

***REVISIT INTENTION PADA WISATAWAN: PENGARUH ATRIBUT
HALAL, CITRA DESTINASI, DAYA TARIK DIMEDIASI OLEH
MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE
(Suatu Kasus Destinasi Wisata di Bandung Raya)***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Disusun oleh:

Siti Rahmah Nuraeni

2106129

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

***REVISIT INTENTION PADA WISATAWAN: PENGARUH ATRIBUT
HALAL, CITRA DESTINASI, DAYA TARIK DIMEDIASI OLEH
MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE
(Suatu Kasus Destinasi Wisata di Bandung Raya)***

Oleh:

Siti Rahmah Nuraeni

Sebuah Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi
Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Siti Rahmah Nuraeni

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2025

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak secara keseluruhan atau sebagian, dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin penulis.

Siti Rahmah Nuraeni, 2025

***REVISIT INTENTION PADA WISATAWAN: PENGARUH ATRIBUT HALAL, CITRA DESTINASI, DAYA
TARIK DIMEDIASI OLEH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (SUATU KASUS DESTINASI WISATA DI
BANDUNG RAYA)***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul ***“Revisit Intention pada Wisatawan: Pengaruh Atribut Halal, Citra Destinasi, Daya Tarik Dimediasi oleh Memorable Tourism Experience (Suatu Kasus Destinasi Wisata di Bandung Raya)”*** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2025



Siti Rahmah Nuraeni

2106129

Siti Rahmah Nuraeni, 2025

REVISIT INTENTION PADA WISATAWAN: PENGARUH ATRIBUT HALAL, CITRA DESTINASI, DAYA TARIK DIMEDIASI OLEH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (SUATU KASUS DESTINASI WISATA DI BANDUNG RAYA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Revisit Intention pada Wisatawan: Pengaruh Atribut Halal, Citra Destinasi, Daya Tarik Dimediasi oleh Memorable Tourism Experience (Suatu Kasus Destinasi Wisata di Bandung Raya)**

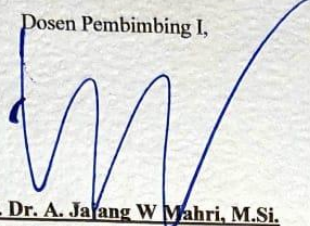
Penyusun : Siti Rahmah Nuraeni

NIM : 2106129

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, Agustus 2025

Dosen Pembimbing I,



Prof. Dr. A. Jafang W. Wahri, M.Si.
NIP. 196412031993021001

Dosen Pembimbing II,



Rida Rosida, BS., M.Sc.
NIP. 19840730 2014042001

Mengetahui,

Plt. Ketua Prodi,



Dr. Heny Hendrayati, S.IP., M.M
NIP 197610112005012002

Scanned by TapScanner

Siti Rahmah Nuraeni, 2025

REVISIT INTENTION PADA WISATAWAN: PENGARUH ATRIBUT HALAL, CITRA DESTINASI, DAYA TARIK DIMEDIASI OLEH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (SUATU KASUS DESTINASI WISATA DI BANDUNG RAYA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
Jl. Dr. Setiabudi No. 229 Bandung 40134 Telp. (022) 2001619, 2002091, 2002189 Fax. (022) 2001621
Homepage: <http://www.upi.edu> Email: infoekonomi_feb@upi.edu

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

Tanggal Ujian Sidang : 13 Agustus 2025
Nama Mahasiswa : Siti Rahmah Nuraeni
NIM : 2106129
Judul Skripsi : Revisit Intention pada Wisatawan: Pengaruh Atribut Halal, Citra Destinasi, Daya Tarik Dimediasi oleh Memorable Tourism Experience (Suatu Kasus Destinasi Wisata di Bandung Raya)

Telah direvisi dan disetujui oleh para penguji skripsi:

No.	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1.	Dr. Heraeni Tanuatmodjo, M.M.	
2.	Dr. Juliana, M.E.Sy.	
3.	Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy	

Dosen Pembimbing I,

Prof. Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.
NIP. 196412031993021001

Bandung, Agustus 2025

Dosen Pembimbing II,

Rida Rosida, BS., M.Sc.
NIP. 198407302014042001

Mengetahui,
Plt. Ketua Prodi,

Dr. Heny Hendravati, S.I.P., M.M.
NIP. 197610112005012002

Siti Rahmah Nuraeni, 2025

REVISIT INTENTION PADA WISATAWAN: PENGARUH ATRIBUT HALAL, CITRA DESTINASI, DAYA TARIK DIMEDIASI OLEH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (SUATU KASUS DESTINASI WISATA DI BANDUNG RAYA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Siti Rahmah Nuraeni (2106129) “*Revisit Intention* Pada Destinasi Wisata: Pengaruh Atribut Halal, Citra Destinasi, Daya Tarik Dimediasi Oleh *Memorable Tourism Experience* (Suatu Kasus Destinasi Wisata di Bandung Raya)”, di bawah bimbingan Prof. Dr. A. Jajang W. Mahri, M. Si. dan Rida Rosida, BS., M.Sc.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fluktuasi penurunan kunjungan wisatawan muslim di beberapa destinasi wisata di Bandung Raya, meskipun wilayah ini memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata ramah muslim. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh atribut destinasi halal, citra destinasi, dan daya tarik wisata terhadap niat berkunjung ulang (*revisit intention*), dengan *memorable tourism experience* sebagai variabel mediasi. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 170 wisatawan muslim yang pernah mengunjungi destinasi wisata di wilayah Bandung Raya, dan dianalisis menggunakan teknik *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa atribut destinasi halal, citra destinasi, daya tarik wisata, dan *memorable tourism experience* berada pada kategori sedang, sementara *revisit intention* berada pada kategori rendah. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa atribut destinasi halal, citra destinasi, dan daya tarik wisata tidak berpengaruh langsung terhadap *revisit intention*. Namun, atribut destinasi halal, citra destinasi dan daya tarik wisata berpengaruh terhadap *revisit intention* jika dimediasi oleh *memorable tourism experience*. Temuan ini menekankan pentingnya pengalaman wisata yang berkesan dalam memperkuat niat kunjungan ulang wisatawan Muslim.

Kata kunci: *Revisit Intention*, Atribut Destinasi Halal, Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata, *Memorable Tourism Experience*.

Siti Rahmah Nuraeni (2106129) "Revisit Intention in Tourism Destinations: The Influence of Halal Destination Attributes, Destination Image, and Attractions Mediated by Memorable Tourism Experience (A Case Study of Tourism Destinations in the Greater Bandung Area)" under the guidance of Prof. Dr. A. Jajang W. Mahri, M. Si. and Rida Rosida, BS., M.Sc.

ABSTRACT

This study was motivated by the fluctuating decline in Muslim tourist visits to several tourist destinations in Greater Bandung, despite the region's great potential as a Muslim-friendly tourist destination. The purpose of this study is to analyze the influence of halal destination attributes, destination image, and tourist attractions on revisit intention, with memorable tourism experience as a mediating variable. The approach used is quantitative with a descriptive-causal research design. Data were collected through an online questionnaire distributed to 170 Muslim tourists who had visited tourist destinations in the Bandung Raya region and analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) techniques with the assistance of SmartPLS software. The results of the descriptive analysis indicate that halal destination attributes, destination image, tourist attraction, and memorable tourism experience are in the moderate category, while revisit intention is in the low category. Hypothesis testing results indicate that halal destination attributes, destination image, and tourist attraction do not directly influence revisit intention. However, halal destination attributes, destination image, and tourist attraction influence revisit intention when mediated by memorable tourism experience. This finding emphasizes the importance of memorable tourism experience in strengthening Muslim tourists' revisit intention.

