

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki wisata religi yang terkenal yaitu Sumatera Barat. Pariwisata di Sumatera Barat memiliki cara unik tersendiri dalam meningkatkan branding wisata pada daerahnya. Jumlah wisatawan yang selalu meningkat di Sumatera Barat mendorong setiap daerah untuk terus memperbaiki objek wisatanya agar dapat menarik perhatian pengunjung.¹ Khususnya Kota Padang sebagai Ibukota Provinsi Sumatera Barat yang tidak hanya dikenal sebagai pusat perdagangan dan pendidikan, tetapi juga memiliki potensi wisata yang beragam, termasuk wisata religi. Sebagai daerah yang mayoritas penduduknya beragama Islam, Padang memiliki banyak masjid bersejarah dan monumental yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga menjadi destinasi wisata religi.

Kunjungan kembali dan niat berkunjung kembali wisatawan adalah salah satu komponen penting yang perlu diperhatikan oleh para pemasar destinasi wisata (Sudiarta dan Suardana 2015). Para peneliti di bidang pariwisata menemukan bahwa destinasi wisata banyak yang tergantung pada kunjungan kembali wisatawan.² Niat berkunjung kembali juga didukung oleh teori tindakan terencana yang menyatakan bahwa perilaku individu didorong oleh keinginan serta persepsi kemudahan dalam melakukannya.³

¹ Detin Nararais Hendi Prasetyo, "Urgensi Destinasi Wisata Edukasi Dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia 17, no. 2 (2023): 135–43.

² Putu Laksmi et al., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Berkunjung Kembali Pada The Sila ' s Agrotourism" 1, no. 2 (2022): 48–56.

³ HC, Hanafi, and Lantara, "The Effect of Optimal Cash and Deviation from Target Cashon

Niat mengunjungi kembali juga menekankan wisatawan untuk mengunjungi kembali suatu destinasi wisata dalam jangka waktu tertentu yang didasarkan pada pengalaman yang dirasakan wisatawan selama waktu tertentu sehingga menimbulkan kesan tentang suatu destinasi dan mempengaruhi perilaku dan keputusan akhir.⁴

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Sumatera Barat terhadap kunjungan wisatawan sebagai berikut:

Tabel 1.1

**Kunjungan Wisatawan ke Semua Destinasi Wisata yang ada di Kota Padang
2019-2024**

No	Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan
1	2021	1.566.155
2	2022	1.919.220
3	2023	2.776.296
4	2024	4.030.529
5	2025	5.297.632

Sumber Data: Badan Pusat Statistik Sumatera Barat

Berdasarkan data menurut Badan Pusat Statistik Sumatera Barat tentang jumlah kunjungan wisatawan ke semua destinasi wisata termasuk wisata religi yang ada di Kota Padang, pada tahun 2021 jumlah wisatawan yang berkunjung tercatat sebanyak 1.566.155 orang. Lalu pada tahun 2022

the Firm Value; Empirical Study in Indonesian Firms.”

⁴ Jieqiong Ma et al., “The Effect of Religious Commitment and Global Identity on Purchase Intention of Luxury Fashion Products: A Cross-Cultural Study,” *Journal of Business Research* 137, no. August (2021): 244–54, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.040>.

mengalami peningkatan sebanyak 1.919.220 bertambah sebanyak 353.065 orang dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ini menunjukkan mulai pulihnya sektor pariwisata pasca pandemi Covid-19. Pada tahun 2023 jumlah kunjungan tercatat sebanyak 2.776.296 orang, kemudian meningkat menjadi 4.030.529 orang pada tahun 2024. Peningkatan kembali terjadi pada tahun 2025 dengan jumlah kunjungan mencapai 5.297.632 orang.

Kemudian berdasarkan wawancara langsung dengan pengurus Masjid Al Hakim Kota Padang kalau untuk data kunjungan yang dicatat langsung di Masjid Al Hakim tidak ada, dikarenakan kunjungan wisatawan terus meningkat perharinya. Di hari libur kunjungan wisatawan ke Masjid Al Hakim semakin meningkat, dikarenakan wisatawan yang datang tidak untuk melakukan sholat saja ada beberapa wisatawan yang datang untuk menikmati keindahan matahari terbenam di sore hari. Alasan pengurus tidak melakukan pencatatan jumlah kunjungan dikarenakan masuk ke wisata Masjid Al Hakim Kota Padang tidak ada di pungut biaya

