

**PENGARUH *MUSLIM FRIENDLY DESTINATION PERFORMANCE*  
TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA WISATA SOLOK SELATAN  
MELALUI *DESTINATION IMAGE* DAN *TOURIST SATISFACTION*  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



**OLEH :**

**WINI YULIARTI**

**17059069/2017**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

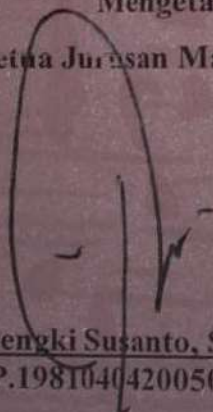
**PENGARUH *MUSLIM FRIENDLY DESTINATION PERFORMANCE*  
TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA WISATA SOLOK SELATAN  
MELALUI *DESTINATION IMAGE* DAN *TOURIST SATISFACTION*  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Nama : Wini Yulianti  
TM/NIM : 2017/17059069  
Jurusan : Manajemen S-1  
Keahlian : Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi

Padang, November 2021

Disetujui Oleh:

Mengetahui  
Ketua Jurusan Manajemen S-1



Perengki Susanto, S.E, M.Sc, Ph.D  
NIP.198104042005611002

Pembimbing



Abror, SE, ME, Ph.D  
NIP. 197510181999031001



**HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI**

**PENGARUH *MUSLIM FRIENDLY DESTINATION PERFORMANCE*  
TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA WISATA SOLOK SELATAN  
MELALUI *DESTINATION IMAGE* DAN *TOURIST SATISFACTION*  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Nama : Wini Yuliarti  
TM/NIM : 2017/17059069  
Jurusan : Manajemen S-1  
Keahlian : Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi

**Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Skripsi**

**Jurusan Manajemen S-1**

**Fakultas Ekonomi**

**Universitas Negeri Padang**

**Padang, November 2021**

**Tim Penguji**

**Abror, SE, ME, Ph.D**

**Vidyarini Dwita, SE, MM, Ph.D**

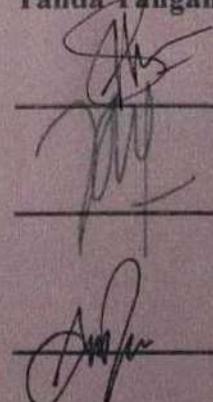
**Arief Maulana, SE, MM**

**Tanda Tangan**

**(Ketua)**

**(Anggota)**

**(Anggota)**



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Wini Yuliarti  
NIM/ TM : 17059069/2017  
Tempat/Tanggal Lahir : Kepala Bukit/ 07 Juli 1999  
Jurusan : Manajemen  
Keahlian : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jorong Kepala Bukit Nagari Pulakek Koto Baru Muara Labuh  
No. HP/ Telephone : +62 1270422706  
Judul Skripsi : Pengaruh *Muslim friendly Destination Performance* Terhadap *Revisit Intention* Pada Wisata Solok Selatan Melalui *Destination Image* dan *Tourist Satisfaction* Sebagai Variabel mediasi.

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana) baik di UNP maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini Sah apabila telah ditanda tangani Asli oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran di dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, November 2021

Penulis



Wini Yuliarti  
NIM. 17059069

## ABSTRAK

**Wini Yuliarti, (2017/17059069) : Pengaruh *Muslim friendly Destination Performance* Terhadap *Revisit Intention* Pada Wisata Solok Selatan melalui *Destination Image* dan *Tourist Satisfaction* sebagai Variabel mediasi.**

