

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP  
REVISIT INTENTION WISATAWAN KE WISATA KULINER  
DI PASAR KULINER KOTA PADANG PANJANG DI  
MEDIASI HALAL DESTINATION IMAGE**

**SKRIPSI**

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan  
Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat Dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*



**Oleh :**

**FADHLAN AZIM**

**2016030047**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
IMAM BONJOL PADANG  
1446H/2025M**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Revisit Intention Wisatawan Ke Wisata Kuliner Di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang Di Mediasi Halal Destination Image” yang disusun oleh Fadhlhan Azim NIM 2016030047 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasah Skripsi.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 10 Februari 2025

### Menyetujui Dosen Pembimbing

Dosen Pembimbing I



**Dr. Alfi Syukri Rama, S.E., M.M., CCMs., CPSp**  
NIP. 197509292000031005

Dosen Pembimbing II



**Hesti Maria Putri, SS, MM**  
NIP. 198609302020122013

#### PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Skripsi dengan judul “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Revisit Intention Wisatawan Ke Wisata Kuliner Di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang Di Mediasi Halal Destination Image” disusun oleh Fadhlán Azim NIM. 2016030047 telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang, pada hari Kamis, tanggal 20 Februari 2025, dan dinyatakan Lulus dan dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana program strata satu (S1) pada Prodi Manajemen Bisnis Syariah.

Padang, 24 Februari 2025

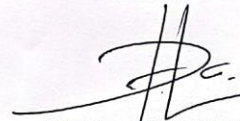
Tim Penguji

Ketua



**Dr. Alfi Syukri Rama, S.E., M.M., CCMs., CPSp**  
NIP. 197509292000031005

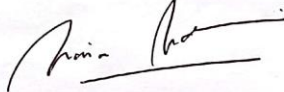
Sekretaris



**Nila Mardiah, SE, MM**  
NIP. 198312082015032003

Anggota

Penguji I



**Novia Indriani, S.E., M.Si**  
NIP. 197611022011012004

Penguji II



**Nila Mardiah, SE, MM**  
NIP. 198312082015032003

Pembimbing

Pembimbing I



**Dr. Alfi Syukri Rama, S.E., M.M., CCMs., CPSp**  
NIP. 197509292000031005

Pembimbing II



**Hesti Maria Putri, SS, MM**  
NIP. 198609302020122013

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Imam Bonjol Padang



**Prof. H. Ahmad Wira, M.Ag., M.Si., Ph.D**  
NIP. 197112011996031002

#### PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Revisit Intention Wisatawan Ke Wisata Kuliner Di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang Di Mediasi Halal Destination Image”** merupakan hasil karya, bukan tiruan, duplikasi ataupun karya yang sudah pernah diduplikasi atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar kesarjanaan UIN Imam Bonjol Padang atau di perguruan lainnya. Kecuali bagian sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinal maka saya akan bersedia untuk dibatalkan keabsahan skripsi ini dan gelar kesarjanaan saya.

Padang, 24 Februari 2025

Yang Menyatakan



**Fadhlan Azim**  
NIM. 2016030047

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **”Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Revisit Intention Wisatawan Ke Wisata Kuliner Di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang Di Mediasi Halal Destination Image”** disusun oleh Fadhlán Azim dengan NIM 2016030047 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji serta menganalisis pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Revisit Intention Wisatawan Ke Wisata Kuliner di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang di mediasi Halal Destination Image. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 130 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Partial Least Square menggunakan software SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Electronic Word Of Mouth* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit intention* (Y), 2) *Electronic Word Of Mouth* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Halal Destination Image* (Z) 3) *Halal Destination Image* (Z) berpengaruh positif Dan signifikan terhadap *Revisit intention* (Y), 4) *Electronic Word Of Mouth* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit intention* (Y) dengan *Halal Destination Image* (Z) Sebagai Variabel Mediasi.

**Kata Kunci:** *Electronic Word Of Mouth, Revisit Intention, Halal Destination Image*

## KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya . Sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi. shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhamad SAW yang berlafadzkan Allahumma Shalli'ala Muhamamad wa'ala ali Muhamad karena berkat perjuangan dari beliau lah kita dapat merasakan nikmatnya menuntut ilmu seperti yang katakana rasakan hari ini.

