
Academia Open



By Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Table Of Contents

Journal Cover	1
Author[s] Statement	3
Editorial Team.....	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact.....	5
Cite this article.....	5
Title page.....	6
Article Title.....	6
Author information	6
Abstract	6
Article content.....	6

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

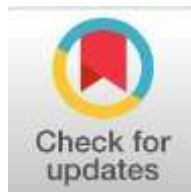
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Tourist Attractions Halal Facilities and Satisfaction Drive Revisit Intention: Daya Tarik Wisata Fasilitas Halal dan Kepuasan Mendorong Minat Kunjungan Ulang

Mahdinatul Fitri Zahroh , mahdinatulfitri2@gmail.com (*)

Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Kudus, Indonesia

Wahibur Rohman, wahibur@uinsuku.ac.id

Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Kudus, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

This study examines revisit intention in a local tourism destination through key experiential and service-related factors. **General Background:** Tourism development increasingly emphasizes visitor experience and service quality to sustain destination competitiveness. **Specific Background:** Pijar Park Kudus, as a semi-artificial nature-based tourist destination, integrates tourist attractions, halal facilities, and visitor satisfaction to attract Muslim tourists. **Knowledge Gap:** Previous studies have rarely investigated the integration of tourist attractions, halal facilities, and visitor satisfaction within a single analytical model in local tourism contexts. **Aims:** This study aims to analyze the role of tourist attractions, halal facilities, and visitor satisfaction in shaping revisit intention. **Results:** Using a quantitative survey of 113 respondents, the findings reveal that tourist attractions, halal facilities, and visitor satisfaction each have positive and significant relationships with revisit intention, both partially and simultaneously, with a contribution of 77.3% to its variance. **Novelty:** This study highlights halal facilities as a key determinant within local tourism settings and integrates multiple variables in a unified model applied to a semi-artificial nature destination. **Implications:** The findings provide practical guidance for destination managers to develop integrated tourism strategies focused on improving attractions, halal facilities, and visitor satisfaction to strengthen visitor loyalty and support sustainable tourism development.

Highlights:

- Tourist attractions contribute significantly to repeat visitation behavior
- Halal-oriented services become a key determinant in local tourism context
- Visitor satisfaction strengthens loyalty formation among young travelers

Keywords: Tourist Attractions; Halal Facilities; Visitor Satisfaction; Revisit Intention; Halal Tourism

Published date: 2026-03-23

Pendahuluan

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang strategis pada berbagai daerah di Indonesia [1]. Pertumbuhan sektor ini juga berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan mendukung Pembangunan [2]. Seiring meningkatnya mobilitas dan perubahan preferensi wisatawan, pengelolaan destinasi dituntut tidak hanya mengandalkan daya tarik fisik, tetapi juga menghadirkan pengalaman wisata yang berkualitas dan memuaskan bagi pengunjung [3].

Perkembangan sektor pariwisata nasional menunjukkan tren positif. BPS mencatat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada September 2024 mencapai sekitar 1,39 juta kunjungan yang mengindikasikan pemulihan pariwisata pascapandemi [4]. Di tingkat regional, jumlah perjalanan wisatawan domestik di Jawa Tengah pada periode Januari sampai November 2024 mencapai 134,58 juta perjalanan atau meningkat sekitar 26,33% dibandingkan tahun sebelumnya, yang berdampak pada daerah penyangga wisata termasuk Kabupaten Kudus [5]. Kondisi ini mencerminkan meningkatnya aktivitas pariwisata regional yang turut berdampak pada daerah-daerah penyangga wisata, termasuk Kabupaten Kudus.

Pada pengembangan destinasi pariwisata, daya tarik wisata berperan sebagai faktor utama yang mendorong kunjungan melalui keunikan alam, budaya, fasilitas, dan pengalaman wisata yang ditawarkan [6]. Seiring berkembangnya pariwisata halal, penyediaan fasilitas halal seperti tempat ibadah dan makanan halal menjadi faktor penting karena terbukti meningkatkan kenyamanan, kepuasan, dan loyalitas wisatawan muslim [7]. Kepuasan pengunjung merupakan evaluasi wisatawan terhadap pengalaman kunjungan yang diperoleh, termasuk kualitas layanan, fasilitas, dan keseluruhan pengalaman wisata. Dalam pariwisata, kepuasan pengunjung memiliki peran strategis karena terbukti dapat memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali (revisit intention). Wisatawan yang merasa puas cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk melakukan kunjungan ulang serta merekomendasikan destinasi kepada pihak lain [8].

Minat berkunjung kembali merupakan indikator keberlanjutan destinasi pariwisata karena mencerminkan tingkat loyalitas wisatawan terhadap suatu objek wisata. Minat ini terbentuk dari pengalaman wisata yang dirasakan, termasuk daya tarik destinasi, ketersediaan fasilitas, dan tingkat kepuasan pengunjung. Pada konteks pariwisata halal, minat berkunjung kembali memiliki peran yang semakin penting karena berkaitan dengan tingkat kenyamanan dan rasa aman wisatawan muslim, yang pada akhirnya menentukan daya saing destinasi wisata [9].

