (Nugraha, 2018). Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan Alwafi Ridho Subarkah (2018), dalam meningkatkan kunjungan wisatawan lokal maupun wisatawan asing wisata halal dianggap berhasil, khususnya wisatawan muslim (Subarkah, 2018).

Suatu daerah pasti memiliki daya tarik tersendiri dalam menarik kunjungan wisatawan, seperti benda-benda yang ada di alam berupa kesejukan tempat, pemandangan alam pantai, pegunungan, danau, hutan, dan lainnya. Daya tarik wisata menurut Dephut (2003) adalah segala hal yang mempunyai keindahan, budaya, kekayaan alam, keunikan, nilai yang beraneka ragam dan hasil buatan manusia yang menjadi alasan pengunjung berwisata (B. Marpaung, 2019). Daya tarik wisata mempunyai berbagai

macam keunggulan pelayanan wisata yang sering dijadikan indikator/penanda untuk menentukan kualitas pariwisata (Manajemen et al., n.d,2020). Menurut penelitian yang dilakukan Marpaung, H & Sahla, H yang menyatakan hasil daya tarik dan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan (H. Marpaung et al., n.d.).

Selain *halal tourism* dan daya tarik, potensi juga bisa mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. *Halal tourism* menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan Pantai Sigandu Batang, karena kemudahannya dalam mendapatkan makanan dan minuman halal, serta adanya musholla, sehingga memudahkan dalam melakukan ibadah bagi umat muslim. Potensi wisata merupakan suatu hal yang ada di lingkungan wisata dan mampu menarik seseorang untuk berkunjung. Menurut Kurniawan Gilang Widagdyo (2017) Potensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali, apabila potensi ekowisata semakin baik maka minat berkunjung kembali semakin tinggi, demikian juga apabila potensi ekowisata semakin berkurang maka minat berkunjung kembali makin rendah (K. W.-E. J. B. dan Manajemen & 2017, n.d.)

Dalam hal pariwisata, konsumen lebih cenderung memilih harga yang rendah, namun mampu mencukupi nilai kesenangan pada diri konsumen atas kesesuaian tempat wisata tersebut. Biasanya, jika manfaat yang didapat banyak, konsumen mampu membayar dengan harga yang

mahal (Lebu et al., 2019b). Menurut Tjiptono (2015) harga merupakan satuan ukuran (barang maupun jasa) yang dapat ditukarkan untuk mendapatkan hak milik (Rizal et al., 2021). Apabila harga dianggap sesuai dengan kemampuan dan keinginan wisatawan, maka wisatawan akan tertarik untuk mengunjungi tempat wisata sehingga akan memunculkan minat berkunjung wisatawan. Seperti dalam penelitian Eko Priyono, Andi Tri Haryono, dan Maria M. Minarsih (2016), bahwa harga berpengaruh terhadap minat berkunjung (Priyono et al., 2016).

Pada penelitian ini penulis akan memfokuskan objek penelitian pada obyek wisata pantai sigandu. Subjek penelitian ini adalah pengunjung Pantai Sigandu Batang. Penulis memilih lokasi penelitian di Pantai Sigandu Desa Klidang Lor, karena obyek wisata ini banyak dikunjungi wisatawan lokal maupun interlokal dengan suguhan pemandangan pantai yang indah, dan pengunjung dapat menikmati berbagai macam kuliner tradisional maupun modern serta tempat yang nyaman. Penulis ingin mengetahui seberapa besar minat pengunjung untuk mengunjungi pantai sigandu batang.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui penilaian masyarakat khususnya wisatawan yang berkunjung di pantai sigandu batang mengenai pengaruh *Halal Tourism*, daya tarik, potensi, dan harga yang diberikan oleh pengunjung pantai sigandu batang. Serta untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Halal Tourism*, daya tarik, potensi, dan harga, terhadap minat berkunjung pada wisatawan di Pantai Sigandu

Batang dalam skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh *Halal Tourism*, Daya Tarik, Potensi, Dan Harga, Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pantai Sigandu Batang**”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *Halal Tourism* berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan pada pengunjung pantai Sigandu Batang?
2. Apakah Daya Tarik berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan pada pengunjung pantai Sigandu Batang?
3. Apakah Potensi berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan pada pengunjung pantai Sigandu Batang?
4. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan pada pengunjung pantai Sigandu Batang?
5. Apakah *halal tourism*, daya tarik, potensi, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung wisatawan pada pengunjung pantai Sigandu Batang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa pengaruh variabel *Halal Tourism* terhadap minat berkunjung wisatawan secara parsial.
2. Untuk menganalisa pengaruh variabel Daya Tarik terhadap minat berkunjung wisatawan secara parsial.
3. Untuk menganalisa pengaruh variabel Potensi terhadap minat berkunjung wisatawan secara parsial.