Salah satu objek wisata yang menjadi incaran para wisatawan muslim di Kota Padang yakni destinasi wisata religi Masjid Al Hakim. Masjid Al Hakim yang beralamat di jalan Nipah, Berok Nipah, Kecamatan Padang Barat, Kota Padang, Hal yang membuat unik Masjid Al Hakim adalah arsitektur masjid yang bergaya Tajmahal. Masjid ini selain digunakan sebagai tempat ibadah bagi umat muslim, masjid ini sering dijadikan tempat kunjungan wisatawan. Masjid Al Hakim mulai dibangun pada awal tahun 2017, bangunan masjid dapat menampung hingga 600 orang jama'ah pada

saat sholat dan buka 24 jam dalam sehari masjid ini selesai dan bisa digunakan pada tanggal 04 September 2020 yang dikenal dengan wisata religi.⁵

Alasan pemilihan objek penelitian di Kota Padang ini karena merupakan pintu masuk dan keluarnya wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Hal ini dapat dilihat pada data kunjungan wisatawan yang bersumber dari Badan Pusat Statistik Sumatera Barat. Jadi, besar kemungkinan wisatawan akan mengunjungi Masjid Al hakim karena lokasinya strategis terletak di pusat kota.

Keunikan yang menjadi daya tarik dari wisata religi Masjid Al Hakim yakni memiliki desain arsitektur yang megah bernuansa Taj Mahal, India. Selain itu, lokasinya yang berada di tepi pantai Padang yang merupakan objek pendukung menarik minat wisatawan untuk berkunjung menyaksikan panorama matahari terbenam dari masjid sembari menunggu adzan magrib.⁶ Menurut undang-undang No. 10 Tahun 2009 segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata inilah yang disebut sebagai daya tarik wisata.⁷

Berdasarkan fenomena yang ditemukan di lapangan, sebagian pengunjung atau wisatawan memilih masjid Al Hakim karena masjid ini

⁵ Yulia Afeni, "Pengelolaan Masjid Al-Hakim Sebagai Cikal Bakal Wisata Religi Di Kota Padang," *Skripsi, Riau: UIN Sultan Syarif Kasim 1* (2022).

⁶ Ulfa Arieza, "Pesona Masjid Al Hakim Padang, Mirip Taj Mahal Di Tepi Pantai," Kompas.com, 2023, <https://travel.kompas.com/read/2023/04/10/175000327/pesona-masjid-al-hakim-padang-mirip-taj-mahal-di-tepi-pantai?page=all>

⁷ Dr. Bhavesh A. Prabhakar and POTENSI DAYA TARIK WISATA PADA MASJID AL-HAKIM KOTA PADANG *International Journal of Research in Science, Commerce, Arts, Management and Technology* 2, no. 1 (2023): 410–21, <https://doi.org/10.48175/ijarsct-13062>.

memiliki keindahan arsitektur bangunan nya dan bersih di dekat lokasi wisata, sehingga mereka merasa nyaman untuk melakukan ibadah. Selain itu, kawasan wisata ini bebas dari pungutan liar dan tidak memerlukan biaya masuk, serta didukung oleh keramahan penduduk. Faktor - faktor ini mendorong mereka yang pernah berkunjung untuk kembali lagi. Penting untuk memahami faktor faktor yang mempengaruhi niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Masjid Al Hakim, ada tiga faktor utama yang perlu dipertimbangkan di antaranya adalah *Religious Atmosphere*, *Islamic Architecture* dan *Destination Accessibility*.

Religious Atmosphere (suasana religius) memainkan peran penting dalam niat berkunjung, dengan wisatawan berreligiusitas tinggi mencari pengalaman spiritual yang mendukung praktik agama mereka. Destinasi wisata halal yang memperhatikan faktor ini dapat meningkatkan kepuasan dan daya tariknya. Dengan demikian, destinasi dapat menciptakan pengalaman holistik, membangun loyalitas dan meningkatkan promosi melalui mulut ke mulut di pasar pariwisata halal.⁸

Religious Atmosphere merupakan faktor utama yang membentuk preferensi wisatawan muslim, terutama dalam memilih destinasi wisata yang sesuai dengan nilai agama Islam.⁹ Atribut pengalaman religius, seperti estetika masjid dan suasana spiritual, secara positif berpengaruh pada niat wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi Islam. Hal ini selaras dengan teori

⁸ Laila Fitriyatus Sholichah and Rahayu Mardikaningsih, "Pengaruh Citra Destinasi Dan Religiusitas Terhadap Minat Berkunjung Wisata Halal," *CURRENCY: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (2025): 495–519, <https://doi.org/10.32806/ccy.v3i2.687>.

