

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1 Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa *Halal Destination Attributes*, *Memorable Tourism Experience*, dan *Perceived Destination Authenticity* memiliki pengaruh yang berbeda terhadap *Niat Berkunjung Kembali* pada destinasi wisata halal di Sumatera Barat. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang berkesan dan persepsi terhadap autentisitas destinasi menjadi bagian penting dalam membentuk niat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali, sedangkan atribut destinasi halal belum menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Pengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan.
- 5.1.2 Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan berperan dalam menjelaskan hubungan antara pengalaman dan persepsi wisatawan dengan *Niat Berkunjung Kembali*. Namun, kepuasan wisatawan tidak terbukti memediasi pengaruh *Halal Destination Attributes* terhadap *Niat Berkunjung Kembali*. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan atribut halal pada destinasi belum secara otomatis membentuk kepuasan yang kemudian mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.
- 5.1.3 Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan *Niat Berkunjung Kembali* pada destinasi wisata halal tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan atribut halal, tetapi juga berkaitan dengan kualitas pengalaman yang diperoleh wisatawan, persepsi terhadap keaslian destinasi, serta tingkat kepuasan yang dirasakan selama melakukan kunjungan. Dengan demikian, pengembangan pariwisata halal perlu memperhatikan aspek fungsional destinasi sekaligus aspek pengalaman dan karakteristik autentik yang dirasakan oleh wisatawan.

5.2 Implikasi Penelitian

5.2.1 Implikasi Teoritis

Secara teoritis, implikasi temuan penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur perilaku wisatawan melalui integrasi atribut destinasi halal, pengalaman wisata yang berkesan, persepsi autentisitas destinasi, dan kepuasan wisatawan dalam menjelaskan niat berkunjung kembali. Temuan penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa pengalaman wisatawan dan persepsi terhadap karakteristik destinasi dapat menjadi bagian penting dalam menjelaskan perilaku wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali. Selain itu, penggunaan kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi memberikan pemahaman mengenai mekanisme psikologis yang dapat menghubungkan pengalaman dan persepsi wisatawan dengan niat berkunjung kembali.

Penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam pengembangan konsep *Halal Destination Attributes* sebagai bentuk pengembangan atribut destinasi yang disesuaikan dengan karakteristik pariwisata halal. Namun, adanya hubungan yang tidak signifikan pada beberapa jalur penelitian menunjukkan bahwa pembentukan niat berkunjung kembali tidak hanya dipengaruhi oleh atribut halal destinasi, tetapi juga dapat berkaitan dengan faktor lain yang bersifat situasional maupun psikologis. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan model perilaku wisatawan pada penelitian selanjutnya dalam konteks pariwisata halal.

5.2.2 Implikasi Praktis

Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan implikasi bagi berbagai pemangku kepentingan dalam pengembangan destinasi wisata halal. Bagi pengelola destinasi wisata, temuan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas atribut destinasi halal, menciptakan pengalaman wisata yang berkesan, serta mempertahankan keaslian budaya, tradisi, lingkungan, dan karakteristik lokal destinasi. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui penyediaan fasilitas ibadah yang memadai, kebersihan destinasi, kemudahan memperoleh layanan halal,

peningkatan kualitas pelayanan, serta pelestarian unsur budaya dan kearifan lokal.

Bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan pariwisata, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang strategi pengembangan pariwisata halal yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga pada kualitas pengalaman dan kepuasan wisatawan. Selain itu, pengembangan destinasi perlu memperhatikan karakteristik masing-masing objek wisata karena kondisi, fasilitas, pelayanan, dan daya tarik setiap destinasi memiliki karakteristik yang berbeda.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya:

- 5.3.1 Penelitian selanjutnya dapat memperluas variabel yang menjadi determinan niat berkunjung kembali dengan mempertimbangkan variabel yang lebih spesifik dalam konteks wisata halal, seperti *Islamic Local Wisdom*, *Islamic Morality*, *Digital Halal Literacy*, dan *Destination Attachment* serta variabel lainnya.
- 5.3.2 Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel mediasi atau moderasi lainnya guna memperdalam pemahaman mengenai mekanisme terbentuknya niat berkunjung kembali pada destinasi wisata halal.
- 5.3.3 Penelitian selanjutnya dapat menggunakan indikator lain yang lebih relevan dan spesifik sehingga mampu menjelaskan karakteristik destinasi wisata halal serta hubungan antarvariabel secara lebih komprehensif.
- 5.3.4 Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian pada destinasi wisata halal lainnya serta memperluas wilayah penelitian, baik pada provinsi lain di Indonesia maupun pada negara lain yang memiliki pengembangan pariwisata halal.