**Dosen Pembimbing : Abror, SE, ME, Ph.D**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh muslim friendly destination performance terhadap revisit intention pada wisata Solok selatan melalui destination image dan tourist satisfaction sebagai variabel mediasi. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah mengunjungi wisata Solok Selatan. Metode pengambilan sampel yang dilakukan adalah dengan metode *purposive sampling*. Dengan jumlah sampel sebanyak 410 orang. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan. Penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Muslim Friendly Destination Performance berpengaruh signifikan terhadap Revisit Intention pada wisata Solok Selatan, (2) Muslim Friendly Destination Performance berpengaruh signifikan terhadap Destination Image pada wisata Solok Selatan, (3) Muslim Friendly Destination Performance berpengaruh signifikan terhadap Tourist Satisfaction pada wisata Solok Selatan, (4) Destination Image berpengaruh signifikan terhadap Revisit Intention pada wisata Solok Selatan, (5) Tourist Satisfaction berpengaruh signifikan terhadap Revisit Intention pada wisata Solok Selatan, (6) Muslim Friendly Destination Performance berpengaruh signifikan terhadap Revisit Intention pada wisata Solok Selatan dengan Destination Image sebagai variabel mediasi, (7) Muslim Friendly Destination Performance berpengaruh signifikan terhadap Revisit Intention pada wisata Solok Selatan dengan Tourist Satisfaction sebagai variabel mediasi.

**Kata Kunci: *Revisit Intention, Muslim Friendly Destination Performance, Destination Image, Tourist Satisfaction.***

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur dan Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“Pengaruh Muslim Friendly Destination Performance Terhadap Revisit Intention Pada Wisata Solok Selatan Melalui Destination Image dan Tourist Satisfaction sebagai Variabel Mediasi”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satu pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini Penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Untuk itu Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Abror, SE, ME, Ph.D selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dengan rasa sabar dan tanggung jawab, yang telah meluangkan waktu, ilmu, ide dan tenaga untuk dapat memberikan bimbingan dan arahan pada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Vidyarini Dwita, SE, MM, Ph.D selaku penguji I dan Bapak Arief Maulana, SE, MM selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Thamrin, S.Pd, MM selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan motivasi.

4. Bapak Dr. Idris M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
6. Bapak Supan Weri Mandar selaku Staff Administrasi Jurusan Manajemen yang telah memberikan bantuan bagi penulis dalam mengurus berbagai keperluan administrasi.
7. Bapak dan Ibu staff perpustakaan pusat Universitas Negeri Padang dan ruang baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang memberikan kemudahan dalam memperoleh bahan bacaan.
8. Karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan dalam pengurusan administrasi
9. Teristimewa kepada kedua orang tua, Ayahanda Yannasril dan Ibunda Gustina serta keluarga tercinta Nelvalia Fitri, Mardila fitriani. Noval ramadani dan adik-adikku yang telah memberikan kasih sayang , dukungan dan motivasi selama penulis kuliah hingga penyusunan skripsi ini.
10. Yang terspesial kepada para sahabat seperjuangan Mikirul Rido Putra, Ratna Desinta, Maratul Khairani Pardila, Yulia rahmadini, Dian Permata Sari, Tipa dan Alzena Sonia Syafa yang selalu memberikan support dan bantuan berupa tenaga dan pikiran dalam menyusun skripsi ini.

11. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2017 jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang sama-sama berjuang dan memberi motivasi kepada penulis.

Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis tetap berusaha untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. semoga segala bantuan dan dukungan dari segala pihak dinilai ibadah di sisi Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Atas perhatian semua pihak penulis mengucapkan terima kasih.

Padang, November 2021

Penulis



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Batasan Masalah.....	12
D. Perumusan Masalah.....	12
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II.....	15
KAJIAN TEORI, HUBUNGAN ANTAR VARIABEL, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....	15
A. Kajian Teori .....	15
1. Revisit Intention .....	15
2. <i>Muslim Frenly Destination Performance</i> .....	20
3. <i>Destination Image</i> .....	24
4. Tourist Satisfaction.....	25
B. Hubungan Antar Variabel .....	27
1. Hubungan <i>Halal Muslim friendly Destination Performance</i> dengan <i>Revisit Intention</i> .....	27
2. Hubungan <i>Halal Muslim friendly Destination Performance</i> dengan <i>Destination Image</i> .....	28
3. Hubungan <i>Halal Muslim friendly Destination Performance</i> dengan <i>Tourist Satisfaction</i> .....	29
4. Hubungan <i>Destination Image</i> dengan <i>Revisit Intention</i> .....	30
5. Hubungan <i>Tourist Satisfaction</i> dengan <i>Revisit Intention</i> .....	31