Kabupaten Kudus merupakan salah satu wilayah di Jawa Tengah yang memiliki potensi pariwisata yang beragam, meliputi wisata religi, wisata kuliner, dan wisata alam. Salah satu destinasi yang berkembang di Kabupaten Kudus adalah Pijar Park, yaitu objek wisata alam semi buatan yang mengusung konsep wisata edukatif dan rekreatif. Berdasarkan data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus, jumlah kunjungan wisata ke Kabupaten Kudus pada tahun 2024 mencapai sekitar 4,2 juta kunjungan, meningkat sekitar 37% dibandingkan tahun 2023 [10]. Peningkatan tersebut menunjukkan adanya daya tarik yang kuat serta potensi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan di wilayah ini.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan tidak terlepas dari peran daya tarik wisata dan ketersediaan fasilitas pendukung, termasuk fasilitas halal. Pijar Park menyediakan mushola, tempat makan halal, serta fasilitas sanitasi yang bersih dan nyaman, yang memengaruhi persepsi dan kepuasan pengunjung, khususnya wisatawan muslim. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa peningkatan niat kunjungan kembali dapat dicapai melalui penguatan daya tarik wisata, peningkatan kualitas layanan, penyesuaian harga yang sesuai, serta pemenuhan kepuasan wisatawan [11]. Selain itu, menurut Ariyani et al (2022) daya tarik dan media sosial juga berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan [12]. Pelayanan yang ramah dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan muslim juga berkontribusi pada peningkatan minat dan loyalitas wisatawan [13].

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali, sebagian besar studi tersebut dilakukan pada destinasi wisata berskala besar atau wisata religi. Penelitian yang secara spesifik mengkaji keterkaitan daya tarik wisata, fasilitas halal, dan kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali pada destinasi wisata lokal berbasis wisata alam semi buatan masih terbatas. Selain itu, penelitian yang mengintegrasikan fasilitas halal sebagai variabel penting dalam membentuk minat berkunjung kembali pada destinasi wisata daerah, khususnya di Kabupaten Kudus, masih jarang ditemukan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih kontekstual untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut.

Sejalan dengan kondisi tersebut, Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh daya tarik destinasi, fasilitas halal, dan kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pijar Park Kudus. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan literatur pemasaran pariwisata, sekaligus menjadi dasar rekomendasi praktis bagi pengelola destinasi dalam merumuskan strategi peningkatan pengalaman pengunjung secara berkelanjutan guna memperkuat loyalitas wisatawan.

Selain itu, kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi variabel daya tarik wisata, fasilitas halal, dan kepuasan pengunjung dalam satu model analisis yang diterapkan pada destinasi wisata alam semi buatan di tingkat lokal, yaitu Pijar Park Kudus. Pendekatan ini memberikan perspektif yang lebih kontekstual mengenai bagaimana fasilitas halal dan pengalaman wisata secara simultan memengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan, sehingga dapat memperkaya kajian pariwisata halal serta menjadi dasar pengembangan strategi pengelolaan destinasi wisata daerah yang lebih berorientasi pada kebutuhan wisatawan muslim.

A. Landasan Teori

1. Teori Tindakan Berencana (Theory Of Planned Behavior)

Menurut Ajzen (2020) TPB menjelaskan perilaku individu dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari kepercayaan perilaku, kepercayaan normatif, dan kepercayaan kontrol yang berasal dari berbagai informasi dan keyakinan individu [14]. Kepercayaan perilaku berkaitan dengan keyakinan individu terhadap hasil perilaku, kepercayaan normatif berhubungan dengan ekspektasi sosial dan motivasi untuk mematuhi, dan

sedangkan kepercayaan kontrol berkaitan dengan keyakinan terhadap faktor pendukung atau penghambat perilaku [15].

Ketiga kepercayaan tersebut membentuk sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior), norma subyektif (subjective norm), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavior control) yang selanjutnya memengaruhi niat dan perilaku seseorang [16]. Pada penelitian ini, daya tarik wisata, fasilitas halal, dan kepuasan pengunjung diposisikan sebagai faktor pembentuk sikap dan persepsi kontrol yang memengaruhi minat berkunjung kembali.

Dalam penelitian ini, daya tarik wisata diposisikan sebagai pembentuk attitude toward behavior karena mencerminkan evaluasi positif pengunjung terhadap pengalaman berwisata. Fasilitas halal diposisikan sebagai subjective norm karena berkaitan dengan pemenuhan nilai dan harapan sosial dan religius lingkungan pengunjung. Sementara itu, kepuasan pengunjung diposisikan sebagai perceived behavior control karena pengalaman positif yang dirasakan meningkatkan keyakinan pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali.

2. Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata (destination attractiveness) merupakan persepsi wisatawan terhadap kemampuan destinasi dalam menyediakan pengalaman bernilai melalui kombinasi atraksi, fasilitas, dan layanan yang memenuhi kebutuhan serta ekspektasi pengunjung [17]. Konsep ini umumnya dijelaskan melalui kerangka 4A yang mencakup attraction, accessibility, amenities, dan ancillary services, yang secara simultan membentuk kualitas dan keunggulan kompetitif suatu destinasi wisata [18]. Daya tarik wisata berperan dalam membentuk pengalaman wisata yang berkesan dan bernilai bagi pengunjung [19].

3. Fasilitas Halal

Fasilitas halal merupakan penyediaan sarana dan layanan wisata yang sesuai prinsip syariah, seperti makanan halal, fasilitas ibadah, kebersihan, dan kebijakan destinasi yang mendukung kenyamanan wisatawan Muslim [20]. Pengembangan pariwisata halal memerlukan kolaborasi pemerintah dan pelaku industri melalui peningkatan kualitas serta investasi infrastruktur halal yang berkelanjutan dan pelatihan penyedia layanan [21]. Fasilitas halal dipandang sebagai kebutuhan dasar yang memengaruhi rasa aman, kenyamanan, dan kepercayaan wisatawan selama berkunjung ke destinasi wisata [22]. Pemenuhan fasilitas halal yang baik memungkinkan wisatawan memperoleh pengalaman berwisata tanpa konflik nilai religius, yang pada akhirnya memberikan pengaruh yang positif dan mendorong terbentuknya minat berkunjung kembali.

4. Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung merupakan evaluasi wisatawan terhadap pengalaman berkunjung berdasarkan kesesuaian antara harapan dan kinerja atribut destinasi, seperti kualitas pelayanan, fasilitas, dan nilai yang dirasakan. Kepuasan ini mencerminkan penilaian wisatawan selama kunjungan (Ratih & Noer, 2024). Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung dalam kajian pariwisata meliputi kualitas pelayanan, daya tarik destinasi, ketersediaan fasilitas pendukung termasuk fasilitas halal pengalaman berkunjung, dan

nilai yang dirasakan [23]. Kepuasan pengunjung merefleksikan tingkat kemampuan destinasi wisata dalam memberikan pengalaman yang bermakna, menyenangkan, serta selaras dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan selama kunjungan berlangsung.

5. Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali merupakan keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang sebagai respons terhadap pengalaman pada destinasi yang pernah dikunjungi, yang berkaitan erat dengan sikap dan minat beli ulang [24]. Menurut Pratiwi & Prakosa (2021) minat berkunjung kembali destinasi wisata sering dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, diantaranya yaitu ketersediaan fasilitas yang memadai, adanya acara tertentu, serta penggunaan media sosial untuk berbagi informasi menjadi faktor penting untuk mendorong minat berkunjung Kembali [25]. Adapun indikator dari minat berkunjung kembali menurut Aviolitasona (2017:14) dalam (Lestari et al., 2022) yaitu: (1) mendatangi ulang di lain waktu, (2) merekomendasikan kepada orang lain, (3) mengajak orang lain untuk berkunjung [26].

6. Hubungan Antar Variabel

a. Daya Tarik Wisata terhadap minat berkunjung kembali

Daya tarik wisata ialah salah satu unsur yang harus dimiliki oleh suatu objek wisata supaya bisa dikatakan layak untuk dikunjungi. Sugianto & Marpaung (2020) mengatakan bahwa daya tarik wisata adalah suatu bentukan atau kegiatan dan fasilitas yang berhubungan dan dapat menarik minat wisatawan untuk datang dan berkunjung ke suatu daerah atau tempat tertentu [27]. Daya tarik wisata ialah sesuatu yang menarik buat dilihat serta dinikmati sehingga dapat mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali pada objek wisata yang sama [28]. Daya tarik wisata ialah motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata di suatu objek wisata. Semakin mengagumkan daya tarik suatu objek wisata maka akan semakin tinggi pula minat berkunjung kembali wisatawan. Sebelumnya penelitian ini sudah pernah dilakukan oleh (Ariyani et al., 2022) bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata budaya Taman Tujuh desa Hiang Sakti [12]. Penelitian ini juga sudah pernah dilakukan oleh Sappewali et al (2022) Daya tarik wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang Pada Beberapa Obyek Wisata Di Kabupaten Pasangkayu [29]. Tetapi Penelitian ini juga sudah pernah dilakukan oleh (Saputro et al., 2020) bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan [20].

H1 : Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali

b. Fasilitas Halal terhadap Minat Berkunjung Kembali

Menyediakan Fasilitas Halal pada suatu destinasi wisata merupakan tantangan karena terdapat banyak hal yang harus dipertimbangkan dengan desain fasilitas dan memastikan bahwa fasilitas tersebut sesuai dengan standar yang diperlukan untuk memenuhi status Halal. Hasil penelitian Praditia et al (2022) menyatakan bahwa fasilitas halal berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat berkunjung Kembali [30] Penelitian lain menunjukkan bahwa fasilitas ramah muslim berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan berkunjung [31] Fasilitas halal yang unggul juga dapat membentuk persepsi positif wisatawan terhadap destinasi. Penelitian menunjukkan bahwa pengalaman yang memuaskan dengan fasilitas halal, seperti hotel dengan kebijakan syariah dan transportasi yang mendukung kebutuhan wisatawan Muslim, dapat meningkatkan loyalitas wisatawan dan mendorong mereka untuk merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa kualitas fasilitas halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan Muslim untuk berkunjung ke destinasi halal [32]. Fasilitas halal, seperti akomodasi yang ramah Muslim, restoran dengan sertifikasi halal, dan tempat ibadah yang mudah diakses, menjadi faktor utama yang dipertimbangkan wisatawan dalam memilih destinasi wisata.

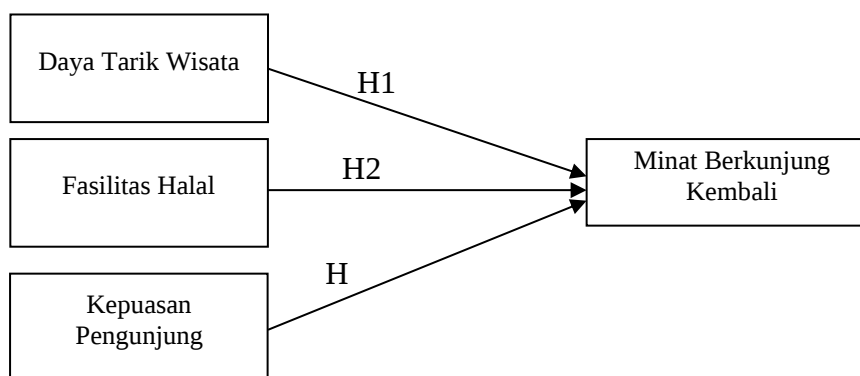
H2: Fasilitas Halal berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali

c. Kepuasan Pengunjung terhadap Minat Berkunjung Kembali

Kepuasan wisatawan dilihat dari dua perspektif yang berbeda: transaksi spesifik dan aspek kumulatif [33]. Aspek transaksi spesifik mengacu pada keputusan konsumen dalam melakukan pembelian atau transaksi tertentu sedangkan aspek kumulatif merupakan pembelian konsumen secara keseluruhan serta pengalaman mereka terkait dengan kinerja masa lalu, sekarang, dan masa depan organisasi. Dalam penelitian Agustina & Maulany (2025) menyatakan bahwa kepuasan pengunjung juga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung Kembali [34]. Hal ini juga diungkapkan pada penelitian Maria et al (2024) Kepuasan wisatawan berkontribusi positif terhadap niat berkunjung kembali karena wisatawan yang merasa puas dengan pengalaman mereka cenderung untuk Kembali [35]. Namun hasil penelitian (Lefiani & Revirani, 2024) menjelaskan bahwa tidak ada pengaruh secara langsung antara Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali [36].

H3 : Kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali

Gambar 1. Model Penelitian



Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui survei kuesioner secara cross-sectional kepada wisatawan Pijar Park Kudus untuk menguji pengaruh daya

tarik wisata, fasilitas halal, dan kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali. Pengukuran variabel menggunakan skala Likert lima poin dari Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju.

Populasi penelitian adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke Pijar Park Kudus, dengan sampel ditentukan menggunakan teknik non-probability sampling melalui metode purposive sampling, yaitu wisatawan berusia minimal 17 tahun yang pernah berkunjung ke Pijar Park. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, yang umum digunakan dalam penelitian kuantitatif ketika ukuran populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times p (1 - p)}{d^2}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{(0,1)^2}$$
$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2}$$
$$n = 96,04$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z = Nilai standar = 1,96

p = Proporsi populasi yang diharapkan (jika tidak diketahui, sering digunakan 0,5)

d = Margin of error yang dapat diterima

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Lemeshow, diperoleh nilai n sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sekurang-kurangnya 100 responden. Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan tingkat akurasi dan konsistensi alat ukur. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis dengan memenuhi uji asumsi klasik sebagai prasyarat analisis regresi. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji simultan (uji F) dan uji parial (uji t). Sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menganalisis hubungan antarvariabel, menguji hipotesis, dan menilai seberapa besar variabel independen memengaruhi variabel dependen. Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi 22.

A. Indikator Variabel

Tabel 1. Daya Tarik Wisata

Variabel	Pernyataan	Sumber
DTW1	Pijar Park Kudus memiliki daya tarik wisata yang unik dan menarik untuk dikunjungi.	(Diansyah & Chrismardani, 2024) [37].
DTW2	Pijar Park Kudus mudah diakses dan memiliki petunjuk arah yang jelas bagi pengunjung.	
DTW3	Pijar Park Kudus memiliki area parkir yang memadai dan tertata dengan baik bagi pengunjung.	
DTW4	Pijar Park Kudus menyediakan informasi wisata yang memadai, menjaga keamanan pengunjung, serta menunjukkan responsivitas petugas terhadap kebutuhan pengunjung.	

DTW5	Pijar Park Kudus dikenal sebagai destinasi wisata yang memiliki reputasi baik.	
------	--	--

Tabel 2. Fasilitas Halal

Variabel	Pernyataan	Sumber
FH1	Pijar Park Kudus menyediakan fasilitas ibadah (mushalla) yang memadai bagi pengunjung Muslim.	(Diansyah & Chrismardani, 2024; Juliana et al., 2024) [37],[38].
FH2	Arah kiblat dan sarana pendukung ibadah di Pijar Park Kudus tersedia dengan jelas dan mudah digunakan.	
FH3	Pijar Park Kudus menyediakan makanan dan minuman yang terjamin kehalalannya bagi pengunjung.	
FH4	Lingkungan wisata di Pijar Park Kudus bebas dari aktivitas yang bertentangan dengan prinsip halal, sehingga membuat saya merasa nyaman.	
FH5	Informasi dan akses terhadap fasilitas halal di Pijar Park Kudus mudah ditemukan dan digunakan oleh pengunjung.	

Tabel 3. Kepuasan Pengunjung

Variabel	Pernyataan	Sumber
KP1	Petugas di Pijar Park Kudus memberikan pelayanan yang ramah, sopan, dan membantu selama kunjungan saya.	(Diansyah & Chrismardani, 2024; Juliana et al., 2024) [37],[38].
KP2	Fasilitas yang tersedia di Pijar Park Kudus, termasuk fasilitas pendukung wisata halal, berada dalam kondisi bersih, nyaman, dan memadai.	
KP3	Saya memperoleh pengalaman wisata yang menyenangkan dan berkesan selama berada di Pijar Park Kudus	
KP4	Pengalaman saya berkunjung ke Pijar Park Kudus sesuai dengan harapan saya sebelum melakukan kunjungan.	
KP5	Secara keseluruhan, kunjungan ke Pijar Park Kudus memberikan manfaat yang sepadan dengan biaya dan waktu yang saya keluarkan.	

Tabel 4. Minat Berkunjung Kembali

Variabel	Pernyataan	Sumber
MBK1	Saya memiliki keinginan untuk berkunjung kembali ke Pijar Park Kudus di masa mendatang.	(Pratama et al., 2025) [39].
MBK2	Saya berencana untuk kembali mengunjungi Pijar Park Kudus dalam waktu tertentu.	
MBK3	Pijar Park Kudus menjadi pilihan utama saya dibandingkan objek wisata lain yang sejenis.	