Keywords: *Revisit Intention, Halal Destination Attributes, Destination Image, Tourist Attractions, Memorable Tourism Experience.*

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta inayat-Nya atas limpahan nikmat iman, Islam, serta kesehatan yang telah dianugerahkan. Tak lupa Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wa sallam*., keluarga, sahabat,, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan lancar, yang berjudul ***“Revisit Intention pada Wisatawan: Pengaruh Atribut Halal, Citra Destinasi, Daya Tarik Dimediasi oleh Memorable Tourism Experience (Suatu Kasus Destinasi Wisata di Bandung Raya)”***.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan arahan, motivasi, serta masukan yang berharga. Meskipun telah diupayakan dengan sebaik-baiknya, penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Penulis mengharapkan, kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini ke depannya.

Bandung, Juli 2025

Siti Rahmah Nuraeni

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah rabbil'alaamin, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat iman dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar. Shalawat dan salam semoga tercurah limpah kepada panutan dan junjungan kita bersama, yakni nabi tercinta, Nabi Muhammad Saw pada keluarganya, sahabatnya, dan umatnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan beberapa pihak yang telah memberikan semangat, motivasi, arahan, serta dukungan moril maupun materil. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, syukur, ketulusan, dan kebahagiaan, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yang terhormat, Rektor Universitas Pendidikan Indonesia, Prof. Dr. Didi Sukyadi, M.A. yang telah memberikan fasilitas agar penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan lancar.
2. Yang terhormat, Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Prof. Dr. Ratih Hurriyati, M.P., CSBA yang telah memberikan fasilitas agar penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan lancar.
3. Ibu Dr. Aas Nurasyiah, M.Si., selaku Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam, serta Ibu Dr. Heny Hendrawati, SIP., M.M., selaku Plt. Ketua Program Studi yang telah banyak memberikan motivasi, dukungan, dan inspirasi kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi dan mendapat gelar Sarjana Ekonomi.
4. Ibu Dr. Aas Nurasyiah, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah menjadi orang tua di lingkungan kampus serta senantiasa memberikan dukungan, arahan, dan motivasi agar penulis segera menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.

5. Bapak Prof. Dr. A Jajang W Mahri., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dalam penyusunan skripsi yang telah banyak memberikan masukan, ilmu, dan saran yang membangun sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar. Penulis juga banyak mendapatkan pelajaran yang berharga dari beliau. Semoga Ibu selalu dalam lindungan Allah SWT dan dibalas segala kebaikan Bapak.
6. Ibu Rida Rosida, BS., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II dalam penyusunan skripsi yang telah membina dan meluangkan waktu, ilmu, tenaga, serta dukungan moril dengan ikhlas dalam membimbing penulis hingga skripsi ini selesai. Semoga Ibu selalu dilancarkan dalam segala urusannya dan dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat oleh Allah SWT.
7. Bapak Dr. Juliana, M.E.Sy., Ibu Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si., Ibu Aneu Cakhyaneu, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Neni Sri Wulandari, S.Pd., M.Si., Ibu Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si., Bapak Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A., Ibu Suci Apriliani Utami, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Rumaisah Azizah Al Adawiyah, S.E., M.Sc., Bapak Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy., Bapak Dea Aryandhana Mulyana Haris S.AB., M.E.Sy., Bapak Syaifur Muhammad Irsyad, B.BA., M.Sc., dan Bapak Mumuh Muhammad, S.E., M.A. selaku dosen-dosen Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah banyak memberikan ilmu serta pembelajaran selama penulis berkuliah hingga saat ini.
8. Ibu Mega selaku Staf Administrasi Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah banyak memberikan bantuan dalam hal administratif demi kelancaran penyusunan skripsi sampai selesai.
9. Bapak Cecep M. Kurnia yang senantiasa memberikan bimbingan dan motivasi bagi penulis selama pengerjaan skripsi ini. Terima kasih atas kebaikan dan perhatian yang telah diberikan. Semoga Bapak selalu diberikan kesehatan, serta selalu dalam lindungan Allah Swt.

10. Para responden yang telah ikut berpartisipasi dalam penelitian ini. Terima kasih karena telah meluangkan waktunya untuk turut membantu dalam pengisian kuesioner sehingga penyelesaian skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
11. Orang tua tersayang dan tercinta, bapak Sunarya dan mamah Tuti yang senantiasa untuk memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dan studi sehingga mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Penulis senantiasa untuk memberikan doa agar Bapak dan Ibu selalu diberikan kesehatan oleh Allah SWT. serta dilapangkan dan dicukupkan rezekinya, dimudahkan dan dilancarkan segala urusannya, aamiin.
12. Kakak tercinta serta keponakan penulis, Teh Ica, A Opik, dan Wazna yang selalu memberikan motivasi dan rasa semangat untuk segera menyelesaikan studi. Semoga saudara-saudara penulis selalu diberikan kesehatan dan senantiasa dimudahkan dalam segala urusannya oleh Allah SWT. aamiin.
13. Sahabat terdekat penulis selama masa SMP, yaitu Reynate, Indah, Kekey, Rania. Terima kasih sudah membantu dan selalu ada serta menjadi teman baik penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kelimpahan keberkahan, dan kebahagiaan.
14. Kepada sahabat terdekat penulis dari awal perkuliahan hingga saat ini, Vadila, Yunita, dan Nezra. Terima kasih banyak telah menjadi teman yang baik, yang selalu ada, membantu, menemani, menjadi tempat berbagi cerita, memberi dukungan, dan menciptakan kenangan yang indah di masa perkuliahan. Penulis harap pertemanan ini tidak pernah usai, dan semoga sama-sama dilancarkan disetiap langkah berikutnya.
15. Teman seperjuangan penulis dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir skripsi ini, yaitu Safitri, Kharisma, Naya, dan Dila. Terima kasih atas kebaikan dan waktu luang untuk terus memberikan ruang singgah di kala penulis mengalami kesulitan dan hilang arah. Semoga senantiasa dalam lindungan Allah SWT.

16. Kepada Safitri Desi, Bilqis, Adam sahabat penulis di bangku perkuliahan, untuk senantiasa memberikan semangat dan dukungan dalam penyelesaian studi. Terima kasih atas kebersamaan, tawa, serta penguatan di setiap perjalanan. Semoga persahabatan ini senantiasa terjaga dan menjadi jalan kebaikan bagi kita semua ke depannya.
17. Kepada keluarga Departemen Minat dan Bakat BEM HIMA-IEKI penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta pengalaman berharga selama berorganisasi. Semoga senantiasa diberikan keberkahan, kesehatan, dan kesuksesan oleh Allah SWT dalam setiap langkah ke depannya.
18. Seluruh mahasiswa angkatan 2021 yang merupakan rekan seperjuangan dalam perkuliahan, organisasi, serta dalam penyelesaian tugas akhir. Semoga teman-teman semua senantiasa diberikan kesehatan dan semangat untuk terus berjuang dan menjalani kehidupan dengan bahagia.
19. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu serta telah memberikan doa, dukungan, dan membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	14
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS	
PENELITIAN.....	16
2.1 Telaah Pustaka	16
2.1.1 Pariwisata Ramah Muslim.....	16
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen	20
2.1.3 Konsep Revisit Intention	22
2.1.4 Konsep Memorable Tourism Experience	24
2.1.5 Konsep Atribut Destinasi Halal	27
2.1.6 Konsep Citra Destinasi.....	30
2.1.7 Konsep Daya Tarik Wisata	33
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Teoritis.....	45
2.3.1 Keterkaitan Atribut Destinasi Halal terhadap Revisit Intention	45
2.3.2 Keterkaitan Citra Destinasi terhadap Revisit Intention	47
2.3.3 Keterkaitan Daya Tarik Wisata terhadap Revisit Intention	48