6. Pengaruh <i>Halal Muslim friendly Destination Performance</i> dengan <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Destination Image</i> sebagai variabel mediasi.....	32
7. Pengaruh <i>Halal Muslim friendly Destination Performance</i> dengan <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Tourist Satisfaction</i> sebagai variabel mediasi.....	33
C. Penelitian Yang Relevan.....	35
D. Kerangka Konseptual.....	38
E. Hipotesis .....	38
BAB III.....	40
METODOLOGI PENELITIAN.....	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Latar dan Waktu Penelitian.....	40
C. Populasi dan sampel .....	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel.....	40
D. Sumber dan Jenis Data.....	42
1. Sumber data.....	42
2. Jenis Data .....	42
E. Teknik Pengumpulan Data .....	43
F. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	43
1. Variabel Penelitian.....	43
2. Defenisi Operasional dan indikator .....	44
G. Instrumen Penelitian .....	48
H. Teknik analisis Data .....	48
1. Analisis Deskriptif .....	49
2. Analisis Induktif .....	50
3. Uji Hipotesis.....	52
BAB IV .....	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	53
A. Gambaran Umum Objek Wisata .....	53
B. Analisis Deskriptif.....	62
C. Analisis Induktif.....	76
D. Pembahasan.....	89

BAB V.....	94
PENUTUP .....	94
A. Kesimpulan .....	94
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA .....	99
LAMPIRAN .....	105

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisata Solok Selatan Tahun 2015-2019 .....	5
Tabel 2. Penelitian yang Relevan .....	36
Tabel 3. Defenisi Operasional dan Indikator.....	45
Tabel 4. Daftar Skor Jawaban Dari Setiap Pertanyaan .....	48
Tabel 5. Kriteria Jawaban Responden (Tcr).....	50
Tabel 6. Jenis Kelamin Responden.....	64
Tabel 7. Usia Responden.....	65
Tabel 8. Tingkat Pendidikan Responden .....	65
Tabel 9. Pekerjaan Responden .....	66
Tabel 10. Penghasilan Responden .....	67
Tabel 11. Wisata Yang Dikunjungi Responden .....	68
Tabel 12. Berapa Kali Mengunjungi Wisata .....	69
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Revisit Intention</i> (Y).....	70
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Destination Image</i> (Z).....	71
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Tourist Satisfaction</i> (Z) .....	73
Tabel 16. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Muslim Friendly Destination Performance</i> (X).....	75
Tabel 17. Nilai <i>Outer Loading</i> .....	79
Tabel 18. Nilai AVE .....	80
Tabel 19. Nilai Validitas Diskriminasi .....	81
Tabel 20. Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	82
Tabel 21. Hasil Analisis R-square .....	83
Tabel 22. Hipotesis Pengaruh langsung .....	85
Tabel 23. Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Komentar pengunjung terhadap wisata Solok Selatan. ....	7
Gambar 2. Kerangka Konseptual.....	38
Gambar. 3. Objek wisata kawasan seribu rumah gadang .....	54
Gambar 4. Menara songket kawasan seribu rumah gadang .....	56
Gambar 5. Objek wisata hot waterboom.....	57
Gambar 6. Objek wisata kebun teh liki.....	58
Gambar 7. Objek wisata goa batu kapal .....	59
Gambar 8. Objek wisata Camintoran.....	62
Gambar 9. Review wisata Solok Selatan .....	71
Gambar 10. Review wisata Solok selatan .....	72
Gambar 11. Review wisata Solok selatan .....	74
Gambar 12. Review wisata Solok Selatan .....	76
Gambar 13. Model Jalur Awal .....	77
Gambar 14. Model Re-estimasi 1 .....	78



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan suatu bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia karena menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi, hal tersebut telah diakui oleh berbagai organisasi internasional seperti *World Tourism Organization* (WTO) ([www.indonesia.go.id](http://www.indonesia.go.id)). Dari sudut pandang ekonomi, pariwisata tidak hanya dapat menghasilkan devisa yang melimpah pada negara tujuan akan tetapi juga dapat menciptakan lapangan kerja dan sumber income bagi masyarakat setempat.