⁹ Fitriyatus Sholichah and Mardikaningsih. Pengaruh Citra Destinasi Dan Religiusitas Terhadap Minat Berkunjung Wisata Halal

kepuasan pengunjung yang menyatakan bahwa pengalaman yang bermakna dan sesuai harapan akan meningkatkan loyalitas serta mendorong pengunjung melakukan kunjungan ulang.¹⁰

Islamic Architecture (Arsitektur Islam) juga mempengaruhi wisatawan dalam niat untuk berkunjung kembali ke Masjid Al Hakim. Arsitektur Islam mengungkapkan adanya hubungan geometris yang kompleks, hirarki bentuk dan ornamen, serta makna simbolis yang sangat dalam. Merupakan salah satu jawaban yang dapat membawa pada perkembangan peradaban manusia dan perkembangannya di setiap daerah berbeda dan mengalami penyesuaian dengan budaya dan tradisi setempat yang terus berkembang. Arsitektur Islam, sangat identik dengan arsitektur masjid.¹¹ Dari sisi arsitektur Islam merupakan suatu karya arsitektur yang berlandaskan nilai-nilai agama dan syariat Islam yang tertulis pada kitab suci agama Islam yaitu Al-Qur'an dan as-sunah. Selain itu dalam era modern saat ini keberadaan Arsitektur Islam sering diasumsikan sebagai gaya Arsitektur timur tengah yang memiliki beberapa ciri khas khusus seperti ornamen lengkung menyerupai masjid dan beberapa ornamen islami seperti penggunaan kaligrafi.¹²

Hal ini dapat terlihat pada Masjid Al Hakim Kota Padang, yang dibangun dengan gaya arsitektur menyerupai Taj Mahal di India dan bewarna

¹⁰ Gani, A. A., et al. (2019). *Visitor's experiential attributes and revisit intention to Islamic attractions*. Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts.

¹¹ Intan Annisa et al., "Kajian_Arsitektur_Islami_Pada_Masjid_Mas" VIII, no. 3 (2023): 6721–28.

¹² S Saniya and N Nurhasan, "Pengaruh Arsitektur Islam Dan Tropis Hotel Horison Aziza Solo Terhadap Impresi Pengunjung," *Prosiding (SIAR) Seminar Ilmiah...*, 2023, <https://proceedings.ums.ac.id/index.php/siar/article/view/2860%0Ahttps://proceedings.ums.ac.id/index.php/siar/article/download/2860/2822>.

putih dengan ornamen bewarna kuning keemasan, dan juga memiliki lima kubah dan empat menara. Pada bagian kubah dan jendela masjid terdapat ornamen kaligrafi yang menambah keindahan masjid ini. Hal ini yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung kembali. Namun tetap menyesuaikan dengan lingkungan pesisir Kota Padang. Kubah besar, menara kembar, serta ornamen bernuansa islami menjadikan masjid ini bukan hanya sebagai pusat ibadah, tetapi juga sebagai destinasi wisata religi yang menghadirkan pengalaman visual dan spiritual yang kuat bagi pengunjung. Suasana religius yang tercipta dari harmoni antara arsitektur dan fungsi ibadah menumbuhkan kesan mendalam bagi wisatawan.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah *Destination Accessibility*, Aksesibilitas ini merupakan syarat yang penting sekali untuk obyek wisata.¹³ Aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan lokasi untuk menjangkau lokasi lainnya melalui sistem transportasi. Ukuran keterjangkauan atau aksesibilitas meliputi kemudahan waktu, biaya, dan usaha dalam melakukan perpindahan antar tempat-tempat atau kawasan.¹⁴

Aksesibilitas dalam konteks destinasi pariwisata mencakup kemudahan dalam menjangkau lokasi wisata mulai dari transportasi ke tujuan, kondisi jalan, petunjuk arah, jarak, waktu tempuh, juga akses bagi kelompok khusus (misalnya penyandang disabilitas). Aksesibilitas yang baik

¹³ Nurbaeti Nurbaeti and others, 'Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang', Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 10.2 (2021), p. 269, doi:10.23887/jish-undiksha. V 10i2.33456.

¹⁴ Prawira Sendi Arief and Pranitasari Diah, 'Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi, Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta', Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2020.

akan menurunkan hambatan fisik dan psikologis bagi wisatawan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kenyamanan dan keseluruhan pengalaman (*visitor experience*).¹⁵

Dalam wisata religi, aksesibilitas tidak hanya soal dapat dijangkau tetapi juga kenyamanan dalam proses menuju, berada, dan meninggalkan tempat ibadah yang seringkali juga memerlukan ritual khusus (misalnya waktu pada sholat, wudhu, parkir untuk jamaah, area yang mudah diakses oleh pemeluk dengan mobilitas terbatas). Ini bisa menjadi daya tarik untuk berkunjung kembali.