5.3.5 Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode lain seperti *mixed method* dengan model kombinasi *sequential exploratory*, *sequential explanatory*, dan model kombinasi lainnya agar memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

5.4 Keterbatasan Penelitian

Meskipun dalam penelitian ini telah menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali serta menguji peran kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi, namun penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu sebagai berikut:

5.4.1 Variabel yang diuji pada penelitian ini terbatas pada *Halal Destination*

Attributes, *Memorable Tourism Experience*, dan *Perceived Destination Authenticity* terhadap Niat Berkunjung Kembali, dengan Kepuasan Wisatawan sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, masih terdapat variabel lain yang dapat menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali.

5.4.2 Hasil temuan penelitian menemukan terdapat variabel yang tidak signifikan, khususnya *Halal Destination Attributes* terhadap Kepuasan Wisatawan dan Niat Berkunjung Kembali serta peran mediasi Kepuasan Wisatawan pada hubungan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat faktor lain yang mungkin lebih berperan dalam menjelaskan Niat Berkunjung Kembali wisatawan.

5.4.3 Ketidaksignifikanan pada beberapa hubungan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa indikator pengukuran yang digunakan masih bersifat umum, sehingga belum sepenuhnya mampu merepresentasikan karakteristik wisatawan dan kondisi masing-masing destinasi wisata halal secara lebih spesifik.

5.4.4 Objek penelitian hanya berfokus pada empat destinasi wisata halal di Sumatera Barat, yaitu Kawasan Ngarai Sianok/Jam Gadang Bukittinggi, Istano Basa Pagaruyung, Danau Kembar, dan Kawasan Pantai Carocok Pesisir Selatan, sehingga ruang lingkup penelitian masih terbatas dan belum dapat menggambarkan seluruh destinasi wisata halal di Sumatera Barat maupun Indonesia.

5.4.5 Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 250 responden dan pengumpulan data melalui kuesioner. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode lain seperti *mixed method* yang lebih komprehensif, memperluas wilayah dan objek penelitian, serta menambah jumlah responden agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai perilaku wisatawan pada destinasi wisata halal.



DAFTAR PUSTAKA

- A., Aktawan, Fatimah Y.A., Pranolo A., Rahayu A., Ma'arif A., Azhari A., Khairi A.N., and Astuti A.Y., eds. 2023. "Preface: 2021 5th International Conference on Engineering and Applied Technology (2021 5th ICEAT)." in *AIP Conference Proceedings*. Vol. 2702. American Institute of Physics Inc.
- Abror, Abror, Dina Patrisia, Yunita Engriani, Erly Mulyani, Vanessa Gaffar, Nurman Achmad, Mukhamad Najib, Long Kim, and Somnuk Aujiropongpan. 2025. "An Integrative Model Analyzing Revisit Intentions and Behavior in Halal Tourism: Evidence from Indonesia." *Tourism and Hospitality* 6(3). doi: 10.3390/tourhosp6030151.
- Abubakar, Ayodele, Mohamad Rohieszan Ramdan, Nor Zafir Salleh, Nor Hamimah Mastor, Cui Jue Ting, and Sabrinah Adam. 2025. "Perceived Authenticity, Destination Image, and Employee Attitude on Medical Tourist Revisit Intention: The Role of Perceived Satisfaction in Moderation." *SAGE Open* 15(4):1–18. doi: 10.1177/21582440251363311.
- Adiba, Anggita Farah, and Fauzatul Laily Nisa. 2024. "Halal Tourism : A Sharia Economic Perspective and Its Impact on Local Economic Development." *Li Falah-Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 9(2):151–61.
- Agustianti, RifkaPandriadi, Lissiana Nussifera, Wahyudi, L. Angelianawati, Igat Meliana, Effi Alfa ni Sidik, Qomaraton Nurlaila, Nicholas Simarmata, Irfan Sophan Himawan, Elvis Pawan, and Faisal Ikham. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*.
- Ahmed, MJ, A. Akbaba-Journal of tourism research Institute, and Undefined 2020. 2021. "Halal Tourism: Definitional, Conceptual and Practical Ambiguities." *Dergipark.Org.Tr* 2020(2):83–100.
- Ajzen, Icek. 1991. "The *Theory of Planned Behavior*." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2):179–211. doi: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Anggraeni, Rila. 2019. "Enhancing the Revisit Intention of Nature-Based Tourism in Indonesia: The Role of *Memorable Tourism Experience* and Satisfaction." *European Journal of Studies in Management and Business* 11(11):9–19. doi: 10.32038/mbrq.2019.11.02.
- Battour, Mohamed, and Mohd Nazari Ismail. 2015. "Halal Tourism : Concepts , Practises , Challenges and Future." *Tourism Management Perspectives* 2015:8–12. doi: 10.1016/j.tmp.2015.12.008.
- Battour, Mohamed, and Mohd Nazari Ismail. 2016. "Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future." *Tourism Management Perspectives*