2.3.4 Keterkaitan Memorable Tourism Experience terhadap Revisit Intention	49
2.3.5 Keterkaitan Memorable Tourism Experience Memediasi Atribut Destinasi Halal terhadap Revisit Intention.....	50
2.3.6 Keterkaitan Memorable Tourism Experience Memediasi Citra Destinasi terhadap Revisit Intention	51
2.3.7 Keterkaitan Memorable Tourism Experience Memediasi Daya Tarik Wisata terhadap Revisit Intention.....	53
BAB III OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN	55
3.1 Objek Penelitian.....	55
3.2 Metode Penelitian	55
3.3 Desain Penelitian	55
3.4 Definsi Operasional Variabel	56
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	61
3.6 Instrumen Penelitian, Teknik Pengumpulan Data dan Uji Instrumen Penelitian	64
3.6.1 Instrumen Penelitian.....	64
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	65
3.6.3 Uji Instrumen Penelitian.....	65
3.7 Teknik Analisis Data.....	69
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	69
3.7.2 Teknik Analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS - SEM)	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	78
4.2 Hasil Penelitian, Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	79
4.2.1 Karakteristik Responden	79
4.2.2 Hasil Penelitian Deskriptif	93
4.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan dengan Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS).....	128

4.3.1 Pengujian Outer Model (Evaluasi Model Pengukuran Reflektif dan Formatif).....	128
4.3.2 Pengujian Inner Model (Evaluasi Model Struktural)	142
4.3.3. Pengujian dan Pembahasan Hipotesis	148
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	165
5.1 Simpulan	165
5.2 Implikasi dan Rekomendasi	167
DAFTAR PUSTAKA.....	174
LAMPIRAN.....	186

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Skor Provinsi IMTI.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	56
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	65
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas	69
Tabel 4.1 Rata–rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Atribut Destinasi Halal.....	94
Tabel 4.2 Kategori Variabel Atribut Destinasi Halal untuk Skor Tiap Item Pertanyaan.....	99
Tabel 4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Atribut Destinasi Halal	99
Tabel 4.4 Kategori Variabel Atribut Destinasi Halal untuk Skor Variabel	100
Tabel 4.5 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Atribut Destinasi Halal untuk Tiap Responden.....	100
Tabel 4.6 Pemaknaan Kategori Variabel Atribut Destinasi Halal	101
Tabel 4.7 Rata-rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Citra Destinasi.....	102
Tabel 4.8 Kategori Variabel Citra Destinasi untuk Tiap Skor Pertanyaan.....	105
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Citra Destinasi	106
Tabel 4.10 Kategori Variabel Citra Destinasi untuk Skor Variabel.....	107
Tabel 4.11 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Citra Destinasi untuk Tiap Responden	107
Tabel 4.12 Pemaknaan Kategori Variabel Citra Destinasi.....	108
Tabel 4.13 Rata-rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Daya Tarik Wisata.....	109
Tabel 4.14 Kategori Variabel Daya Tarik Wisata untuk Skor Tiap Item Pertanyaan	112
Tabel 4.15 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Daya Tarik Wisata	112
Tabel 4.16 Kategori Variabel Daya Tarik Wisata untuk Skor Variabel	113
Tabel 4.17 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Daya Tarik Wisata Tiap Responden	114
Tabel 4.18 Pemaknaan Kategori Variabel Daya Tarik Wisata	114
Tabel 4.19 Rata-rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel <i>Memorable Tourism Experience</i>	115
Tabel 4.20 Kategori Variabel <i>Memorable Tourism Experience</i> untuk Skor Tiap Item Pertanyaan.....	118
Tabel 4.21 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel <i>Memorable Tourism Experience</i>	119
Tabel 4.22 Kategori Variabel <i>Memorable Tourism Experience</i> untuk Skor Variabel	120

Tabel 4.23 Kategori dan Rekapitulasi Variabel <i>Memorable Tourism Experience</i>	120
Tabel 4.24 Pemaknaan Kategori Variabel <i>Memorable Tourism Experience</i> ...	121
Tabel 4.25 Rata-rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel <i>Revisit Intention</i>	122
Tabel 4.26 Kategori Variabel <i>Revisit Intention</i>	125
Tabel 4.27 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel <i>Revisit Intention</i>	126
Tabel 4.28 Kategori Variabel <i>Revisit Intention</i> untuk Skor Variabel	127
Tabel 4.29 Kategori dan Rekapitulasi Variabel <i>Revisit Intention</i> Tiap Responden	127
Tabel 4.30 Pemaknaan Kategori Variabel <i>Revisit Intention</i>	128
Tabel 4.31 Nilai <i>Loading Factors</i> Sebelum Perbaikan.....	129
Tabel 4.32 Nilai <i>Loading Factors</i> Setelah Perbaikan	131
Tabel 4.33 <i>Cross Loadings</i>	133
Tabel 4.34 <i>Fornerll-Larcker Criterion</i>	134
Tabel 4.35 <i>Heterotrait-Monotrait</i> (HTMT)	135
Tabel 4.36 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	136
Tabel 4.37 <i>Composite Reliability</i>	136
Tabel 4.38 Variabel dan Indikator Penelitian yang Sudah Valid dan Reliabel	137
Tabel 4.39 <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF) pada Inner Model.....	142
Tabel 4.40 <i>R-Square</i>	144
Tabel 4.41 <i>F-Square</i>	145
Tabel 4.42 SRMR, <i>Chi-square</i> , dan NFI	147
Tabel 4.43 Uji Hipotes	150

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik di Bandung Raya	6
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	21
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	54
Gambar 3.1 Tahapan Pengolahan Data SEM-PLS	72
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran	81
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	82
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	83
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	85
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	86
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berkesan.....	87
Gambar 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Destinasi yang Dikunjungi	89
Gambar 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berwisata ke Bandung Raya.....	90
Gambar 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Objek Wisata.....	92
Gambar 4.12 Output Algoritma Model Penelitian PLS-SEM	148
Gambar 4.13 Output Bootstrapping Model Penelitian PLS-SEM	149

DAFTAR PUSTAKA

- Akgun, A. E., Senturk, H. A., Keskin, H., dan Onal, I. (2020). The relationships among nostalgic emotion, destination images and tourist behaviors: An empirical study of Istanbul. *Journal of Destination Marketing dan Management*, 16, 100355.
- Agustina, S., dan Zakiah, S. (2023). Faktor-Faktor Pendorong Dan Penarik Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Bukit Lawang Sumatera Utara. *Sumber*, 7(5.466), 2-370.
- Al Farisi, M. S. (2022). Konsep Pariwisata Halal di Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(1), 84-90.
- Al Mustaqim, D. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Sebagai Pendorong Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Maqashid Syariah. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(1), 26-43.
- Amali, M. T., Tunggal, I. D. A., dan Rohima, A. (2024). The Impact of E-WOM, Accessibility, and Attractiveness on Revisit Intention to Wediombo Beach Yogyakarta: The Mediating Role of Tourist Experience. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 8(1), 87-98.
- Apriana, A., & Kusumah, A. H. G. (2025). Pengaruh Persepsi Kualitas Daya Tarik Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Word of Mouth di Tanah Lot. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 7(1), 94-106.
- Apriani, A., Meliantari, D., Hanafi, M., Wahdiniawati, S. A. (2024). Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Ke Bandung Melalui Memorable Tourism Experiences. *Jurnal Doktor Manajemen Vol 7 (1)*, 17- 31.
- Ariesta, D., Sukotjo, E., & Suleman, N. R. (2020). The effect of attraction, accessibility and facilities on destination images and it's impact on revisit intention in the marine tourism of the wakatobi regency. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 6605-6613.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal: Sambut Wajib Halal Oktober 2024, BPJPH Kemenag dan Kemenparekraf Sinergi Percepatan Sertifikasi Halal Produk Layanan Wisata (2024). Diakses pada Sabtu, 10 Mei 2025, dari <https://bpjph.halal.go.id/detail/sambut-wajib-halal-oktober-2024-bpjph-kemenag-dan-kemenparekraf-sinergi-percepatan-sertifikasi-halal-produk-layanan-wisata>
- Badan Pusat Statistik. Agama di Indonesia 2024 Tabel Statistik. (2024). Diakses pada Kamis 19 Desember 2024, dari <https://samarindakota.bps.go.id/id/statistics-table/1/MzIOIzE=/agama-di-indonesia-2024.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2024). Diakses pada 25 Desember 2023, dari <https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjIwIzI=/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-objek-wisata.html>
- Bawono, A., Isanawikrama, I., Arif, K., dan Kurniawan, Y. J. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal pengabdian dan kewirausahaan*, 2(2).
- C Budiman, J. (2024). Muslim Millennial Traveler “DNA” Dan Persaingan Wisata Halal Di Dunia. *Biznesa Ekonomika: Economic and Business Journal*, 1(01), 37-57.
- ahyanti, M. M. (2018). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan (Studi pada wisatawan “Kampung Warna Warni” di Kota Malang). *Akuntansi Bisnis dan Manajemen (ABM)*, 25(1), 12-22.
- Chen, X., Cheng, Z. F., & Kim, G. B. (2020). Make it memorable: Tourism experience, fun, recommendation and revisit intentions of Chinese outbound tourists. *Sustainability*, 12(5), 1904.