Tourist experience juga mempengaruhi wisatawan dalam niat berkunjung kembali terhadap wisata religi. Penelitian yang dilakukan oleh Jiang et al. (2024) serta Chen dan Imam (2018) menunjukkan bahwa pengalaman wisata (*Tourist experience*) yang memberikan kepuasan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali, terutama ketika pengalaman tersebut menyentuh aspek emosional dan sosial dan peristiwa yang mengikat seseorang dengan cara tertentu atau mudah di ingat. Wisatawan yang merasakan keterikatan dengan destinasi maupun dengan komunitas lokal lebih berpeluang untuk kembali serta merekomendasikan destinasi tersebut kepada pihak lain.¹⁶

Pengalaman wisata (*tourist experience*) selama ini sering dipahami

¹⁵ Amalia, Riska M., Misbahuddin, & Irwan Misbach (2022). *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*.

¹⁶ Pengaruh Citra Destinasi and Kepuasan Wisatawan, “Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies) The Influence Of Destination Image , Tourist Satisfaction And Tourist Experience On Revisit

Intention To Seribu Ngalau Village (Nagari Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya” 11, no. 2 (n.d.): 145–53.

sebagai interaksi wisatawan dengan daya tarik fisik, budaya, dan layanan di suatu destinasi. Namun, dalam konteks wisata religi, pengalaman wisata tidak hanya bersifat rekreatif dan estetis, tetapi juga menyentuh dimensi spiritual dan emosional wisatawan. Salah satu bentuk nyata dari pengalaman tersebut adalah keputusan wisatawan untuk kembali melaksanakan sholat di masjid yang pernah mereka kunjungi, bahkan setelah perjalanan wisata berakhir.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, sebagian besar studi tentang niat berkunjung kembali (*Revisit Intention*) lebih menyoroti faktor-faktor umum seperti *destination image*, aksesibilitas, kualitas pelayanan dan E-WoM. Penelitian yang dilakukan oleh Taufik Tri Nur Hidayat yang membahas tentang bagaimana pengaruh Aksesibilitas dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali ke Telaga Tambing, dimana hasil penelitiannya pengujian serta analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini membuktikan bahwa variabel aksesibilitas (akses informasi, akses kondisi jalan dan tempat akhir perjalanan) dan citra destinasi (citra destinasi kognitif, citra destinasi yang unik dan citra destinasi efektif) secara simultan (serempak) berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali ke Telaga Tambing.

17

Kemudian berdasarkan penelitian terdahulu yang lain yang dilakukan oleh Suharsono Syahputra dan Anik Lestari Anjarwati yang membahas tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan *Experiential Market* Terhadap Niat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. Dimana

¹⁷ Taufik Tri Nur Hidayat, Chalil Chalil, and Maskuri Sutomo, "Pengaruh Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Telaga Tambing," *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)* 3, no. 2 (2017): 201–12, <https://doi.org/10.22487/jimut.v3i2.87>.

hasil penelitiannya menyebutkan terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan (Studi pada Pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), Terdapat pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan, Terdapat pengaruh *experiential marketing* terhadap niat berkunjung ulang, Terdapat pengaruh kepuasan terhadap niat berkunjung ulang (Studi pada Pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar).¹⁸

Penelitian selanjutnya yang juga selaras dengan penelitian sekarang yang di lakukan oleh Lalu Adi Permadi dkk yang membahas tentang Pengaruh E-WoM dan Citra Destiasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Pantai Senggigi di Tengan Covid 19. Dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa informasi-informasi mengenai destinasi wisata pantai Senggigi yang tersebar media online dapat mempengaruhi niat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali ke pantai Senggigi. Dan secara perhitungan statistik, dapat disimpulkan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh terhadap variabel niat berkunjung kembali wisatawan ke pantai Senggigi di tengah pandemi Covid-19. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik citra yang dimiliki oleh destinasi wisata pantai Senggigi maka citra tersebut mampu menarik niat wisatawan untuk berkunjung ulang.¹⁹

Selain itu, studi-studi terdahulu umumnya hanya menempatkan *tourist experience* sebagai variabel dependen atau efek langsung dari kepuasan

¹⁸ Suharsono Syahputra and Anik Lestari Anjarwati, "Adminjim, + Suharsono + Syahputra_14080574153 (1)," *Jurnal Ilmu Manajemen, Universitas Negeri Surabaya (UNESA)* 7 (2019): 265–72.