4. Untuk menganalisa pengaruh variabel Harga terhadap minat berkunjung wisatawan secara parsial.
5. Untuk menganalisa pengaruh *halal tourism*, daya tarik, potensi, dan harga terhadap minat berkunjung wisatawan secara simultan.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Riset ini diharapkan sebagai sarana pengembangan serta penerapan ilmu pengetahuan bagi peningkatan dunia pendidikan dan perekonomian yang ada kaitannya dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan.

2. Secara Praktis

- a. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan tentang bidang pariwisata halal dan mengimplementasikan teori keilmuan yang diperoleh dari bangku perkuliahan.

- b. Bagi pembaca

Dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya dan menjadi sumber referensi khususnya mahasiswa Ekonomi Syariah.

- c. Bagi pemerintah

Dapat menjadi inspirasi dan inovasi untuk kemajuan pariwisata di kota Batang.

d. Bagi pengelola obyek wisata

Diharapkan bisa menjadi evaluasi dan masukan bagi pihak pengurus obyek wisata, agar dapat memahami konsumen atau pengunjung yang mana dapat mengatur strategi pemasaran seperti apa yang akan dikembangkan.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I. Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, serta kegunaan penelitian yang akan dibuat.

BAB II. Tinjauan Pustaka Dan Kerangka Teori

Berisi teori yang mengacu pada masalah yang akan diteliti, yang kemudian disajikan kerangka teorinya yang sesuai dengan tema penelitian.

BAB III. Metode Penelitian

Bab ini berisi rincian informasi terkait dengan penggunaan metode penelitian yang peneliti gunakan serta alasannya, jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, instrument dan teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV. Hasil Dan Pembahasan

Berisi: (1) Hasil Penelitian, penjelasan dari hasil output yang disesuaikan dengan metode penelitiannya. (2) Pembahasan, dengan

mencakup beberapa sub bahasan yang dijadikan satu dan menjadi sub bahasan sendiri.

BAB V. Penutup

Bab ini memuat kesimpulan, saran, komentar perbaikan ataupun rekomendasi. Kesimpulan menerangkan semua hasil penelitian dengan ringkas dan jelas yang berkaitan dengan ringkas dan jelas yang berkaitan dengan rumusan masalah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis riset ini, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat signifikansi variabel *Halal Tourism* (X_1) sebesar $0,020 < 0,05$ dan nilai *thitung* $2,376 > ttabel$ $1,986$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga kesimpulannya variabel *Halal Tourism* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y).
2. Tingkat signifikansi variabel Daya Tarik (X_2) sebesar $0,012 < 0,05$ dan nilai *thitung* $2,572 > ttabel$ $1,986$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga kesimpulannya variabel daya tarik (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung (Y).
3. Tingkat signifikansi variabel Potensi (X_3) $0,833 > 0,05$ dan nilai *thitung* $0,212 < ttabel$ $1,986$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga kesimpulannya variabel Potensi (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y).
4. Tingkat signifikansi variabel Harga (X_4) $0,001 < 0,05$ dan nilai *thitung* $3,527 > ttabel$ $1,986$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga kesimpulannya variabel Harga (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y).

Hasil uji Ftabel diperoleh nilai Fhitung 8,511. Df pada signifikansi 0,05 adalah 4 dan 91 sehingga nilai Ftabel 2,47. Hasil analisis diatas membuktikan bahwa Fhitung (8,511) > Ftabel (2,47) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga dapat dikatakan secara simultan variabel *Halal Tourism* (X_1), Daya Tarik (X_2), Potensi (X_3), dan Harga (X_4) berpengaruh positif terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Y) di Pantai Sigandu Batang.

B. Keterbatasan Penelitian

Walaupun peneliti sudah berusaha untuk merancang dan mengembangkan riset sekeras mungkin, tetapi masih ada berbagai keterbatasan dalam riset ini yang masih diperlukan perbaikan pada riset berikutnya, yakni:

1. Adanya kendala dalam pencarian data responden yang mampu meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
2. Peneliti membutuhkan waktu satu bulan agar memenuhi jumlah responden yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu sebanyak 96 responden.

Dalam pencarian data responden melalui kuesioner, terkadang responden tidak memberikan pendapat yang sebenarnya, hal ini karena adanya perbedaan anggapan, pemikiran, dan kejujuran yang berbeda-beda dalam diri responden.

C. Implikasi Teoritis dan Praktis

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini bisa dijadikan bahan referensi bagi penelitian sejenis serta dapat dikembangkan dimasa yang akan datang, walaupun pada penelitian ini variabel Potensi (X_3) tidak berpengaruh signifikan. Akan

tetapi, variabel *Halal Tourism* (X_1), variabel Daya Tarik (X_2), dan Harga (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y).