- Chrismardani, Y., dan Arief, M. (2022). Halal Destination Image, Electronic Word of Mouth (e-wom), and Revisit Intention at Tourist Destinations in Sumenep Regency. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(6), 834-841.
- Ćulić, M., Vujičić, M. D., Kalinić, Č., Dunjić, M., Stankov, U., Kovačić, S., ... & Anđelković, Ž. (2021). Rookie tourism destinations—the effects of attractiveness factors on destination image and revisit intention with the satisfaction mediation effect. *Sustainability*, 13(11), 5780.
- CrescentRating, Bank Indonesia & Perkumpulan Pariwisata Halal Indonesia. Muslim Travel Index (Extract). (2023). Diakses pada: 15 Desember 2024, dari <https://www.crescentrating.com/reports/indonesia-muslim-travel-index-2023.html>
- CrescentRating, Bank Indonesia & Perkumpulan Pariwisata Halal Indonesia. Muslim Travel Index (Extract). (2024) Diakses pada: 16 Desember 2024, dari <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2024.html>
- Darmayasa, D., Pracintya, I. A. E., Judijanto, L., Nugraha, P. A., Anas, M., Dethan, A. G., ... & Yusri, Y. (2024). *Indonesia Tourism: History and Cultur*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Dano, D., Royantie, R. C., dan Gustiana, I. (2022). Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Pariwisata Di Kabupaten Bandung Barat Dalam Perspektif Ekonomi. *Knowledge: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 2(3), 168–177.
- Dasangga, D. G. R., dan Ratnasari, R. T. (2022). Pengaruh Destinasi Halal Terhadap Daya Tarik Destinasi: Penilaian Niat Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 6(2), 219-240.
- Dermawan, W., Akim, A., dan Primawanti, H. (2020). Paradiplomasi Bandung Menuju Kota Wisata Halal. *Indonesian Perspective*, 5(2), 183-200.
- Dewi, D. L., Indrawati, L. R., dan Septiani, Y. (2020). Analisis Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Jumlah Objek Wisata, Jumlah Hotel, dan Jumlah Penduduk Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2014-2018. *DINAMIC: Directory Journal of Economic*, 2(3), 647-658.
- Dewi, M. I. P., Tirtawati, N. M., dan Liestiane, H. K. Pengaruh Memorable Tourism Experience terhadap Kepuasan Wisatawan dan Niat Berkunjung Kembali di Desa Wisata Penglipuran. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 22(2), 132-148.
- Dewi, R. R. V. K., Hanif Hasan, S. M., Par, M. M., Riyanisma, B. I., Par, S., Bandiyah, U. N., ... & Arch, M. (2025). *PEMASARAN DESTINASI PARIWISATA*. Azzia Karya Bersama.
- Elake, A. A., Saleky, S. R. J., dan Ufie, A. J. (2024). Fasilitas Wisata Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pantai Hunimua, Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(1), 264-272.
- El-Rasheed, H. B. (2020). *Emak-emak Produktif Super Sibuk*. brilllyelrasheed.
- Fadhilah, P. S. N., dan Ernawadi, Y. (2023). BL Kontribusi Affective Image Terhadap Peningkatan Revisit Intention Wisatawan Candi Cangkuang. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 1057-1068.
- Fadhlan, dkk (2022). Perkembangan Industri Wisata Halal di Indonesia dan Dunia. *Indonesian Journal of Halal* Vol 5 (1) 76-80
- Fadlullah, F., dan Nurlatifah, H. (2020). Pengaruh antara electronic word of mouth, citra objek wisata, dan wisata halal terhadap travel intention melalui attitude toward destination (studi kasus pada pengambil keputusan untuk wisata Jadetabek). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 1-10.

Siti Rahmah Nuraeni, 2025

REVISIT INTENTION PADA WISATAWAN: PENGARUH ATRIBUT HALAL, CITRA DESTINASI, DAYA TARIK DIMEDIASI OLEH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (SUATU KASUS DESTINASI WISATA DI BANDUNG RAYA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Fahmi, I. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Dan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 52-64.
- Fahmi, M., Gultom, D. K., Siregar, Q. R., dan Daulay, R. (2022). Citra Destinasi dan Pengalaman Destinasi Terhadap Loyalitas: Peran Mediasi Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 23(1), 58-71.
- Fadiryana, N. A., dan Chan, S. (2020). Pengaruh destination image dan tourist experience terhadap revisit intention yang dimediasi oleh perceived value pada destinasi wisata halal di kota banda aceh. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 10(2).
- Fadjrina, N., Octavanny, V., dan Matara, W. (2018). Shopping Attributes Berdasarkan Motivasi dan Loyalitas Wisatawan Nusantara Kota Bandung. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 5(2), 120-132.
- Ferdinand, A. (2020). Metode penelitian manajemen (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Dipenogoro
- Fitaloka, E. D., dan Darmawan, D. (2025). Pengaruh Kualitas Aksesibilitas, Perilaku Masa Lalu, Citra Destinasi, Pencarian Kebaruan Dan Sikap Individu Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Wisata Kebun Binatang Di Surabaya. *YUME: Journal of Management*, 8(1), 238-257.
- Gaffar, V., Christiyanto, W. W., Aris Saputra, R., Abror, A., Achmad, N., Hidayat, E. F. F dan Shahril, A. (2024). Digital Halal Literacy and Halal Destination Attribute as The Antecedents of Revisit Intention. *International Journal of Tourism Cities*.
- Ghozali, I. (2014). Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giantinus. (2018). Preferensi wisatawan terhadap kunjungan wisata di Kusuma Agrowisata Kota Batu Jawa Timur: Peer Review.
- Gumolili, J., Pandowo, M., & Gunawan, E. (2024). The Effect Of Destination Attractiveness And Destination Image On Revisit Intention In Lokon View. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(03), 1465-1475.
- Habibi, F., Supriani, I., dan Tumewang, Y. (2024). The Antecedents of Muslim Tourists' Revisit Intention: The Mediating Role of Visitor Satisfaction. *Shirkah Journal of Economics and Business*, 10(1), 20-41.
- Hadi, A. P. (2018, September). Pola Perjalanan Wisatawan Timur Tengah berdasarkan profil wisatawan dan motivasi pola pergerakan di Bandung. In *National Conference of Creative Industry*.
- Hadi, W., dan Widyaningsih, H. (2020). Implementasi Penerapan Sapta Pesona Wisata Terhadap Kunjungan Wisatawan Di Desa Sambirejo Kecamatan Prambanan Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(2), 127-136.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem). Thousand Oaks. Sage, 165.
- Hair, J. F. J., Anderson, R. E., Black, W. C., dan Babin, B. J. (2019). *Multivariate Data Analysis (8th ed.)* (8th ed.). Annabel Ainscow.
- Hair, J.F., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., dan Ray, S. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd ed.)*. Sage.
- Hakim, I. N. (2019). Media promosi yang ramah wisatawan milenial millennial tourist friendly promotional media. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 13(2), 1-23.