¹⁹ Lalu Adi Permadi, Layla Vidatul Ula, and B.P.D. Sakti, "SENGGIGI DI TENGAH WABAH COVID-19 Jurnal Magister Manajemen Unram," *Jmm Unram - Master of Management Journal* 9, no. 2 (2020): 212–20.

wisatawan (Jiang et al., 2024; Chen & Imam, 2018), bukan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh faktor-faktor destinasi terhadap niat berkunjung kembali. Padahal dalam konteks wisata religi, pengalaman wisatawan seringkali bersifat emosional dan spiritual, sehingga berpotensi memainkan peran penting dalam membentuk *revisit intention*.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menganalisis **Pengaruh *Religious Atmosphere*, *Islamic Architecture*, dan *Destination Accessibility* Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan ke Masjid Al-Hakim Kota Padang Dimediasi *Tourist Experience***. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan model *revisit intention* yang lebih komprehensif, khususnya dalam konteks pariwisata berbasis spiritual dan keislaman.

B. Batasan Masalah

Untuk memastikan penelitian ini tetap berjalan sesuai tujuan dan tidak melebar dari topik yang dibahas, penulis memberikan batasan masalah yang mengarah peneliti ini untuk meneliti bagaimana **“Pengaruh *Religious Atmosphere*, *Islamic Architecture*, dan *Destination Accesbility* Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan ke Masjid Al Hakim Padang Dimediasi oleh *Tourist Experience*”**

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka rumusan permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh *Religious Atmosphere* terhadap Niat Kunjung Kembali ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang.
2. Bagaimana Pengaruh *Islamic Architecture* terhadap Niat Kunjung Kembali ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang.
3. Bagaimana Pengaruh *Destination Accesibility* terhadap Niat Kunjung Kembali ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang.
4. Bagaimana Pengaruh *Religious Atmosphere* terhadap *Tourist Experience*.
5. Bagaimana Pengaruh *Islamic Architecture* terhadap *Tourist Experience* Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang.
6. Bagaimana Pengaruh *Destination Accessibility* terhadap *Tourist Experience* Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang.
7. Bagaimana Pengaruh *Tourist Experience* terhadap Niat Kunjung Kembali ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang.
8. Bagaimana Pengaruh *Religious Atmosphere* terhadap Niat Kunjung Kembali ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang melalui *tourist experience* sebagai variabel mediasi.
9. Bagaimana Pengaruh *Islamic Architecture* terhadap Niat Kunjung Kembali ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang Padang melalui *Tourist Experience* sebagai variabel mediasi.

10. Bagaimana Pengaruh *Destination Accesbility* terhadap Niat Kunjung Kembali ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang melalui *Tourist Experience* sebagai variabel mediasi.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui dan menganalisis secara komprehensif:

1. Untuk mengetahui Pengaruh *Religious Atmosphere* terhadap Niat Kunjung Kembali ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang.
2. Untuk mengetahui Pengaruh *Islamic Architecture* terhadap Niat Kunjung Kembali ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang.
3. Untuk mengetahui Pengaruh *Destination Accessibility* terhadap Niat Kunjung Kembali ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang.
4. Untuk mengetahui Pengaruh *Religious Atmosphere* terhadap *Tourist Experience* ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Islamic Architecture* terhadap *Tourist Experience* Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Destination Accessibility* terhadap *Tourist Experience* Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang.
7. Untuk mengetahui pengaruh *Tourist Experience* terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang.
8. Untuk mengetahui pengaruh *Religious Atmosphere* terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang melalui *Tourist Experience* sebagai variabel mediasi.

9. Untuk mengetahui pengaruh *Islamic Architecture* terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang melalui *Tourist Experience* sebagai variabel mediasi.
10. Untuk mengetahui pengaruh *Destination Accessibility* terhadap niat kunjung kembali ke Wisata Religi Masjid Al Hakim Kota Padang melalui *Tourist Experience* sebagai variabel mediasi.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat diharapkan memberi manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Secara teoritis manfaat penelitian ini adalah dapat memberikan manfaat bagi penelitian yang berkaitan.

1. Bagian Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi ilmu pengetahuan yang akan datang dan dapat menjadi suatu sumber referensi bagi yang membutuhkannya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan selain itu juga sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama.

3. Bagi Penulis

Sebagai implementasi ilmu Manajemen yang telah penulis dapatkan selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penulisan, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data yang digunakan untuk memberikan jawaban atas permasalahan penelitian yang ada.