2. Implikasi Praktis

Berlandaskan hasil riset serta pembahasan ditemukan hasil bahwa nilai koefisien regresi Potensi lebih rendah dalam mempengaruhi Minat Berkunjung wisatawan di Pantai Sigandu Batang. Maka dari itu, riset ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi pihak pengurus obyek wisata, agar dapat memahami konsumen. Sehingga akan berdampak baik dalam peningkatan ekonomi dan pariwisata di kota Batang.

DAFTAR PUSTAKA

- adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiholan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal Of Management*, 4(4). [Http://Jurnal.Unpand.Ac.Id/Index.Php/Ms/Article/View/990](http://Jurnal.Unpand.Ac.Id/Index.Php/Ms/Article/View/990)
- Afifah Harashta, -. (2020). *Potensi Pengembangan Pariwisata Halal (Halal Tourism) Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada Kampung Bandar Senapelan)*.
- Aisah, S., ... N. N.-R. J. R., & 2019, Undefined. (N.D.). Integrasi Bumdes Dalam Mewujudkan Halal Tourism Berbasis Literasi Di Kabupaten Batang. *Ojs.Batangkab.Go.Id*. Retrieved November 23, 2021, From [Http://Ojs.Batangkab.Go.Id/Index.Php/Ristek/Article/View/83](http://Ojs.Batangkab.Go.Id/Index.Php/Ristek/Article/View/83)
- Amdani, Suut. (2008). *Analisis Potensi Obyek Wisata Alam Pantai Di Kbpupaten Gunung Kidul*.
- Arianto, Nurmin. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aqua. *Kreatif: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 3(2), 2. <https://Doi.Org/10.32493/Jk.V3i2.Y2016.P2>
- Arianto, N., & Muhammad, J. (2018). Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa. *Jurnal Semarak*, 1(1), 108–115. <https://Doi.Org/10.32493/Smk.V1i1.1250>
- Bisnis, U. H.-J. J. E. Dan, & 2016, Undefined. (N.D.). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal.Untag-Sby.Ac.Id*. Retrieved November 21, 2021, From [Http://Jurnal.Untag-Sby.Ac.Id/Index.Php/Jeb17/Article/Download/635/577](http://Jurnal.Untag-Sby.Ac.Id/Index.Php/Jeb17/Article/Download/635/577)
- Budiani, S. R., Wahdaningrum, W., Yosky, D., Kensari, E., Pratama, H. S., Mulandari, H., Iskandar, H. T. N., Alphabettika, M., Maharani, N., Febriani, R. F., & Kusmiati, Y. (2018). Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas Di Desa Sembungan, Wonosobo, Jawa Tengah. *Majalah Geografi Indonesia*, 32(2), 170. <https://Doi.Org/10.22146/Mgi.32330>

Dr. Bagus. (2022). *Wawancara*.

Edi. (2022). *Wawancara*.

Fajar Peunoh Daly, 140602168. (2018). *Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Kota Banda Aceh*. [Http://Library.Ar-Raniry.Ac.Id/](http://Library.Ar-Raniry.Ac.Id/)

Fajriani, R. (2018). *Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Promosi, Etika Konsumsi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Batik (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim Griya Batik Mas Kauman Pekalongan)*. [Http://Perpustakaan.Iainpekalongan.Ac.Id/](http://Perpustakaan.Iainpekalongan.Ac.Id/)

Faraby, M. E. (2021). Potensi Kabupaten Bangkalan Menjadi Destinasi Wisata Halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 67–74. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1649>

Febrina, N., And, W. W.-E.-J. H. E., & 2015, Undefined. (N.D.). Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata. In *Ejournal.Unp.Ac.Id*. Retrieved May 4, 2021, From [Http://Ejournal.Unp.Ac.Id/Index.Php/Jhet/Article/Download/4833/3792](http://Ejournal.Unp.Ac.Id/Index.Php/Jhet/Article/Download/4833/3792)

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haryanto, E. (2013). Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3). <https://doi.org/10.35794/Emba.V1i3.2212>

Hermawan, H., & Sekolah Tinggi Pariwisata Ars Internasional Bandung Com, D. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan : Studi Community Based Tourism Di Gunung Api Purba Nglanggeran. In *Jurnal Media Wisata* (Vol. 15, Issue 1). <https://doi.org/10.36276/Mws.V15i1.213>

Kirom, N. R., Sudarmiati, S., & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 1(3), 536–546. <https://doi.org/10.17977/jp.v1i3.6184>

- Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas....., R. S. (2019a). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 5505–5514. <https://doi.org/10.35794/Emba.V7i4.26329>
- Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas....., R. S. (2019b). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 5505–5514. <https://doi.org/10.35794/Emba.V7i4.26329>
- Manajemen, J., Apriliyanti, E., Hudayah, S., Zainurossalamia, S. Z., & Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman, F. (N.D.). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145–153. Retrieved May 4, 2021, From <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen>
- Manajemen, K. W.-E. J. B. Dan, & 2017, Undefined. (N.D.). Pemasaran, Daya Tarik Ekowisata, Dan Minat Berkunjung Wisatawan. *Journal.Uinjkt.Ac.Id*. Retrieved November 21, 2021, From <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/esensi/article/view/5411>
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Mpu Procuratio*, 1(2 Oktober), 144–155. <http://103.78.9.46/index.php/mpu/article/view/294>
- Marpaung, H., Una, H. S.-P. S. N. M. I., & 2017, Undefined. (N.D.). Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Air Terjun Ponot Di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten. *Osf.Io*. Retrieved November 21, 2021, From <https://osf.io/Mz5gy/download>
- Maulana, A. (2020). *Preferensi Masyarakat Jakarta Terhadap Wisata Halal Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/50031>
- Nugraha, Y. M. (2018). Analisis Potensi Promosi Pariwisata Halal Melalui E-Marketing Di Kepulauan Riau. *Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 3(2), 63. <https://doi.org/10.25105/pdk.V3i2.2990>

- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan Spss*. Gava Media.
- Priyono, E., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Strategi Promosi, Atribut Produk, Harga Terhadap Minat Berkunjung Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Studi Empiris Pada Pameran Computer Di Javamall Semarang). *Journal Of Management*, 2(2). [Http://Jurnal.Unpand.Ac.Id/Index.Php/Ms/Article/View/576](http://Jurnal.Unpand.Ac.Id/Index.Php/Ms/Article/View/576)
- Purnama, C. A., & Widiyanto, I. (2012). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Harga Terhadap Minat Belie-Toll Card Bank Mandiri*(Studi Kasus Pada Pengguna Jalan Tol Di Kota Semarang).
- Putra, S., & Bimo, G. (2015). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Taman Rekreasi Pt.Selecta, Kota Batu, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(2). [Http://Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jab/Article/View/1063](http://Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jab/Article/View/1063)
- Rahmadhani, S. N. (2019). Pengaruh Marjin Laba Bersih Dan Pengembalian Atas Ekuitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Industri Barang Konsumsi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 5(2), 170–175. <https://doi.org/10.31289/Jab.V5i2.2795>
- Rizal, M., Irawan, N., Sayekti, L. I., Ekasari, R., Lamongan, U. I., Lamongan, J., & Timur, I. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Ecopreneur.12*, 4(2), 122–131. <https://doi.org/10.51804/E12.V4i2.1008>
- Runtunuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1803–1813. <https://doi.org/10.35794/Emba.V2i3.5973>
- Sari, D. K., & Susilowati, I. (2011). *Pengembangan Pariwisataobyek Wisata Pantai Sigandukabupaten Batang*.
- Suarto, E. (2017). Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis Swot. *Jurnal Spasial*, 3(1). <https://doi.org/10.22202/Js.V3i1.1597>

- Subarkah, A. R. (2018). Potensi Dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Sosial Politik*, 4(2), 49. <https://doi.org/10.22219/Sospol.V4i2.5979>
- Subhani, A. (2010). *Potensi Obyek Wisata Pantai Di Kabupaten Lombok Timur Tahun 2010*. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/13602/Potensi-Obyek-Wisata-Pantai-Di-Kabupaten-Lombok-Timur-Tahun-2010>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami (Ed.)). Alfabeta,Cv.
- Surur, F. (2020). *Wisata Halal: Konsep Dan Aplikasi*.
- Susanti, N., Halin, H., & Kurniawan, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan pembelian Perumahan Pt. Berlian Bersaudara Propertindo (Studi Kasus Perumahan Taman Arizona 1 Taman Arizona 2 Dan Taman Arizona 3 Di Talang Jambi Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 43–49. <https://doi.org/10.35908/Jiegmk.V8i1.298>
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung (Survei Pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel Yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata Di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(2), 1–10. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1449>
- Tina Rahmadayanti, & Kholid Murtadlo. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, Dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *MALIA (TERAKREDITASI)*, 12(1), 125–136. <https://doi.org/10.35891/ML.V12i1.2392>
- Wahidmurni, W. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*.
- Widodo, S., Karnawati, A., Rahman, A., Program, A., Bisnis, S. M., Ekonomi, F., Bisnis, D., Teknologi, L., & Malang, A. (2021). Pengaruh Efisiensi Harga, Promosi Online Dan Offline Terhadap Minat Berkunjung Di Jatim Park 3 Kota Batu Pada Era New Normal. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 48–56. <https://doi.org/10.32815/JUBIS.V2i1.447>