Siti Rahmah Nuraeni, 2025

REVISIT INTENTION PADA WISATAWAN: PENGARUH ATRIBUT HALAL, CITRA DESTINASI, DAYA TARIK DIMEDIASI OLEH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (SUATU KASUS DESTINASI WISATA DI BANDUNG RAYA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Hamdy, A., dan Eid, R. (2024). Muslim-Friendly Tourist Destination Image in Travel and Hospitality Industry: Conceptualization and Scale Development. *International Journal of Intercultural Relations*, 102, 102043.
- Hamid, M., Ng, S. I., Ann, H. J. A. J., Rahmana, A., & Abd Rahman, A. (2023). How memorable is halal tourism in Japan and the United Kingdom?. *Electronic Journal of Applied Statistical Analysis*, 16(1).
- Handayani, P. W., Hidayanto, A. N., Pinem, A. A., Azzahro, F., dan Munajat, Q. (2023). *Konsep CB-SEM dan SEM-PLS Disertai Dengan Contoh Kasus*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Hardisman. (2021). *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS – SEM) Langkah Praktis SmartPLS 3.3 dengan Penerapan Pada Penelitian Kesehatan*. Bintang Pustaka Madani: Yogyakarta.
- Hasanah, A. N. C., Susilowati, M. H. D., & Ludiro, D. (2017, July). Pengembangan Pariwisata Melalui Klasifikasi Tipologi Objek dan Variasi Spasial Wisatawan di Kabupaten Bandung Barat. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 8, pp. 388-395).
- Herawan, S. R., Parlindungan, J., dan Purnamasari, W. D. (2022). Evaluasi Hubungan Kemampuan Restoratif terhadap Revisit Intention dari Taman Tematik di Kota Bandung. *Planning for Urban Region and Environment Journal (PURE)*, 11(2), 111-118.
- Heru, A. A., Siska, L. P., dan Eri, B. (2024). Peranan Memorable Tourist Experience dalam Memediasi Hubungan Antara Tourist Engagement dan Revisit Intention. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 6(2), 222-235.
- Hidayat, Agung. (2024). Strategi Pengembangan Produk di Kawasan Wisata Candi Muaro Jambi
- Hikmah, N., Lestari, H. D., dan Wahyuni, S. (2025). Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Penerapan Zona Kuliner Halal di Kawasan Kuliner Lego-Lego Kota Makassar Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 21(2), 260-277.
- Hosany, S., Sthapit, E., dan Björk, P. (2022). Memorable tourism experience: A review and research agenda. *Psychology dan Marketing*, 39(8), 1467-1486.
- Hosseini, S., Cortes Macias, R., dan Almeida Garcia, F. (2023). *Memorable tourism experience research: a systematic review of the literature*. *Tourism Recreation Research*, 48(3), 465-479.
- Huang, S., dan Hsu, C. H. (2009). *Effects Of Travel Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, And Attitude on Revisit Intention*. *Journal Of Travel Research*, 48(1), 29–44.
- Hudiono, R. (2022). Pengaruh Jenis Kelamin dan Usia terhadap Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, hal 125 – 126.
- Hung, W. L., Lee, Y. J., & Huang, P. H. (2016). Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(8), 763-770.
- Ihsanuddin, A. (2023). *Model Komunikasi Pemasaran Wisata Mloko Sewu Ponorogo Dalam Meningkatkan Kunjungan wisatawan* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Islamic Tourism Centre. (2024). Malaysia Retains Top Spot as Leading Destination for Muslim Travellers in Gmti 2024 Report. Diakses pada: Senin, 12 Mei 2025, dari https://www.itc.gov.my/malaysia-retains-top-spot-as-leading-destination-for-muslim-travellers-in-gmti-2024-report/?utm_source=chatgpt.com

Siti Rahmah Nuraeni, 2025

REVISIT INTENTION PADA WISATAWAN: PENGARUH ATRIBUT HALAL, CITRA DESTINASI, DAYA TARIK DIMEDIASI OLEH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (SUATU KASUS DESTINASI WISATA DI BANDUNG RAYA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh label halal, kesadaran halal dan bahan makanan terhadap minat beli makanan kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100-114.
- Jeong, Y., Yu, A. and Kim, S.-K. (2020), "The antecedents of tourists' behavioral intentions at sporting events: the case of South Korea", *Sustainability*, Vol. 12 No. 1, p. 333,
- Juliana, J., Monoarfa, H., Seka, S., Utomo, Y. T., & Kurniawan, C. S. (2025). Strategic development of halal tourism in Bandung Raya: An IFAS and EFAS matrix analysis. *International Review*, 1(4), 1-24.
- Juliana, J., Syiva, A. N., Rosida, R., Permana, E., Zulfikar, R. M., Abduh, M., & Inomjon, Q. (2024). Revisit Intention Muslim Tourists to Halal Tourism in Yogyakarta: Analysis of Facilities, Promotion, Electronic Word of Mouth, and Religiosity. *Review of Islamic Economics and Finance*, 7(1), 1-22.
- Juliana, J., W. Mahri, A. J., Salsabilla, A. R., Muhammad, M., dan Nusannas, I. S. (2023). The determinants of Muslim millennials' visiting intention towards halal tourist attraction. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(3), 473-488.
- Jumani, Z. A. (2024). Halal-friendly attributes: a comparative study of different Muslim genders' intentions to visit non-Islamic destinations. *Journal of Islamic Marketing*, 15(12), 3515-3542.
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Vonseica, B. R. (2021). Pengaruh destination image terhadap revisit intention dan intention to recommend melalui satisfaction sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 5(2), 176-187.
- Khadijah, S. A. R. (2024). Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Industri Perjalanan Wisata dan Dampaknya Kepada Solo Traveler Perempuan di Indonesia. *Journal of Research on Business and Tourism*, 4(2), 82-101.
- Karsana, R. M. H. (2023). Pengaruh Islamic Attributes, Aksesibilitas dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kabupaten Bandung Barat. *Educationist: Journal of Educational and Cultural Studies*, 2(2), 27-33.
- Kaur, R., Saini, A. and Singh, S. (2024), "The Role of Digital Tourism Platforms in Sustainable Tourism Development", Singh, P., Daga, S., Yadav, K. and Jain, A. (Ed.) *The Need for Sustainable Tourism in an Era of Global Climate Change: Pathway to a Greener Future*, Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. 195-214.
- Kementrian Agama Jawa Barat. (2024). Diakses pada, 10 Januari 2025, dari <https://jabar.kemenag.go.id/>
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). Siaran Pers: Kemenparekraf Siapkan Panduan Penyiapan Destinasi Wisata Ramah Muslim dan Layanan Wisata Halal. Diakses pada Senin, 12 Mei 2025, dari <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-kemenparekraf-siapkan-panduan-penyiapan-destinasi-wisata-ramah-muslim-dan-layanan-wisata-halal>
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024). Fakta Menarik Bandung Kota Kembang yang Penuh Kreativitas. Diakses pada Jumat 20 Desember 2024, dari <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/fakta-menarik-bandung-kota-kembang-yang-penuh-kreativitas>
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024) Laporan Kinerja Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Diakses pada 20 Desember 2024, dari <https://kemenparekraf.go.id/pustaka/laporan-kinerja-2023-deputi-bidang-pengembangan-destinasi-dan-infrastruktur>
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2018). Indonesia Berkomitmen Jalankan Target Tujuan Pembangunan Berkelanjutan 4. Diakses pada 15 Desember 2024, dari <https://www.kemdikbud.go.id/main>

Siti Rahmah Nuraeni, 2025

REVISIT INTENTION PADA WISATAWAN: PENGARUH ATRIBUT HALAL, CITRA DESTINASI, DAYA TARIK DIMEDIASI OLEH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (SUATU KASUS DESTINASI WISATA DI BANDUNG RAYA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