Pariwisata di Indonesia dari waktu ke waktu mengalami kenaikan yang sangat pesat. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah, terutama kementerian pariwisata Indonesia, yang telah melakukan promosi pariwisata secara besar-besaran guna menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi melalui program yang bertema *Pesona Indonesia (Wonderful Indonesia)*.

Pertumbuhan sektor pariwisata tentunya dapat ditingkatkan dengan pengoptimalan sumberdaya pariwisata melalui pengembangan pariwisata yang ramah muslim. Dengan meningkatnya populasi muslim di seluruh dunia dan dengan pendapatan yang dapat dibelanjakan seiring peningkatan populasi tersebut, dapat menunjukkan kemungkinan bahwa permintaan wisata halal akan meningkat selama beberapa tahun kedepannya (Ramadhani & Mochklas, 2019). Mengingat Indonesia merupakan Negara

yang memiliki populasi muslim terbesar di dunia. Daya saing pariwisata ramah muslim di Indonesia mengalami peningkatan semenjak Indonesia meraih penghargaan sebagai destinasi halal dunia dalam acara *World Halal Travel Award* pada tahun 2015. Tahun 2016 Indonesia meraih pemenang nomor 12 sebagai destinasi halal dunia. Tidak hanya itu saja, pada tahun 2019 Indonesia memperoleh peringkat satu bersama dengan Malaysia pada GMTI (*Global Muslim Travel Index*) report sebagai destinasi pariwisata ramah muslim di dunia (GMTI, 2019). Pariwisata atau wisata halal merupakan bagian dari suatu industry pariwisata yang ditujukan kepada wisatawan muslim, dimana pelayanan wisatawan dalam pariwisata halal merujuk kepada aturan-aturan islam.

Muslim Friendly tourism (MFT) sangat populer dalam beberapa tahun terakhir dan menjadi tujuan berwisata keluarga muslim. Wisata muslim mengalami peningkatan yang sangat cepat dalam tingkat pertumbuhan wisatawan global (Liu et al., 2018). Konsep dari wisata halal yang dikembangkan dalam suatu wisata dapat dirancang untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan muslim dalam melakukan kunjungan, seperti adanya ketersediaan restoran yang ramah muslim, penginapan atau home stay halal, fasilitas yang ramah muslim dan sebagainya. Pengembangan wisata halal dimasa depan dianggap menjanjikan dan potensial. Nilai yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan halal adalah harapan kenyamanan, dan ketenangan dalam perjalanan tanpa melupakan nilai-nilai dalam islam (Alim & Adityawarman, 2015). Hal ini membuat wisata halal memiliki

potensi yang besar untuk dikembangkan dalam mengikuti permintaan pasar yang ada. Nilai dan sikap setiap wisatawan muslim akan meningkat dan bahkan menurun terhadap suatu destinasi berdasarkan kualitas layanan halal yang dirasakan setiap kali mereka mengunjungi destinasi tersebut (Olya & Al-ansi, 2018).

Solok Selatan yang biasa dikenal dengan Kawasan Seribu rumah Gadang (SRG) merupakan kawasan wisata halal di Sumatera Barat, di Kawasan tersebut terdapat cagar budaya dengan banyaknya ditemukan rumah gadang yang usianya mencapai ratusan tahun yang masih ditinggal oleh penghuninya. Kabupaten Solok selatan adalah Kabupaten yang terletak di bagian timur Provinsi Sumatera Barat. Kabupaten ini merupakan kabupaten yang dimekarkan dari kabupaten Solok secara resmi pada tahun 2004 dengan mencakup wilayah seluas 3.346,20 Km<sup>2</sup>. Kawasan Seribu rumah Gadang masuk ke dalam kawasan pengembangan pariwisata. Pada tahun 2013 hingga 2014, dan pada tahun 2017, objek wisata kawasan seribu rumah gadang berhasil meraih pemenang sebagai kampung adat terpopuler dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia (API). Kawasan Seribu Rumah Gadang berlokasi di Nagari Koto Baru, Kabupaten Solok Selatan, Provinsi Sumatra Barat, berjarak kurang lebih 150 kilometer dari Kota Padang, Ibu Kota Provinsi Sumatra Barat, dengan lama perjalanan kurang lebih empat jam. Kawasan ini merupakan wujud dari perkampungan masyarakat Minangkabau masa lampau, dengan

ratusan rumah adat Minangkabau, atau rumah gadang, berjejer di sepanjang jalan perkampungannya (Wikipedia).