- 19:150–54. doi: 10.1016/j.tmp.2015.12.008.
- Battour, Mohamed, Mohd Nazari Ismail, and Moustafa Battor. 2010. "Ijtr-6-12."
- Bigné, J. Enrique, Luisa Andreu, and Juergen Gnoth. 2005. "The Theme Park Experience: An Analysis of Pleasure, Arousal and Satisfaction." *Tourism Management* 26(6):833–44. doi: 10.1016/j.tourman.2004.05.006.
- BPS. 2025. "Provinsi Sumatera Barat Dalam Angka 2025." *Bps* 54:1–1111.
- Brown, Gregory. 2006. "Mapping Landscape Values And." *Tourism* 113(November 2012):101–13. doi: 10.1002/jtr.
- Candra, Yuni, Yasri Yasri, and Abror Abror. 2025. "Destination Authenticity: Investigating the Mediating Role of Tourist Satisfaction and Loyalty." *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies* 8(1):2447–55. doi: 10.53894/ijirss.v8i1.5002.
- Chin et.al. 2010. "Handbook of Partial Least Square. Springer."
- Crompton, John L. 1979. "An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location Upon That Image." *Journal of Travel Research* 17(4):18–23. doi: 10.1177/004728757901700404.
- Demirağ, Bülent, and Sinan Çavuşoğlu. 2022. "Destinasyon Marka Özgünlüğünün ve Destinasyon Markası Benlik Uyumunun Turistlerin Davranışsal Niyeti Üzerindeki Etkisi." *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi* 19(1):6–23. doi: 10.24010/soid.903791.
- Dewi, Mega Intan Puspita, Ni Made Tirtawati, and Hanugerah Kristiono Liestiane. 2023. "Pengaruh Memorable Tourism Experience Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Niat Berkunjung Kembali Di Desa Wisata Penglipuran." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* 22(2):132–48.
- Domínguez-Quintero, Ana M.González-Rodríguez, M. Rosario, Paddison, Brendan. 2020. "Authenticity and Satisfaction in a Context of Cultural-." *Taylor & Francis* (23(2)):248–60.
- DSN-MUI. 2016. "Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Nomer 108 Tahun 2016." *Dewan Syariah Nasional MUI* (19):1–9.
- Fang, Qinzhen, and Wonkee Ko. 2025. "Beyond Satisfaction: Authenticity, Attachment, and Engagement in Shaping Revisit Intention of Palace Museum Visitors." *Sustainability (Switzerland)* 17(19). doi: 10.3390/su17198803.
- Fuza, Zatul Iffah Mohd, Maisarah Abdul Hamid, Rosman Mahmood, Zuriyati Ahmad, and Che Zamri Che Lah. 2023. "Memorable Tourism Experiences