/blog/2018/11/indonesia-berkomitmen-jalankan-target-tujuan-pembangunan-berkelanjutan-4

- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., dan McCormick, B. (2021). *Development of a scale to measure memorable tourism experiences*. Journal of Travel Research, 51(1), 12–25.
- Komite Nasional Keuangan Syariah. (2019). Ekonomi Syariah Indonesia. In Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2018). Marketing Management. Pearson Education Inc.
- Komariyah, W. T., Winata, A. Y. S., Setyawan, A., Mustikowati, R. I., dan Wijayanti, C. A. (2024). Pengaruh Halal Value Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Loyalitas Pada Destinasi Wisata Halal Di Kawasan Pesisir Kabupaten Sampang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi (MEA)*, 8(1), 907-920.
- Kumparan. (29 Agustus 2024). Bandung Raya Meliputi Apa Saja? Cari Tahu Disini. <https://kumparan.com/seputar-bandung/bandung-raya-meliputi-apa-saja-cari-tahu-di-sini-23Q3RhLlf4Y>
- Kurniati, P. S., Zakiyani, S. N., Yuwono, F. A. N., & Munigar, W. (2023). Kebijakan Pemerintah Dalam Pembangunan Dan Pengembangan Pariwisata Di Wilayah Kota Bandung. *Caraka Prabhu: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 7(2), 1-16.
- Kusumawati, R. A., Setiyorini, H. P. D., dan Khaerani, R. (2025). Segmentasi Wisatawan Berbasis Pengalaman Wisata Di Kawasan Atraksi Wisata Alam Pegunungan Jawa Barat. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 19(1), 115-130.
- Kusuma, C. S. D. (2019). MICE-Masa Depan Bisnis Pariwisata Indonesia. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 16(2), 52-62.
- Kusumaningtyas, M., dan Ari Prasetyo, S. E. (2022). *Serial pemasaran islam: Pariwisata halal*. Zifatama Jawa.
- Kusumaningrum, D. A. (2022). Faktor Persepsi Wisatawan Dalam Keputusan Berwisata Di Glamping Lakeside Rancabali, Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Pendidikan Dan Perhotelan (JPP)*, 2(2), 11-24.
- Kusumarini, I., Diwyarthi, N. D. M. S., Citrawati, L. P., Darmiati, M., & Wiarta, N. G. M. (2024). Preferensi Wisatawan Perempuan terhadap Keputusan Membeli dan Menginap pada Hotel Ramah Lingkungan dan Berkelanjutan di Kabupaten Karangasem: Female Travelers' Preferences for Purchasing and Staying Decisions at Eco-Friendly and Sustainable Hotels in Karangasem Regency. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4 (02), 408-420.
- Latifah, S. N. (2024, October). Halal Tourism: Sikap Toleransi Wisatawan Lokal Terhadap Isu Arabisasi Wisata Syariah Pulau Santen di Banyuwangi. In *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars* (Vol. 8, No. 1, pp. 93-98).
- Lesmana, A. P., & Anwar, A. M. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Masyarakat Pada Kebun Binatang A. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(6. C), 1-9.
- Listyawati, I. H., dan Wulandari, A. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(1), 37-43.
- Lubis, R. H., dan Izzah, N. (2022). *Faktor penentu gaya hidup halal generasi Z di Sumatera Utara*. Bypass.
- Luqma, M. L., Susilowati, D., dan Sari, N. P. (2023). Peran Ekonomi Kreatif Dan Sektor Pariwisata Dalam Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 3331-3339.
- Machali, Imam. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Siti Rahmah Nuraeni, 2025

REVISIT INTENTION PADA WISATAWAN: PENGARUH ATRIBUT HALAL, CITRA DESTINASI, DAYA TARIK DIMEDIASI OLEH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (SUATU KASUS DESTINASI WISATA DI BANDUNG RAYA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Mahdzar, M., Shuib, A., Ramachandran, S., & Afandi, S. H. M. (2015). The role of destination attributes and memorable tourism experience in understanding tourist revisit intentions. *American-Eurasian Journal of Agricultural & Environmental Sciences (Tourism & Environment, Social and Management Sciences)*, 15(1), 32-39.
- Marlina, L., Julian, J., Nasrullah, A. A., Suhud, U., Inomjon, Q., Sutianah, C., & Nuryanti, B. L. (2024). A bibliometric review on halal tourism development. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 8848-8859.
- Marlina, L., Juliana, J., Rahmat, B. Z., Nasrullah, A. A., Ismail, S., & Inomjon, Q. (2025). Indonesia's Strategy Creating Halal Tourism for Sustainable Development Goals: Analytical Network Process Approach. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(1), e03403-e03403.
- Marzuki, A., Khoshkam, M., Mohamad, D., & Abdul Kadir, I. (2017). Linking Nature-based Tourism Attributes to Tourists' Satisfaction. *Anatolia*, 28(1), 96–99.
- Masykuri, A. R., & Mumin, A. T. (2023). Examining the Borobudur temple's affective image, cognitive image, and visitor satisfaction in predicting revisit intention. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 7(2), 193-208.
- Misbahuddin, M., & Misbach, I. (2025). The Effect of Attractiveness, Accessibility, and Halal Attributes on Return Interest in Religious Tourism at the 99 Dome Mosque in Makassar with Visitor Satisfaction as an Intervening Variable. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 8(1), 2382-2399.
- Muarif, M. A., dan Ratnasari, I. (2023). Perubahan Perilaku Wisatawan Domestik Pada Destinasi The Lodge Maribaya Sebelum Dan Sesudah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(15), 419-429.
- Mursid, A., & Anoraga, P. (2022). Halal destination attributes and revisits intention: the role of destination attractiveness and perceived value. *International Journal of Tourism Cities*, 8(2), 513-528.
- Mutmainah, L. L., Andani, L., & Taufik, N. (2024). Intention of Generation Z to Visit Halal Tourism Destination in West Java. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 117-136.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., dan Respati, D. K. (2022). *Konsep dasar structural equation model-partial least square (sem-pls) menggunakan smartpls*. Pascal Books.
- Nastabiq, M., & Soesanto, H. (2021). The effect of destination attractiveness, destination service quality and tourist satisfaction on the intention of revisit to Kota Lama Semarang. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2).
- Nata, Andriani Anwar L. (2022). Kian Mendunia Tren Wisata Halal: Religiusitas Dan Efikasi Diri Berwisata. *Journal of Syariah Economic and Halal Tourism Vol.1 No.2, pp.7-12*
- Natasya, E., Nurani, N. K., & Jumaisyah, A. (2025). Digital Destination Branding Melalui Media Sosial: Persepsi Dan Keputusan Wisatawan Pada Wisata Alam Dan Buatan. *Relasi: Jurnal Penelitian Komunikasi (E-ISSN: 2807-6818)*, 5(02), 67-75.
- Nugraha, A. S., dan Adialita, T. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kota Bandung Melalui Nilai yang Dipersepsikan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Manajemen*, 2(3), 195-212.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., dan Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.