Solok Selatan memiliki berbagai objek wisata alam, sejarah, dan budaya. Wisata alam yang terdapat di solok selatan seperti Kebun Teh Liki, Goa Batu Kapal, Air Terjun Kembar, Puncak Bangun rejo, Camintoran dan wisata buatan seperti hot waterboom dan wisata terbaru dari solok selatan yaitu menara pandang atau menara songket yang terletak di kawasan seribu rumah gadang. Wisata sejarah seperti masjid lima puluh kurang aso, Museum Istano Rajo balun, surau menara, rumah gadang gajah maram dan pemakaman. Sedangkan wisata budaya yang ada di Solok Selatan seperti festival Sarantau sasurambi Baralek gadang. Dimana dalam acara ini menampilkan berbagai kebudayaan asli solok selatan yaitu seni tradisional, silek randai, lomba pidato, lomba budaya minang dan menyajikan kuliner khas solok selatan. Karena banyaknya destinasi yang ada di Solok Selatan, maka dalam penelitian ini penulis hanya memilih wisata alam maupun buatan yang memenuhi atribut wisata muslim terbanyak dan melakukan perkembangan terhadap destinasi yang bertujuan untuk meningkatkan perjalanan wisatawan sehingga banyak diminati dan menarik wisatawan untuk mengunjungi kembali yaitu :

1. Kawasan Seribu Rumah Gadang
2. Hot Waterboom
3. Kebun Teh Liki
4. Goa Batu Kapal

## 5. Camintoran

Dinas Pariwisata dan Budaya Solok Selatan melakukan promosi guna menarik minat wisatawan untuk berkunjung ialah melalui brosur dan pamflet yang di pasang ditempat-tempat umum. Termasuk juga dipasang disejumlah kendaraan dinas dan kendaraan masyarakat yang sadar akan wisata. Selain itu, Dinas Pariwisata dan Budaya Solok Selatan juga menjalin kerja sama dengan hotel Indonesia Natour, dan memasang baliho besar wisata Solok Selatan di kawasan bandara.

Setiap destinasi wisata yang ada di Solok Selatan disediakan fasilitas yang dapat digunakan oleh pengunjung wisata seperti tersedianya tempat ibadah, rumah makan yang menjual makanan dan minuman halal, fasilitas toilet, pemandian terapi air hangat yang terpisah antara laki-laki dengan perempuan, home stay atau tempat penginapan yang ramah muslim. Selain itu suasana lokasi wisata yang strategis, desain dan dekorasi rumah gadang yang ramah halal, lingkungan yang bersih dan kenyamanan wisatawan dalam menikmati wisata membuat seseorang untuk ingin mengunjunginya.

**Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisata Solok Selatan Tahun 2015-2019**

No.	Tahun	Wisatawan mancanegara	Wisatawan Nusantara	Total (Orang)
1.	2015	2123	25377	27500
2.	2016	105	31088	31193
3.	2017	180	31612	31792
4.	2018	196	30512	30708
5.	2019	221	42647	42868