Penulisan skripsi ini bertujuan guna melengkapi tugas akhir program studi S1 Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Dengan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Revisit Intention Wisatawan Ke Wisata Kuliner Di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang Di Mediasi Halal Destination Image"**

Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Kedua Orang tua Ayahanda bapak Sardi dan Ibu Marnis yang paling hebat yang tiada henti memberikan segala kasih sayang dan cinta, bimbingan dan juga Do'a serta pengorbanan yang sangat besar untuk penulis, dorongan moril dan material yang selalu diberikan untuk penulis dan semua pihak yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis selama proses pembuatan skripsi ini dan terimakasih juga untuk kakak-kakak, abang-abang dan adik tersayang yang selalu memberikan semangat penuh disetiap waktu dan sudah banyak mau direpotkan. Tidak lupa penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada nama-nama di bawah ini : :

1. Rektor UIN Imam Bonjol Padang Ibu Prof. Dr. Martin Kustati, M.Pd beserta jajaran Wakil Rektor UIN Imam Bonjol Padang.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak H. Ahmad Wira M.Ag.,Ph.D beserta jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN imam Bonjol Padang.
3. Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Bapak Roni Andespa S.E., M.M dan Sekretaris Jurusan Ibu Fasnil Husna S. Rasyad, MBA.
4. Bapak Dr. Alfi Syukri Rama, S.E., M.M.,CCMs., CPSp selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Hesti Maria Putrei, SS., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu memberikan masukan, arahan, dorongan, bimbingan, bantuan dan petunjuk yang sangat bermanfaat kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
5. Ibu Novia Indriani,, SE, M.Si selaku Dosen Penguji I dan Ibu Nila Mardiah, SE, MM selaku Dosen Penguji II yang telah Memberikan Kritik dan Saran demi Kesempurnaan Skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama menempuh pendidikan strata satu.
7. Terima kasih kepada kakak-kakak sepupu yang telah memberikan dorongan moril dan material kepada penulis selama proses pembuatan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman dan sahabat penulis yang telah membantu dan membersamai proses dari awal perkuliahan hingga saat ini. Terimakasih atas segala bantuan, waktu, support dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini.
9. Ucapan terimakasih juga untuk teman – teman program studi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan KaruniaNya serta membalas kebaikan kita semua.
11. Terakhir, terimakasih kepada diri sendiri, yang telah mampu berusaha sekuat mungkin untuk melewati proses yang begitu sangat panjang dan berliku-liku hingga sampai di titik ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat untuk kepentingan Penelitian dan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang sesuai dengan fungsinya.

*Wassalamualaikum wr wb*

Padang, 20 Februari 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Fadhlán Azim', written over a light pink rectangular background.

Fadhlán Azim  
2016030047



## DAFTAR ISI

|                                                                                |             |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                           | <b>i</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                     | <b>ii</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                         | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                      | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                                     | <b>x</b>    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                  | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang Masalah.....                                                 | 1           |
| B. Rumusan Masalah .....                                                       | 10          |
| C. Batasan Masalah.....                                                        | 11          |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....                                          | 11          |
| 1. Tujuan Penelitian.....                                                      | 11          |
| 2. Manfaat Penelitian.....                                                     | 12          |
| E. Sistematika Penulisan.....                                                  | 12          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                            | <b>14</b>   |
| A. <i>Revisit Intention</i> .....                                              | 14          |
| 1. Pengertian <i>Revisit Intention</i> .....                                   | 14          |
| 2. Faktor yang Mempengaruhi <i>Revisit Intention</i> .....                     | 15          |
| 3. Indikator – Indikator <i>Revisit Intention</i> .....                        | 15          |
| B. <i>Electronic Word of Mouth</i> .....                                       | 16          |
| 1. Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i> .....                            | 16          |
| 2. Faktor yang Mempengaruhi <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....              | 18          |
| 3. Indikator – Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....                 | 19          |
| C. <i>Halal Destination Image</i> .....                                        | 20          |
| 1. Pengertian <i>Halal Destination Image</i> .....                             | 20          |
| 2. Tahapan dalam Pembentukan Citra Destinasi( <i>Destination Image</i> ) ..... | 21          |
| 3. Indikator-Indikator <i>Halal Destination Image</i> .....                    | 22          |
| D. Pariwisata .....                                                            | 23          |
| 1. Pengertian Pariwisata. ....                                                 | 23          |
| 2. Jenis-Jenis Pariwisata .....                                                | 26          |
| E. Wisatawan .....                                                             | 29          |