MBK4	Saya bersedia merekomendasikan Pijar Park Kudus sebagai destinasi wisata halal kepada orang lain.	
MBK5	Saya bersedia membagikan pengalaman positif saya berkunjung ke Pijar Park Kudus melalui media sosial atau cerita langsung kepada teman dan keluarga.	

Hasil dan Pembahasan

A. Analisis Data Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel. 5 Jenis Kelamin Responden

Variabel	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	22	19%
Perempuan	91	81%
Jumlah	113	100%

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat diketahui bahwa dari karakteristik berdasarkan jenis kelamin sebagian besar responden pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 91 orang dengan persentase 81%.

Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Pijar Park dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, yang mengindikasikan bahwa destinasi wisata tersebut cukup diminati oleh segmen pengunjung perempuan, terutama dalam kategori wisata rekreatif dan edukatif yang cenderung populer di kalangan wisatawan muda.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel. 6 Usia Responden

Variabel	Frekuensi	Persentase
17-20 Tahun	24	21%
21-24 Tahun	84	74%
25-28 Tahun	4	4%
29 Tahun Keatas	1	1%
Jumlah	113	100%

Berdasarkan tabel 6 di atas dapat diketahui bahwa dari karakteristik responden pada penelitian ini sebagian besar berusia 21-24 tahun yaitu sebanyak 84 orang dengan persentase 74%. Dominasi kelompok usia ini menunjukkan bahwa Pijar Park lebih banyak dikunjungi oleh wisatawan usia muda atau generasi produktif, yang cenderung memiliki minat tinggi terhadap wisata alam, rekreasi, dan aktivitas berbasis pengalaman.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 7. *Jenis Pekerjaan Responden*

Variabel	Pernyataan	Persentase
Pelajar Sekolah	3	3%
Mahasiswa/i	88	78%
Pengusaha	2	2%
Karyawan	15	13%
Yang lain	5	4%
Jumlah	113	100%

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat diketahui bahwa karakteristik berdasarkan pekerjaan, sebagian besar responden yaitu mahasiswa/i dengan jumlah 88 orang dengan persentase 78%. Temuan ini mengindikasikan bahwa Pijar Park menjadi salah satu destinasi wisata yang cukup populer di kalangan mahasiswa karena menawarkan pengalaman rekreasi yang terjangkau serta memiliki daya tarik visual yang sesuai dengan preferensi wisata generasi muda.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Kuantitas Kunjungan

Tabel 8. *Kuantitas Kunjungan Responden ke Pijar Park*

Variabel	Pernyataan	Persentase
1 Kali	39	35%
2-4 Kali	57	50%
Lebih dari 5 Kali	17	15%
Jumlah	113	100%

Berdasarkan tabel 8 di atas dapat diketahui bahwa karakteristik berdasarkan kuantitas kunjungan responden ke Pijar Park, sebagian besar responden pernah berkunjung ke Pijar Park sebanyak 2-4 Kali dengan jumlah 57 orang dengan persentase 50%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung tidak hanya melakukan kunjungan satu kali, tetapi memiliki kecenderungan untuk kembali berkunjung, yang mengindikasikan adanya tingkat ketertarikan dan kepuasan tertentu terhadap pengalaman wisata yang ditawarkan oleh Pijar Park.

B. Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai kelayakan butir pernyataan kuesioner dengan kriteria valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel. Kuesioner terdiri dari masing-masing 5 butir pernyataan untuk variabel minat berkunjung kembali (Y), daya tarik wisata (X₁), fasilitas halal (X₂), dan kepuasan pengunjung (X₃). Pengujian menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan bantuan SPSS versi 22.0, dengan nilai r tabel sebesar 0,184 pada $n = 113$ dan $\alpha = 0,05$. Ringkasan hasil uji validitas disajikan pada tabel 9 sebagai berikut :

Tabel 9. *Hasil Uji Validitas*

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Daya Tarik Wisata (X ₁)	X1.1	0.856	0.184	Valid
	X1.2	0.789	0.184	Valid
	X1.3	0.822	0.184	Valid

	X1.4	0.808	0.184	Valid
	X1.5	0.812	0.184	Valid
Fasilitas Halal (X2)	X2.1	0.713	0.184	Valid
	X2.2	0.766	0.184	Valid
	X2.3	0.779	0.184	Valid
	X2.4	0.768	0.184	Valid
	X2.5	0.708	0.184	Valid
Kepuasan Pengunjung (X3)	X3.1	0.765	0.184	Valid
	X3.2	0.774	0.184	Valid
	X3.3	0.723	0.184	Valid
	X3.4	0.807	0.184	Valid
	X3.5	0.766	0.184	Valid
Minat Berkunjung Kembali (Y)	Y.1	0.683	0.184	Valid
	Y.2	0.689	0.184	Valid
	Y.3	0.755	0.184	Valid
	Y.4	0.816	0.184	Valid
	Y.5	0.795	0.184	Valid

Berdasarkan tabel 9 tersebut, seluruh item pernyataan pada setiap variabel memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,184), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam pengumpulan data penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach' s Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach' s Alpha > 0,60 yang dapat dilihat pada tabel 10 berikut :

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach' s Alpha	Keterangan
Daya Tarik Wisata (X1)	0.876	Reliabel
Fasilitas Halal (X2)	0.801	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (X3)	0.824	Reliabel
Minat Berkunjung Kembali (Y)	0.803	Reliabel

Berdasarkan tabel 10 tersebut, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel penelitian.

C. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 11. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.043	1.132		.922	.359
	DAYA TARIK WISATA	.362	.036	.481	10.064	.000

	FASILITAS HALAL	.352	.041	.399	8.483	.000
	KEPUASAN PENGUNJUNG	.315	.039	.380	8.130	.000
a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG KEMBALI						

Berikut ini adalah persamaan regresi berdasarkan data tabel 11 di atas diperoleh nilai Unstandardized Coefficients (B) sebagai berikut. Konstanta (a) sebesar 1,043. Daya Tarik Wisata (X1) sebesar 0,362. Fasilitas Halal (X2) sebesar 0,352. Kepuasan Pengunjung (X3) sebesar 0,315. Sehingga persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 1,043 + 0,362X_1 + 0,352X_2 + 0,315X_3 + e$$

Keterangan variabel adalah Y sebagai Minat Berkunjung Kembali, X1 sebagai Daya Tarik Wisata, X2 sebagai Fasilitas Halal, dan X3 sebagai Kepuasan Pengunjung.

Interpretasi persamaan menunjukkan bahwa konstanta sebesar 1,043 berarti apabila Daya Tarik Wisata, Fasilitas Halal, dan Kepuasan Pengunjung bernilai nol, maka Minat Berkunjung Kembali memiliki nilai sebesar 1,043. Seluruh koefisien regresi bernilai positif, yang berarti setiap peningkatan pada masing-masing variabel independen akan meningkatkan Minat Berkunjung Kembali dengan asumsi variabel lain tetap.

Temuan ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki hubungan yang searah dengan minat berkunjung kembali, sehingga peningkatan kualitas daya tarik wisata, fasilitas halal, serta kepuasan pengunjung akan secara langsung meningkatkan loyalitas wisatawan terhadap destinasi Pijar Park.

1. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Kriteria uji F yaitu apabila F hitung > F tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dan jika F hitung < F tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 13. Tabel Uji F

ANOVAa						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	309.774	3	103.258	127.905	.000b
	Residual	87.996	109	.807		

	Total	397.770	112			
a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG KEMBALI						
b. Predictors: (Constant), KEPUASAN PENGUNJUNG, FASILITAS HALAL, DAYA TARIK WISATA						

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 127,905 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Daya Tarik Wisata, Fasilitas Halal, dan Kepuasan Pengunjung secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali. Dengan demikian, model regresi dinyatakan layak digunakan.

2. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independent mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria hipotesis yang diterima apabila signifikansi $< 0,05$ dan jika signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak.

Tabel 12. Hasil Uji t

Variabel	Koefisien Regresi	Nilai Signifikansi	Keterangan
Daya Tarik Wisata (X1)	0,362	0,000	Signifikan
Fasilitas Halal (X2)	0,352	0,000	Signifikan
Kepuasan Pengunjung (X3)	0,315	0,000	Signifikan

Tabel 12 di atas, diketahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan uraian berikut ini:

a. Pengaruh Daya Tarik Wisata (X1) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh nilai koefisien sebesar 0,362 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin tinggi Daya Tarik Wisata (X1), maka minat berkunjung kembali (Y) juga semakin meningkat. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis pertama yang mengatakan Daya Tarik Wisata (X1) berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali (Y) terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pijar Park Kudus diterima.

b. Hasil Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ariyani et al (2022) serta Sappewali et al (2022) bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung Kembali [12],[29].

Pengaruh Fasilitas Halal (X2) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh nilai koefisien sebesar 0,352 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin tinggi Fasilitas Halal (X2), maka minat berkunjung kembali (Y) semakin meningkat. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang mengatakan Fasilitas Halal (X2) berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali (Y) terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pijar Park Kudus diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alrasyid (2024) bahwa kualitas fasilitas halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan Muslim untuk berkunjung ke destinasi halal [32].

c. Pengaruh Kepuasan Pengunjung (X₃) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh nilai koefisien sebesar 0,315 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin tinggi Kepuasan Pengunjung (X₃), maka minat berkunjung kembali (Y) semakin meningkat. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis ketiga yang mengatakan Kepuasan Pengunjung (X₃) berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali (Y) terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pijar Park Kudus diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Agustina & Maulany (2025) menyatakan bahwa kepuasan pengunjung juga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung Kembali [34].

3. Koefisien Determinasi (R²)**Tabel 13. Model Summaryb**

Model Summaryb				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882a	.779	.773	.89850
Predictors: (Constant), KEPUASAN PENGUNJUNG, FASILITAS HALAL, DAYA TARIK WISATA				
b. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG KEMBALI				

Tabel di atas menunjukkan koefisien determinasi (R²) yang dilihat pada kolom Adjusted R Square sebesar 0,773 menunjukkan bahwa 77,3%. Artinya Daya Tarik Wisata, Fasilitas Halal, dan Kepuasan Pengunjung berkontribusi sebesar 77,3% terhadap Minat Berkunjung Kembali, sedangkan sisanya sebesar 22,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu dicatat. Dominasi responden mahasiswa (78%) dan karakteristik usia yang relatif homogen (mayoritas 21–24 tahun) membatasi kemampuan untuk menggeneralisasi temuan ke seluruh populasi wisatawan, termasuk kelompok usia lebih tua, non-mahasiswa, atau wisatawan profesional. Oleh karena itu, kesimpulan mengenai pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Halal, dan Kepuasan Pengunjung terhadap Minat Berkunjung Kembali lebih tepat diterapkan pada segmen wisatawan muda yang menjadi mayoritas pengunjung Pijar Park Kudus.