Sumber :Data Dinas Pariwisata Solok Selatan

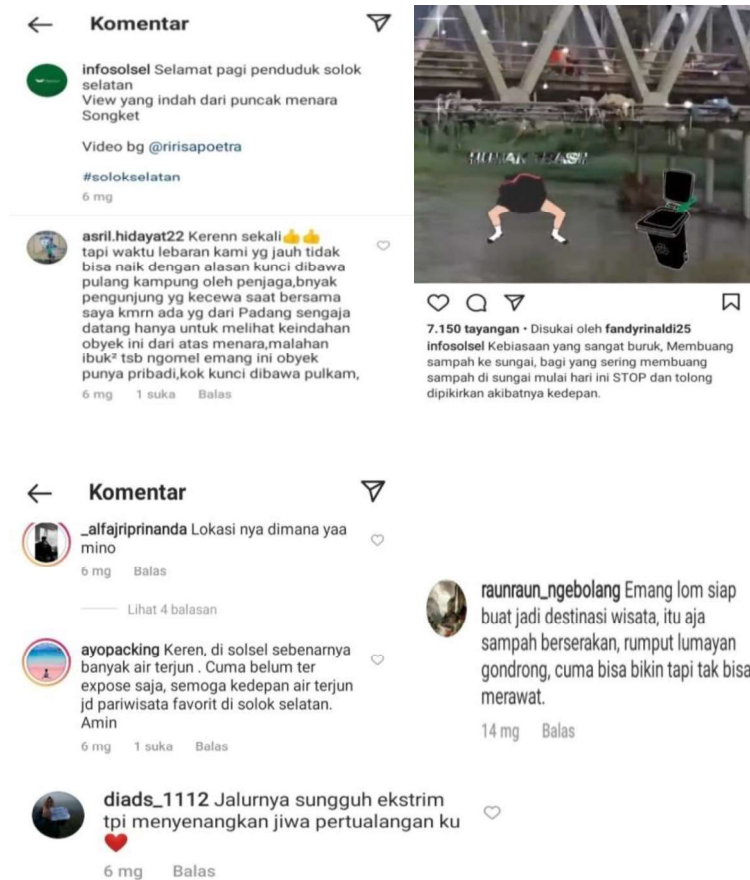


Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa dalam 3 tahun terakhir kunjungan wisatawan Solok Selatan mengalami peningkatan. Namun kunjungan wisatawan mancanegara mengalami penurunan pada tahun 2016. Pada tahun 2015, kunjungan wisatawan mencapai 27.500 orang. Jumlah tersebut meningkat pada tahun 2016 mencapai 31.193 orang dan tahun 2017 sebanyak 31.792 orang. Kemudian mengalami penurunan pada tahun 2018 menjadi 30.708 orang dan mengalami peningkatan kembali di tahun 2019 mencapai 42.868 orang. Peningkatan jumlah kunjungan ini menandakan bahwa pariwisata Solok selatan terus mengalami perkembangan destinasinya dan membuktikan bahwa kunjungan kembali dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat menunjang kunjungan kembali tersebut.

Kunjungan kembali atau *revisit intention* merupakan suatu bentuk perilaku untuk melakukan pembelian ulang atau keinginan pengunjung untuk datang kembali ke tempat sama. *Revisit intention* telah menjadi isu terkini dalam bidang pemasaran di industri jasa dan merupakan konsep yang penting dalam memahami produk dan jasa sehingga menjadi fokus utama dalam penelitian pemasaran (J. V Chen, Htaik, Hiele, & Chen, 2016). Untuk mempertahankan daya saing dan merancang pengalaman yang mengesankan untuk menarik pengunjung sehingga *revisit intention* pada wisata Solok Selatan menjadi misi utama bagi pemasaran wisata tersebut. Meskipun terdapat peningkatan pengunjung pada wisata Solok Selatan, namun masih terdapat beberapa keluhan yang dirasakan oleh

pengunjung wisata Solok Selatan yang bersumber dari komentar pengunjung melalui media sosial.

Gambar 1. Komentar pengunjung terhadap wisata Solok Selatan.



Sumber : Instagram @Infosolsel.

1. Tidak sesuai harapan wisatawan terhadap apa yang mereka dapatkan ketika berkunjung ke lokasi wisata.

Sebuah komentar dari pengunjung wisata yang datang dari Padang namun tidak dapat menikmati view kawasan seribu rumah gadang dan keindahan puncak gunung kerinci dari atas menara songket yang terletak di kawasan seribu rumah gadang.

2. Lingkungan wisata yang kurang bersih.

Banyaknya ditemukan sampah disekitar lokasi wisata dan kebiasaan masyarakat sekitar membuang sampah kesungai melalui jembatan yang berada tepat di lokasi wisata kawasan seribu rumah gadang sehingga pengunjung merasa tidak nyaman berada dilingkungan wisata

3. Akses jalan menuju lokasi wisata yang ekstrim seperti jalan menuju wisata camintoran dan air terjun yang membuat pengunjung untuk tidak ingin melakukan kunjungan lagi
4. Kurangnya kinerja informasi mengenai wisata sehingga masih banyak wisata yang belum terekspos seperti air terjun.
5. Pelayanan petugas yang kurang ramah terhadap pengunjung sehingga membuat pengunjung tidak nyaman dan timbulnya rasa malas untuk melalukan kunjungan ulang.
6. Masih minimnya fasilitas-fasilitas pendukung dan keamanan dilokasi wisata sehingga destinasi wisata tidak bertahan lama dan menimbulkan kekecewaan yang dirasakan pengunjung sehingga menyebabkan kurangnya pengunjung wisata.