Siti Rahmah Nuraeni, 2025

REVISIT INTENTION PADA WISATAWAN: PENGARUH ATRIBUT HALAL, CITRA DESTINASI, DAYA TARIK DIMEDIASI OLEH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (SUATU KASUS DESTINASI WISATA DI BANDUNG RAYA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Nugroho, R. A. (2019). Karakteristik Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Solo. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 13(2), 25-35.
- Nugroho, A. Y. (2024). Phubing dalam Analisis Filsafat Pariwisata, Eksistensialisme, Strukturalisme, dan Postrukturalisme. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 2(04), 1326-1334.
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., dan Laksana, A. (2024). Dinamika perilaku Gen Z sebagai generasi internet. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 95-102.
- Nuraini, E., Saputra, N. H., dan Kholisiah, L. (2019). Potensi dan prospek wisata syariah dalam meningkatkan ekonomi daerah (studi kasus: Kota Bandung). *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(2), 93-104.
- Nurina, A. R., Lenggogeni, S., & Verinita, V. (2023). Pengaruh Personalitas Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Gen Z dan Milenial. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1121-1126.
- Omar, Y. A. A. (2021). *Pengaruh Social Media, Customer Experience dan Servicescape Terhadap Revisit Intention Pada Objek Wisata Bahari (Studi Kasus pada Pantai Akkarena, Makassar)* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Open Data Jabar. (2024). Jumlah Pengunjung ke Objek Wisata Berdasarkan Jenis Wisatawan dan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. Diakses pada 10 Januari, 2025 dari <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-pengunjung-ke-objek-wisata-berdasarkan-jenis-wisatawan-dan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Pancasari, D., Pradikto, S., dan Suchaina, S. (2024). Literasi Keuangan, Pendidikan Ekonomi Keluarga, Dan Pendapatan Terhadap Perencanaan Keuangan Gen Z. *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, 16(3), 214-236.
- Patwary, A. K., Alam, M. M. D., Zainol, N. A., Ashraf, M. U., Alam, M. N., & Hayat, N. (2025). Unveiling the dynamics of revisit intention and word-of-mouth: an attribution theory approach to Halal-friendly hotel attributes and service encounter evaluation. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 8(2), 753-773.
- Pering, I. M. A. A. (2020). mKajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 28-48.
- Pramezwary, A., Juliana, J., dan Hubner, I. B. (2021). Desain perencanaan strategi pengembangan potensi wisata kuliner dan belanja kota bandung. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 8(1), 10-21.
- Pratama, R. A. (2021). Analisis Pengguna Shopeepay Dan Gopay Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Model Tam. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(4), 491-500.
- Pratama, F. S. (2021). Analisis Spasial Kerentanan Bencana Gempa Bumi Sesar Lembang Terhadap Fasilitas Pendidikan Di Kawasan Bandung Raya: Spatial Analysis Of The Vulnerability Of Earthquake Caused By Lembang Fault On Educational Facilities In Greater Bandung Area. *Prosiding Balai Arkeologi Jawa Barat*, 345-353.
- Pratiwi, Y. M., Soetjipto, B. E., & Hermawan, A. (2018). The effect of attraction and facilities on the revisit intention by tourists satisfaction as an intervening variable (a study in banyuwangi ijen crater). *International Journal of Social Science and Economic Research*, 3(6), 2313-2326.
- Qory, S., Ulya, S., Royani, W., & Dewi, Y. (2021). Destinasi pariwisata halal di Kota Bandung. *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 1(1), 99-106.
- Rachman, A., dan Hasan, M. R. (2024). Prospek Pariwisata Halal Di Ibu Kota Nusantara: Perspektif Maqasid Syariah. *Journal Of Innovation Research and Knowledge*, 4(4), 2419-2438.

Siti Rahmah Nuraeni, 2025

REVISIT INTENTION PADA WISATAWAN: PENGARUH ATRIBUT HALAL, CITRA DESTINASI, DAYA TARIK DIMEDIASI OLEH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (SUATU KASUS DESTINASI WISATA DI BANDUNG RAYA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Rachmiate, A., Setiawan, E., Zakiah, K., Saud, M., dan Martian, F. (2024). Halal tourism ecosystem: networks, institutions and implementations in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*.
- Rahman Azibur. (2023). Halal Tourism: Ghirah Tadabbur Alam dalam Tafsir Jawahirul Quran. *Ta'wiluna: Jurnal Ilmu Al-Qur'an, Tafsir dan Pemikiran Islam*, 5(1) 437 – 446
- Rahman, F., Suprianto, S., & Wahiddin, W. (2024). Pengaruh Jumlah Wisatawan, Jumlah Objek Wisata terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 2(4), 282-301.
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M., & Hatamifar, P. (2021). Understanding memorable tourism experiences and behavioural intentions of heritage tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 100621.
- Ratnasari, R. T., Gunawan, S., Mawardi, I., dan Kirana, K. C. (2021). Emotional experience on behavioral intention for halal tourism. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 864-881.
- Riptiono, S., Wibawanto, S., Raharjo, N. I., Susanto, R., Syaputri, H. S., & Bariyah, B. (2023). Tourism revisit and recommendation intention on heritage destination: The role of memorable tourism experiences. In *Journal of International Conference Proceedings* (Vol. 6, No. 1, pp. 201-210).
- Rokhayah, E. G., dan Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10-18.
- Rostiani, R., Firdausi, A. S. M., Arini, H. M., Mulyani, Y. P., & Sunarharum, T. M. (2024). The effect of Islamic attributes, destination image, scepticism, perceived value and halal awareness on the intention to engage in Muslim-friendly travel. *Journal of Islamic Marketing*, 15(2), 613-632.
- Rukiah, S. E., Cahyani, U. E., SP, M., dan Wanda Khairun Nasirin, M. E. (2025). *Keberlanjutan Ekowisata Halal*. Bypass.
- Saepudin, E., Budiono, A., dan Halimah, M. (2019). Pengembangan Desa Wisata Pendidikan Di Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat. *Sosiohumaniora*, 21(1), 1-10.
- S Safitri, N. A. D., & Ramdani, D. (2025). Analisis Dampak Kebijakan Alokasi Anggaran Untuk Sektor Pariwisata Terhadap Ekonomi Masyarakat Dan Wisata Keberlanjutan Di Dago Dreampark Bandung Barat. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 127-133.
- aifudin, dkk. (2023). Membangun Retensi Wisatawan Melalui Atribut Ramah Halal Di Destinasi Wisata Religi Demak Kota Wali. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Customer Behaviour*
- Sarasi dan Fauziyyah. (2025). Pengaruh Islamic Attributes, Destination Image, Tourist Experience terhadap Tourist Satisfaction dan Revisit Intention pada Wisata Halal: Studi di Bandung. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam.*, 3(3), 75 – 93.
- Saroji, R. P. (2018). Dampak Industri Pariwisata Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Hotel, Biro Perjalanan Wisata, Kuliner dan Objek wisata Kabupaten Lombok Barat). *Al-Tijari*, 61-70.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley dan Sons.
- Sembiring, V. A., Ingkadijaya, R., Nurbaeti, N., & Rahmanita, M. (2024). Tourist Satisfaction in Mediating the Influence of Tourist Attractions and Facilities on the