- and Satisfaction Towards Revisit Intention at Tasik Puteri Terengganu.” *Proceedings of the 3rd International Conference on Management and Communication (ICMC 2023)*, 1-2 March, 2023, Kuala Terengganu, Malaysia 132:526–35. doi: 10.15405/epsbs.2023.11.02.41.
- Hair et.al. 2023. “‘PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet’–Retrospective Observations and Recent Advances.” *Journal of Marketing Theory and ...* doi: 10.1080/10696679.2022.2056488.
- Hair, J. F. ., J. J. Risher, M. Sarstedt, and C. .. Ringle. 2018. “The Result of PLS-SEM Article Information.” *European Business Review* 31(1):2–24.
- Hair, J. F., C. M. Ringle, S. P. Gudergan, A. Fischer, C. Nitzl, and ... 2019. “Partial Least Squares Structural Equation Modeling-Based Discrete Choice Modeling: An Illustration in Modeling Retailer Choice.” *Business* doi: 10.1007/s40685-018-0072-4.
- Hair, J. F., J. J. Risher, M. Sarstedt, and ... 2019. “When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM.” *European Business Review*. doi: 10.1108/eb-11-2018-0203.
- Hair, Joseph F., Marko Sarstedt, and Christian M. Ringle. 2022. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*.
- Hariani, Dina, and Mohd Hafiz Hanafiah. 2024. “The Competitiveness, Challenges and Opportunities to Accommodate the Halal Tourism Market: A Sharia-Law Tourism Destination Perspectives.” *Journal of Islamic Marketing* 15(3):919–42. doi: 10.1108/JIMA-05-2023-0147.
- Hosany, Sameer, Eroose Sthapit, and Peter Björk. 2022. “Memorable Tourism Experience: A Review and Research Agenda.” *Psychology and Marketing* 39(8):1467–86. doi: 10.1002/mar.21665.
- Huang, Songshan, and Cathy H. C. Hsu. 2009. “Effects of Travel Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, and Attitude on Revisit Intention.” *Journal of Travel Research* 48(1):29–44. doi: 10.1177/0047287508328793.
- Izhar, Herliani, and Yuni Suasti. 2023. “Pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Nagari Tuo Pariangan.” *Journal Of Social Science Research* 3:6083–90.
- Ketut Arismayanti, Ni, Made Budiarsa, I. Made Bakta, and I. Gde Pitana. 2020. “Model of Quality Bali Tourism Development Based on Destination and Tourists Experience.” *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology* 17(2):185–207.
- Khan, Muhammad Jamal. 2017. “Factors Influencing Destination Image and Visit Intention among Young Women Travellers: Role of Travel Motivation,

- Perceived Risks, and Travel Constraints.” *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 22(11). doi: <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1374985>.
- Kim, Jong-hyeong, J. R. Brent Ritchie, and Bryan McCormick. 2012. “Development of a Scale to Measure *Memorable Tourism Experiences*.” *Journal of Travel Research* (November 2010). doi: 10.1177/0047287510385467.
- Kim, Jong Hyeong, J. R. Bren. Ritchie, and Bryan McCormick. 2012. “Development of a Scale to Measure *Memorable Tourism Experiences*.” *Journal of Travel Research* 51(1):12–25. doi: 10.1177/0047287510385467.
- Kolar, Tomaz, and Vesna Zabkar. 2010. “A Consumer-Based Model of Authenticity: An Oxymoron or the Foundation of Cultural Heritage Marketing?” *Tourism Management* 31(5):652–64. doi: 10.1016/j.tourman.2009.07.010.
- Kumar, Sunil; Lochab,A.; Mishra, Manoj. 2021. *The Impact of Business Model Innovation (BMI) and Organisational Values on Firm Performance: Mediating Role of Corporate Sustainability*. Vol. 32.
- Kusumah, Echo Perdana, Ratih Hurriyati, Disman Disman, and Vanessa Gaffar. 2022. “Determining Revisit Intention: The Role of Virtual Reality Experience, Travel Motivation, Travel Constraint and Destination Image.” *Tourism and Hospitality Management* 28(2):297–314. doi: 10.20867/thm.28.2.3.
- Lalimu, Muhlis, Rahmat Madjit, Universitas Halu Oleo, Kota Kendari, Info Article, and Creative Commons. 2025. “Peran Kepuasan Wisatawan Sebagai Mediasi Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali.” 4(04):416–24.
- Lu Lu, Christina G. Chi, and Yi Liu. 2015. “Authenticity, Involvement, and Image: Evaluating Tourist Experiences at Historic Districts.” *Tourism Management* 50:85–96. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.026>.
- MacCannell, Dean. 1973. “Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings.” *American Journal of Sociology* 79(3):589–603. doi: 10.1086/225585.
- Miran, Ikas, Amanda Dwi Putri, and Saipul Al Sukri. 2021. “Minat Kunjungan Kembali Ke Agrowisata: Peran Mediasi Kepuasan Pengunjung.” *Jurnal Ilmiah Manajemen* 9 No. 4(4):439–50.
- Mohaidin;, Zurina, Koay Tze Wei;, and Mohsen Ali Murshid. 2017. “Factors Influencing the Tourists’ Intention to Select Sustainable Tourism Destination: A Case Study of Penang, Malaysia.” *International Journal of*