Beberapa keluhan tersebut, muncul dari kurangnya nilai yang diterima oleh pengunjung dan hal tersebut akan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dan mempengaruhi niat untuk mengunjungi kembali.

Minat kunjung ulang dapat dipengaruhi dari oleh beberapa faktor. Salah satunya faktor *Muslim Friendly Destination performance* yang dapat mempengaruhi minat atau keinginan wisatawan untuk melakukan

kunjungan ulang. Kualitas kinerja yang baik merupakan langkah awal dalam merebut pangsa pasar dan membuat tingkat kepuasan tidak hanya untuk dipertahankan melainkan ditingkatkan dalam menghadapi persaingan di lingkungan pariwisata. Kelengkapan sarana dan prasarana yang memadai yang sesuai dengan syariat Islam mampu meningkatkan rasa untuk melakukan kunjungan ulang. Ketika pengunjung mendapatkan layanan yang baik, suasana lokasi yang nyaman dan bersih akan menghasilkan kepuasan pada diri pengunjung, maka hal tersebut dapat mendorong pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang bahkan merekomendasikan kepada keluarga dan orang lain.

Selain *Muslim Friendly Destination performance*, *Destination Image* juga termasuk faktor yang dapat mempengaruhi minat atau keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan pertama kali pada suatu wisata bahkan melakukan kunjungan ulang. Setiap destinasi pariwisata berusaha untuk mengembangkan image destinasi mereka agar mampu bersaing dengan destinasi-destinasi lainnya. Oleh karena itu, citra destinasi telah menjadi bagian yang penting di bidang pariwisata. *Destination image* secara keseluruhan merupakan suatu gambaran mental individu terhadap pengetahuan, perasaan, dan persepsi secara keseluruhan pada suatu destinasi. *Destination image* dapat mempengaruhi wisatawan dalam proses pemilihan suatu destinasi, evaluasi selanjutnya dari perjalanan, dan niat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali di masa yang akan datang. Sebuah image positif yang berasal dari pengalaman perjalanan

yang positif akan menghasilkan evaluasi yang positif dari suatu destinasi. Dalam melakukan pengembangan destinasi pariwisata yang sesuai dengan apa yang diutuhkan oleh wisatawan adalah dengan memperhatikan hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan. Oleh sebab itu destinasi di dorong untuk meningkatkan imagonya dalam rangka meningkatkan jumlah pariwisata, lapangan pekerjaan dan pendapatan pemerintah (Ramseook et al., 2015). Solok Selatan sendiri memiliki image positif dimata wisatawan, saat berkunjung ke kawasan seribu rumah gadang, pengunjung akan disambut dengan keindahan deretan rumah gadang bagonjong khas Minangkabau, bahkan pengunjung bisa menikmati suasana bermalam di home stay yang sudah disediakan, mengenakan berbagai baju adat khas minangkabau dan menikmati makanan khas Solok Selatan seperti pangek pisang.

Faktor kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) juga dapat mempengaruhi keinginan wisatawan untuk mengunjungi kembali suatu wisata bahkan merekomendasikan kepada orang lain. Suatu bisnis berada pada tingkat keberhasilan ketika pariwisata tersebut mampu mempertahankan kepuasan pengunjungnya. *Tourist satisfaction* merupakan suatu perasaan emosional yang berasal dari diri masing-masing wisatawan dalam memperoleh pengalaman yang dirasakan dibandingkan dengan ekspektasi yang dirasakan sebelumnya. Setelah mengunjungi suatu destinasi wisata, wisatawan dapat merasakan kepuasan atau tidak dan hal tersebut dapat dilihat dalam perilaku pasca kunjungan. Para wisatawan



yang merasa puas akan melakukan kunjungan kembali, membicarakan kepada orang lain, bahkan mengajak orang lain untuk mengunjunginya dimasa yang akan datang (Wibowo, S.f, 2016).Selain itu kepuasan pelanggan juga dapat dilihat dari sejauh mana kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen, yang menimbulkan rasa senang sehingga pengunjung tidak beralih dan akan mengunjungi wisata yang sama.