Selain itu, penggunaan metode survei kuantitatif dengan data self-report berpotensi menimbulkan bias persepsi subjektif. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggabungkan pendekatan kualitatif atau observasional untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung kembali.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa daya tarik wisata, fasilitas halal, dan kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pijar Park Kudus. Daya tarik wisata menjadi faktor penting dalam mendorong kunjungan ulang melalui keunikan destinasi,

kemudahan akses, serta kualitas pengalaman wisata. Fasilitas halal juga memberikan kontribusi signifikan terhadap minat berkunjung kembali melalui penyediaan fasilitas ibadah, makanan halal, dan lingkungan wisata yang sesuai dengan prinsip halal. Selain itu, kepuasan pengunjung berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali, yang menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang sesuai dengan harapan dapat membentuk loyalitas wisatawan. Ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 77,3% variasi minat berkunjung kembali, sehingga menegaskan pentingnya pengelolaan destinasi wisata yang terintegrasi untuk mendukung keberlanjutan pariwisata.

Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan implikasi bagi pengelola destinasi wisata Pijar Park Kudus untuk terus meningkatkan kualitas daya tarik wisata melalui inovasi atraksi, memperkuat penyediaan dan kualitas fasilitas halal, serta menjaga kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan pengunjung. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui pengembangan fasilitas yang lebih nyaman, peningkatan kebersihan dan aksesibilitas, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi untuk menarik wisatawan baru sekaligus mempertahankan loyalitas pengunjung.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat berkunjung kembali, seperti harga tiket, kualitas layanan, citra destinasi, serta pengaruh media sosial, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas wisatawan pada destinasi wisata.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pengelola Objek Wisata Pijar Park Kudus dan seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan pariwisata.

Referensi

- [1] H. Fadilla, "Pengembangan Sektor Pariwisata untuk Meningkatkan Pendapatan Daerah di Indonesia," *Benefit: Journal of Business, Economics, and Finance*, vol. 2, no. 1, pp. 36–43, 2024, doi: 10.37985/benefit.v2i1.375.
- [2] D. Dawmawan, F. Purwanto, Jahroni, and A. Infante, "The Relationship between Satisfaction and Loyalty of Hotel Service Users in the Tourism City of Batu, Malang," *Journal of Engineering and Social Sciences (JESS)*, vol. 1, no. 1, pp. 49–56, 2021.
- [3] A. R. Firdaus and N. Farida, "Minat Berkunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 11, no. 4, pp. 774–781, 2022.
- [4] Badan Pusat Statistik, *Kunjungan Wisatawan Mancanegara*, Jakarta: BPS, 2025.
- [5] Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, *Development Jawa Tengah Tourism November 2024*, Semarang: BPS Jawa Tengah, 2025.
- [6] H. Anshari and S. Widodo, "The Influence of Service, Attraction, and Facilities on the Visitor Loyalty of Halal Tourism in Medan City," *Proceeding of the International Conference on Management, Entrepreneurship, and Business*, vol. 2, no. 1, pp. 27–35, 2025, doi: 10.61132/icmeb.v2i1.169.