|                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. Pengertian Wisatawan .....                                                  | 29        |
| 2. Jenis-Jenis Wisatawan .....                                                 | 30        |
| F. Penelitian Terdahulu.....                                                   | 31        |
| G. Hubungan Antar Variabel .....                                               | 42        |
| H. Kerangka berfikir .....                                                     | 44        |
| I. Hipotesis.....                                                              | 44        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                                     | <b>46</b> |
| A. Jenis dan pendekatan Penelitian.....                                        | 46        |
| 1. Penelitian Lapangan .....                                                   | 46        |
| 2. Pendekatan Kuantitatif .....                                                | 46        |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....                                           | 46        |
| C. Populasi dan Sampel .....                                                   | 47        |
| 1. Populasi .....                                                              | 47        |
| 2. Sampel .....                                                                | 47        |
| D. Sumber Data.....                                                            | 49        |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                                               | 50        |
| F. Instrumen Penelitian.....                                                   | 51        |
| G. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel.....                  | 52        |
| 1. Variabel Penelitian.....                                                    | 52        |
| 2. Defenisi Operasional Penelitian .....                                       | 54        |
| H. Teknik Analisis Data .....                                                  | 57        |
| <b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>                                                  | <b>65</b> |
| A. Gambaran Umum Pasar Kuliner Kota Padang Panjang.....                        | 65        |
| B. Karakteristik Responden .....                                               | 66        |
| 1. Jenis Kelamin .....                                                         | 67        |
| 2. Pekerjaan .....                                                             | 67        |
| 3. Usia.....                                                                   | 68        |
| C. Deskripsi Variabel Penelitian .....                                         | 68        |
| 1. Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....                              | 69        |
| 2. Variabel <i>Revisit Intention</i> .....                                     | 70        |
| 3. Variabel <i>Halal Destination Image</i> .....                               | 70        |
| D. Hasil Analisis Data Penelitian Uji SEM (Struktural Equation Modeling) ..... | 71        |
| 1. Analisis Outer Model / Measurment Model (Model Pengukuran) .....            | 71        |

|                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2. Analisis <i>Strutural Model</i> atau <i>Inner Model</i> ..... | 77        |
| 3. Uji Hipotesis .....                                           | 81        |
| 4. Indirect Effect .....                                         | 83        |
| E. Pembahasan .....                                              | 85        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                       | <b>93</b> |
| A. Kesimpulan .....                                              | 93        |
| B. Saran .....                                                   | 94        |
| C. Implikasi Penelitian .....                                    | 95        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                      | <b>97</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                               |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan menurut Kabupaten/Kota di Sumatra Barat 2019-2023 ..... | 2  |
| Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu .....                                                         | 31 |
| Tabel 3. 1 Alternatif Jawaban Responden .....                                                 | 51 |
| Tabel 3. 2 Defenisi Variabel Penelitian .....                                                 | 54 |
| Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                     | 67 |
| Tabel 4. 2 Data Berdasarkan Pekerjaan .....                                                   | 67 |
| Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Usia .....                                              | 68 |
| Tabel 4. 4 Skor Angket Variabel Electronic Word Of Mouth .....                                | 69 |
| Tabel 4. 5 Skor Angket Variabel Revisit Intention .....                                       | 70 |
| Tabel 4. 6 Skor Angket Variabel Halal Destination Image .....                                 | 70 |
| Tabel 4. 7 Loading Factor .....                                                               | 72 |
| Tabel 4. 8 Cross Loading .....                                                                | 74 |
| Tabel 4. 9 Nilai AVE (Average Variance Extracted) .....                                       | 75 |
| Tabel 4. 10 Composites Reliability .....                                                      | 76 |
| Tabel 4. 11 Cronbach's Alpha .....                                                            | 76 |
| Tabel 4. 12 R-Square .....                                                                    | 77 |
| Tabel 4. 13 Q-Square .....                                                                    | 79 |
| Tabel 4. 14 GOF .....                                                                         | 79 |
| Tabel 4. 15 Path Coefecient Jalur .....                                                       | 81 |
| Tabel 4. 16 Nilai Hipotesis .....                                                             | 82 |
| Tabel 4. 17 Indirect Effect .....                                                             | 83 |

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Tabel 4. 18 Uji Hipotesis..... | 84 |
|--------------------------------|----|

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....                                              | 44 |
| Gambar 4. 1 Peta atau Lokasi Pasar Kuliner Padang panjang .....                 | 65 |
| Gambar 4. 2 Kawasan Destinasi Wisata Kuliner Pasar Kuliner Padang Panjang. .... | 66 |
| Gambar 4. 3 Convergent Validity.....                                            | 72 |
| Gambar 4. 5 Uji Bootstrapping .....                                             | 80 |