Berdasarkan rangkaian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Muslim Friendly Destination performanceterhadap Revisit Intention* pada wisata Solok Selatan melalui *Destination Image* dan *Tourist Satisfaction* sebagai variabel mediasi ”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Tidak sesuainya harapan wisatawan terhadap apa yang mereka dapatkan ketika berkunjung ke lokasi wisata.
2. Lingkungan wisata yang kurang bersih.
3. Akses jalan menuju lokasi wisata yang ekstrim.
4. Kurangnya kinerja informasi mengenai wisata sehingga masih banyak wisata yang belum terekspos seperti air terjun.
5. Pelayanan petugas yang kurang ramah terhadap pengunjung

6. Masih minimnya fasilitas-fasilitas pendukung dan keamanan dilokasi wisata

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memfokuskan pada pembahasan mengenai pengaruh *Muslim Friendly Destination performance* terhadap *Revisit Intention* pada wisata Solok Selatan melalui *Destination Image* dan *Tourist Satisfaction* sebagai variabel mediasi.

### D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *Muslim Friendly Destination performance* terhadap *Revisit Intention* pada wisata Solok Selatan?
2. Bagaimana pengaruh *Muslim Friendly Destination performance* terhadap *Destination Image* pada wisata Solok Selatan?
3. Bagaimana pengaruh *Muslim Friendly Destination performance* terhadap *Tourist Satisfaction* pada wisata Solok Selatan?
4. Bagaimana pengaruh *Destination Image* terhadap *Revisit Intention* pada wisata Solok Selatan?
5. Bagaimana pengaruh *Tourist Satisfaction* terhadap *Revisit Intention* pada wisata Solok Selatan?
6. Bagaimana *Destination Image* memediasi hubungan antara *Muslim Friendly Destination performance* dan *Revisit Intention* pada wisata Solok Selatan?

7. Bagaimana *Tourist Satisfaction* memediasi hubungan antara *Muslim Friendly Destination performance* dan *Revisit Intention* pada wisata Solok selatan?

#### E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Muslim Friendly Destination performance* terhadap *Revisit Intention* pada wisata Solok Selatan?
2. Untuk mengetahui pengaruh *Muslim Friendly Destination performance* terhadap *Destination Image* pada wisata Solok Selatan?
3. Untuk mengetahui pengaruh *Muslim Friendly Destination performance* terhadap *Tourist Satisfaction* pada wisata Solok Selatan?
4. Untuk mengetahui pengaruh *Destination Image* terhadap *Revisit Intention* pada wisata Solok Selatan?
5. Untuk mengetahui pengaruh *Tourist Satisfaction* terhadap *Revisit Intention* pada wisata Solok Selatan?
6. Untuk mengetahui peran *Destination Image* memediasi hubungan antara *Muslim Friendly Destination performance* dan *Revisit Intention* pada wisata Solok Selatan?
7. Untuk mengetahui peran *Tourist Satisfaction* memediasi hubungan antara *Muslim Friendly Destination performance* dan *Revisit Intention* pada wisata Solok selatan?

## **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan akan membawa manfaat :

### 1. Manfaat Teoritis

#### a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang pariwisata halal mengenai pengaruh antara *Muslim Friendly Destination performance*, *Destination Image*, dan *Tourist Satisfaction* terhadap *Revisit Intention*.

#### b. Bagi Peneliti Berikutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya tentang hal-hal yang berkaitan dengan *Revisit Intention*.

### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan dan rekomendasi untuk membantu pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata muslim dan dapat menjadi pedoman bagi masyarakat terhadap pariwisata sehingga dapat mendorong minat untuk melakukan kunjungan kembali (*Revisit Intention*).