- [7] Safira, N. Y. S. Dewi, S. Ahadiah Agustina, and L. M. Z. Fatawi, "Analisis Pengaruh Fasilitas Ibadah, Makanan Halal, dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Wisatawan Muslim," *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, vol. 8, no. 2, pp. 143–155, 2025, doi: 10.32528/sw.v8i2.4496.
- [8] I. Masriah, R. Ingkadijaya, and A. T. Mumin, "The Influence of Tourism Facilities and Attractions on Revisit Intentions with Visitor Satisfaction as an Intervening Variable," *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, vol. 8, no. 2, pp. 109–124, 2024, doi: 10.31940/ijaste.v8i2.109-124.
- [9] A. Apriani, S. A. Wahdiniawati, I. P. Saputri, and V. Randyantini, "Peran Citra Destinasi, Aksesibilitas, dan Kepuasan Wisatawan dalam Meningkatkan Niat Kunjungan Ulang ke Yogyakarta," *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, vol. 5, no. 1, pp. 44–59, 2025.
- [10] Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus, *Jumlah Kunjungan Wisata*, Kudus: Disbudpar, 2025.
- [11] K. N. S. A. Devyanti and M. S. Utama, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan di Kabupaten Tabanan," *Journal of Social Science Research*, vol. 4, no. 4, pp. 7004–7018, 2024.
- [12] R. M. Ariyani, V. Dhameria, and Suyitno, "Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali," *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, vol. 6, no. 2, pp. 133–147, 2022, doi: 10.26740/jpeka.v6n2.p133-147.
- [13] Somadi, Cupian, and A. Hayati, "Pengembangan Wisata Halal sebagai Strategi Daerah," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, vol. 9, no. 1, pp. 1–19, 2024.
- [14] I. Ajzen, "The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions," *Human Behavior and Emerging Technologies*, pp. 1–11, 2020, doi: 10.1002/hbe2.195.
- [15] L. Melati, "The Implementation of the Theory of Planned Behavior and Risk Propensity," *Jurnal Ilmu Mahasiswa FEB*, vol. 8, no. 2, pp. 3–16, 2020.
- [16] K. Ramadhani, P. L. Putri, and K. D. C. Sari, "Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control, dan Gaya Hidup," *Jurnal EBI*, vol. 5, no. 2, pp. 67–76, 2023, doi: 10.52061/ebi.v5i2.177.
- [17] T. Li, C. Liao, and R. Law, "An Integrated Model of Destination Attractiveness," *Behavioral Sciences*, vol. 13, no. 3, 2023, doi: 10.3390/bs13030264.
- [18] I. G. Kanaka, G. Anargya, and I. N. Sunarta, "Komponen Pariwisata 4A di Bali Zoo," *Jurnal Destinasi Pariwisata*, vol. 12, no. 2, pp. 202–206, 2024.
- [19] M. Raimkulov, H. Juraturnov, and Y. Ahn, "Destination Attractiveness and Memorable Travel Experiences," *Sustainability*, vol. 13, no. 4, 2021, doi: 10.3390/su13042252.
- [20] Y. Y. Wulansari and Candraningrat, "The Role of Halal Tourism East Java," *Journal of Halal Research, Policy and Industry*, vol. 3, no. 1, 2024, doi: 10.33086/jhrpi.v3i1.6181.
- [21] L. L. Sitohang, W. P. Winulyo, M. Adib, and A. Nabila, "The Role of the Local Government in Supporting Tourism Development," *Jurnal Kepariwisata*, vol. 23, no. 2, pp. 1–13, 2024, doi: 10.52352/jpar.v23i2.1390.
- [22] D. W. Setanggor, "Kepuasan Wisatawan pada Destinasi Halal di Indonesia: Studi Empiris di Desa Wisata Setanggor," *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, vol. 4, no. 2, pp. 271–280, 2025, doi: 10.58222/jemakbd.v4i2.1328.
- [23] A. S. Ningtias, B. Waluya, and R. Khaerani, "The Influence of Tourism Product Attributes on Tourist Satisfaction," *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, vol. 16, no. 2, pp. 203–215, 2022.
- [24] H. Pujiyati and I. P. G. Sukaatmadja, "The Antecedent of Spiritual Tourist Revisit Intention in Bali," *E-Jurnal Manajemen*, vol. 9, no. 1, pp. 21–39, 2020, doi: 10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i01.p02.
- [25] Z. Pratiwi and A. Prakosa, "Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, dan Fasilitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung," *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, vol. 11, no. 1, pp. 74–94, 2021, doi: 10.12928/fokus.v11i1.3851.
- [26] S. Lestari, I. K. Yulita, and T. H. E. Prabowo, "Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang," *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, vol. 5, no. 1, pp. 1–28, 2022, doi: 10.24071/exero.v5i1.5037.
- [27] Sugianto and H. Marpaung, "Pengaruh Word of Mouth, Daya Tarik Wisata, dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Ulang," *Jurnal Manajemen, Ekonomi Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 101–106, 2020.

- [28] W. E. Saputro, Sukimin, and N. Indriastuty, "Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Ulang," *Jurnal GeoEkonomi*, vol. 11, pp. 56–73, 2020, doi: 10.36277/geoekonomi.v11i1.108.
- [29] A. E. Sappewali, H. Saleh, and S. Suriani, "Revisit Intention through Tourist Satisfaction," *Indonesian Journal of Business and Management*, vol. 5, no. 1, pp. 122–132, 2022, doi: 10.35965/jbm.v5i1.1947.
- [30] R. J. H. Praditia, A. Saufi, and H. S. Athar, "Pengaruh Sport Event dan Ketersediaan Fasilitas Halal terhadap Minat Berkunjung Kembali," *JPIIn: Jurnal Pendidikan Indonesia*, vol. 5, no. 2, pp. 155–171, 2022.
- [31] A. Maulidiyah, "Pengaruh Religiositas, Citra Destinasi, Promosi, dan Fasilitas Ramah Muslim," Undergraduate Thesis, Univ. Islam Malang, Malang, Indonesia, 2022.
- [32] H. Alrasyid, "Daya Tarik Wisata Halal di Malang Raya," *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, vol. 4, no. 6, pp. 3332–3343, 2024.
- [33] Agustina and S. Maulany, "Meningkatkan Minat Kunjungan Kembali melalui Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung," *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, vol. 5, no. 4, pp. 422–429, 2025, doi: 10.47065/jtear.v5i4.1991.
- [34] A. D. Maria, R. Octafian, D. Palupiningtyas, and I. H. Sunarko, "Pengaruh Kepuasan Wisatawan dan Citra Destinasi terhadap Minat Kunjungan Ulang," *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, vol. 3, no. 1, 2024.
- [35] N. Lefiani and S. Revirani, "Euforia Puncak Mas: Kepuasan Wisatawan dan Memorable Tourism Experience," *Journal of Tourism and Economic*, vol. 7, no. 1, pp. 91–98, 2024.
- [36] R. J. Diansyah and Y. Chrismardani, "The Effect of Tourism Attraction on Interest in Revisiting," *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, vol. 5, no. 4, pp. 4822–4831, 2024.
- [37] J. Uliana, A. N. Syiva, R. Rida, E. Permana, R. M. Zulfikar, A. Muhammad, and I. Qudratof, "Revisit Intention of Muslim Tourists to Halal Tourism in Yogyakarta," *Review of Islamic Economics and Finance*, vol. 7, no. 1, pp. 1–22, 2024.
- [38] A. Pratama, Zaitul, and R. Yuliviona, "The Effect of Tourist Attractions and Facilities on Tourist Revisit Intention," *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, vol. 20, no. 1, pp. 70–83, 2025.
- [39] Y. Y. Wulansari and Candraningrat, "The Role of Halal Tourism East Java in Promoting Cultural Exchange," *Journal of Halal Research, Policy and Industry*, vol. 3, no. 1, 2024.