Siti Rahmah Nuraeni, 2025

REVISIT INTENTION PADA WISATAWAN: PENGARUH ATRIBUT HALAL, CITRA DESTINASI, DAYA TARIK DIMEDIASI OLEH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (SUATU KASUS DESTINASI WISATA DI BANDUNG RAYA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Intention to Revisit Waduk Darma, Kuningan Regency (6945). *TRJ Tourism Research Journal*, 8(1), 17-38.
- Setiawan, D., dan Wulandari, S. (2020). Perancangan Desain User Interface Aplikasi KABITA Untuk Menginformasikan Kuliner Street Food Kota Bandung To Inform Information Street Food Culinary Bandung City. *ArtComm: Jurnal Komunikasi dan Desain*, 3(1), 26-40.
- Shi, H., Liu, Y., Kumail, T., & Pan, L. (2022). Tourism destination brand equity, brand authenticity and revisit intention: the mediating role of tourist satisfaction and the moderating role of destination familiarity. *Tourism Review*, 77(3), 751-779.
- Shi, R. (2023). The Influence of Marketing Strategy on Consumer Behavior in The Cosmetics Industry. *Highlights in Business, Economics and Management*, 23, 623–629.
- Sholihin, M., dan Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Penerbit Andi.
- Simorangkir, C. O., Ramadhan, G., Sukran, M. A., & Manalu, T. (2024). Tourism development impact on economic growth and poverty alleviation in West Java. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 18(2), 175-196.
- Sinatrya, B. Y., Ermawati, D., Ulfa, D. C., Dzikirullah, A., Haq, A. S., & Wulandari, F. (2022). Peran Citra Destinasi Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Halal Friendly Destination. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2672-2685.
- Siregar, A. M., dan Aslami, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 21(2), 96-103.
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Sudirjo, F., Wahyuningsih, D., Wijayanto, G., dan Wahyono, D. (2024). Teori Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran. Solok: PT Mafy Media Literasi Indonesia
- Sugandini, D., Sukarno, A., Effendi, M. I., Kundarto, M., Rahmawati, E. D., dan Arundati, R. (2020). Perilaku Konsumen Pro-Lingkungan. *Perilaku Konsumen Pro-Lingkungan*.
- Sugiyama, A. G., Suhartanto, D., LU, C. Y., Rediyasa, I. W., Sulaeman, R. P., & Renalda, F. M. (2024). Tourist satisfaction and revisit intention: the role of attraction, accessibility, and facilities of water park tourism. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 52(1), 257-266.
- Suhud, U., Allan, M., Rahmawaty, P., Juliana, J., & Berutu, M. B. (2025). White-Water Rafting Tourism: Questioning the Role of Destination Image, Destination Personality, Novelty-Seeking, and Perceived Value in Determining Visit Intention. *Journal of Ecohumanism*, 4(2), 1177-1188.
- Suriani, N., dan Jailani, M. S. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36
- Suryaningsih, I. B., SE, M., R Andi Sularso, M. S. M., dan Tanti Handriana, S. E. (2020). *Manajemen Pemasaran Pariwisata dan Indikator Pengukuran*. Samudra Biru.
- Suryawardani, B., Wulandari, A., Marcelino, D., & Millanyani, H. (2024). Islamic destination to millennials in Bandung: Islamic attributes and destination image on tourist satisfaction with visiting decision as mediator. *Journal of Islamic Marketing*, 15(8), 2122-2143.

- Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh promosi media sosial dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali di obyek wisata edukasi Manyung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1(1), 37-46.
- Susianto, B., Johannes, J., dan Yacob, S. (2022). Pengaruh daya tarik wisata dan amenitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada desa wisata kabupaten kerinci. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 592-605.
- Sutisna, dan Susan, M. (2022). Perilaku Konsumen Sebagai Dasar Untuk Merancang Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Syahadatina, S. (2023). *Analisis Potensi Sport Tourism Berbasis Wisata Alam Kabupaten Bengkayang* (Doctoral Dissertation, Ikip Pgri Pontianak).
- Syarifuddin, D. (2018). Nilai Citra Kota dari Sudut Pandang Wisatawan (Studi Tentang Citra Kota Bandung Dampaknya Terhadap Kunjungan Ulang). *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 1-10.
- Syarifuddin, D., Noor, C. M., dan Rohendi, A. (2018). Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Tarigan, N. P., Purwanti, F., dan Hendarto, B. (2018). Kelayakan wisata alam di maroon mangrove edu park semarang. *Management of Aquatic Resources Journal (MAQUARES)*, 6(3), 274-282.
- Thaha, A. R., dan Aziz, F. (2020). Penambangan Teks Pada Tujuan Wisata di Bandung Raya (Studi Kasus: Tangkuban Perahu dan Kawah Putih). *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 4(2), 146-156.
- Theresia, T., Marhanah, S., dan Rosita, R. Perbandingan Persepsi Pengunjung Prospektif Dan Pengunjung Pertama Kali Tentang Keunikan Daya Tarik Wisata Farmhouse Susu Lembang, Kabupaten Bandung Barat. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(1), 37-48.
- Torabi, Z. A., Shalbahian, A. A., Allam, Z., Ghaderi, Z., Murgante, B., dan Khavarian-Garmsir, A. R. (2022). Enhancing memorable experiences, tourist satisfaction, and revisit intention through smart tourism technologies. *Sustainability*, 14(5), 2721.
- Tuahuns, F., Pinoa, W. S., dan Partini, D. (2025). Pengembangan Obyek Wisata Pantai Gumumae di Kota Bula Melalui Promosi Media Sosial: The Development of Gumumae Beach Tourism Object in Bula City Through Social Media Promotion. *Hatunuku: Jurnal Pendidikan IPS*, 1(2), 82-97.
- Tumanan, N., dan Ratnawati, D. (2021). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage Terhadap Nilai Perusahaan, CSR Sebagai Pemoderasi. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 123-136.
- Uin Said. (2024). Pariwisata Halal di Indonesia dan Malaysia, Menilik Perbedaan dan Potensi Regulasi Akomodasi Ramah Muslim. Diakses pada: Senin, 12 Mei 2025 dari <https://uinsaid.ac.id/berita/pariwisata-halal-di-indonesia-dan-malaysia-menilik-perbedaan-dan-potensi-regulasi-akomodasi-ramah-muslim>
- United Nations. (2020). SDG good practices: A compilation of success stories and lessons learned in SDG implementation (First edition). *United Nations, Department of Economic*
- Utami, M. P., dan Hardianti, H. (2024). Integrasi Budaya Lokal Dan Asing Dalam Destinasi Pariwisata: Studi Kasus Zulu Park Kabupaten Pangkep Sulawesi Selatan. *Jurnal Pariwisata Tawangmangu*, 2(2), 54-61.
- Utami, M. P., dan Prambudi, Y. (2025). Paradoks Daya Tarik Visual Dan Tantangan Akses: Studi Perjalanan Wisatawan Ke Danau Cinta Balocci. *Jurnal Pariwisata Tawangmangu*, 3(2).

- Vardhani, N., dan Octavian, R. (2024). Niat Berkunjung Kembali Di Restoran Lika Liku Ditinjau Dari Harga Dan Kepuasan Pelanggan. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(2), 379-388.
- Wahyudiono, S. (2022). Increasing the Tourists' Revisit Intention by Paying Attention to Tourist Satisfaction at The Gong Cave Pacitan Tourist Destination. *Majalah Ilmiah Bijak*, 19(2), 310-321.
- Wahyudin, U., Randa, A. R., El Karimah, K., dan Santoso, I. M. (2022). The misunderstanding of halal tourism in Bandung city-Indonesia: Muslim tourist arrivals are increasing in the obscurity of concepts. *Journal of Islamic Marketing*, 13(12), 2611-2629.
- Wangsamihardja, F. F., Andrianto, T., dan Chendraningrum, D. (2022, August). Preferensi Wisata ala Lelaki (Mancation). In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 13, No. 01, pp. 1394-1400).
- Wardani, A., Hayati, K., Suprayitno, D., dan Hartanto, H. (2023). Gen Z dan Empat Pilar Literasi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 3995-4002.
- Wati, A. M., Nurhalimah, E., & Novianti, Y. A. (Eds.). (2021). *Cerpen Perempuan Seri 4: Ambivalensi (Mantra Bumi)*. Syiah Kuala University Press.
- Wiweka, K., Wachyuni, S. S., dan Rini, N. A. (2019). Perilaku berwisata Wisatawan Generasi Milenial di Jakarta Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(3), 38-53.
- Widiyanti, R., Mandasari, V., Gabriela, E., & Chendraningrum, D. (2025). Analisis kinerja manajemen pengunjung di destinasi wisata bandung utara menggunakan importance-performance analysis. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 106-129.
- Yanti, N. K. W., Darmayanti, G. A. M., & Subawa, N. S. (2024). Minat Kunjungan Wisatawan Gen Z Melalui Citra Destinasi Berkelanjutan Pada Pariwisata Bali. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 7(2), 126-135.
- Yuliani, W., dan Supriatna, E. (2023). *Metode penelitian bagi pemula*. Penerbit Widina.
- Yuni, H. K. (2024). Perempuan Pramuwisata: Peluang dan Tantangan dalam Industri Pariwisata Bali:-. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 13(3), 487-503.
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of destination marketing & management*, 8, 326-336.