- Tourism Cities* 3(4). doi: <https://doi.org/10.1108/IJTC-11-2016-0049>.
- Namho Chung, Heejeong Han, Youhee Joun. 2015. "Tourists' Intention to Visit a Destination: The Role of Augmented Reality (AR) Application for a Heritage Site." *Computers in Human Behavior* 50:588–99. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.068>.
- Noor, J. 2017. *Metodologi Penelitian*. KENCANA.
- Nur Rahmi Irfaniah, and Fery Maulana Malik. 2025. "Pengaruh Pariwisata Halal Terhadap Pendapatan Daerah Pada 10 Provinsi Destinasi Wisata Halal Indonesia." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 5(1):301–13. doi: 10.55606/jebaku.v5i1.5051.
- Patrisia, Dina, Yunita Engriani, Muthia Roza Linda, and Erly Mulyani. 2025. "Does *Theory of Planned Behavior* Explain the Link Between Memorable Tourist Experience and Revisit Intention? A Halal Tourism Perspective." *International Review of Managemtn and Marketing* 15(5):375–82.
- PERDA. 2020. "Perda No 5 Tahun 2020 Tentang Pengelolaan Kepariwisataaan."
- PERDA. 2024. "Peraturan Daerah Kabupaten Tanah Datar." 2:306–12.
- PERDA, Kota Bukittinggi. 2025. "Peraturan Daerah Kota Bukittinggi." 6(6):6.
- PERDA, SUMBAR. 2020. "PERATURAN DAERAH PROVINSI SUMATERA BARAT NOMOR 1 TAHUN 2020 TENTANG PENYELENGGARAAN PARIWISATA HALAL DENGAN." 21(1):1–9.
- PERGUB, SUMBAR. 2022. "Peraturan Gubernur Sumatera Barat Nomor 19 Tahun 2022." 1–16.
- Permana, Indra Martian, and Fadzli Adam. 2024. "Impact of Islamic Attributes and Destination Image on Tourist Satisfaction and Revisit Intentions in Halal Tourism: A Study in Banda Aceh." *International Journal of Advanced and Applied Sciences* 11(4):118 – 127. doi: 10.21833/ijaas.2024.04.014.
- Pizam, Abraham, and Ady Milman. 1993. "Predicting Satisfaction among First Time Visitors to a Destination by Using the Expectancy Disconfirmation Theory." *International Journal of Hospitality Management* 12(2):197–209. doi: 10.1016/0278-4319(93)90010-7.
- Pranika, Ranita, Ruslan Abdul Ghofur, Madnasir Madnasir, Abdul Qodir Zaelani, and Muhammad Iqbal Fasa. 2023. "Analysis of the Global Muslim Travel Index (Gmti) Muslim-Friendly Tourism in Improving Community Economy Reviewed From an Islamic Economic Perspective." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7(3):1267–84. doi: 10.31955/mea.v7i3.3535.

- Pratiwi, Komang Ary, I. Made Sudarsana, I. Putu, Mahendra Adi, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, and Universitas Hindu Indonesia. 2024. "Membangun Konsep Niat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Di Kabupaten Buleleng Bali." 29(03):528–51.
- Pujiastuti, Eny Endah. 2020. "Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Serta Niat Berkunjung Kembali." *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 5(2):185–201. doi: 10.36636/dialektika.v5i2.465.
- Ramasamy, Ganesh, Gomala Devi Ramasamy, and Puvaneswary Ramasamy. 2024. "Conceptual Review of Consumer Satisfaction Theories with Expectation-Confirmation and Disconfirmation Paradigm for Business Sustainable Growth and Decision Making." *F1000Research* 13:1399. doi: 10.12688/f1000research.158612.1.
- Rasoolimanesh, S. Mostafa, Siamak Seyfi, Raouf Ahmad Rather, and Colin Michael Hall. 2022. "Investigating the Mediating Role of Visitor Satisfaction in the Relationship between *Memorable Tourism Experiences* and Behavioral Intentions in Heritage Tourism Context." *Tourism Review* 77(2):687–709. doi: 10.1108/TR-02-2021-0086.
- Satyarini, Ni Wayan Marsha, Myrza Rahmanita, and Sakchai Setarnawat. 2017. "The Influence of Destination Image on Tourist Intention and Decision to Visit Tourist Destination (A Case Study of Pemuteran Village in Buleleng, Bali, Indonesia)." *TRJ Tourism Research Journal* 1(1):81. doi: 10.30647/trj.v1i1.10.
- Sitepu, Edy Sahputra, and Rismawati Rismawati. 2021. "The Influence of Service Quality, Destination Image, and Memorable Experience on Revisit Intention with Intervening Variables of Tourist Satisfaction." *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events* 5(1):77–87. doi: 10.31940/ijaste.v5i1.2097.
- Sodawan, Ammarn, and Robert Li Wei Hsu. 2022. "Halal-Friendly Attributes and Muslims' Visit Intention: Exploring the Roles of Perceived Value and Destination Trust." *Sustainability (Switzerland)* 14(19). doi: 10.3390/su141912002.
- Soonsan, Nimit, and Zulfiqar Ali Jumani. 2024. "Perceptions of Halal-Friendly Attributes: A Quantitative Study of Tourists' Intention to Travel Non-Islamic Destination." *Journal of Islamic Marketing* 15(6):1441–60. doi: 10.1108/JIMA-07-2022-0204.
- Statistik, Badan Pusat, and Kabupaten Banyumas. 2024. "Perkembangan Statistik Pariwisata Kabupaten Banyumas Juni 2024." 1–5.

- Stercard, M. A., C. R. E. S. Cent, and R. A. T. Ing. 2025. "Global Muslim Travel Index." (June).
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mix Method)*.
- Taslim, M., Pelliyezer Karo Karo, and Muh. Zainuddin Badollahi. 2023. "Tourism Experience and Tourist Satisfaction of Domestic Tourists in Pagar Alam." *Journal La Bisecoman* 4(6):162–70. doi: 10.37899/journallabisecoman.v4i6.1687.
- Tassyah, Tifanny. 2025. "PENGARUH LAYANAN WISATA HALAL, FASILITAS WISATA HALAL, DAN AKSESIBILITAS WISATA HALAL TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN BERKUNJUNG DI DESA SADE KABUPATEN LOMBOK TENGAH." *T-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* X(1):63–80.
- Do Valle, Patricia Oom, João Albino Silva, Júlio Mendes, and Manuela Guerreiro. 2011. "Tourist Satisfaction and Destination Loyalty Intention." *Tourism and Hospitality: Issues and Developments* (August 2015):54–75. doi: 10.1201/b12231-10.
- Vinet, Luc, and Alexei Zhedanov. 2011. "A 'missing' Family of Classical Orthogonal Polynomials." *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* 44(8):460–69. doi: 10.1088/1751-8113/44/8/085201.
- Xie, Yanjun, and Jia Yu. 2025. "Experience Economy." *Encyclopedia of Tourism* 375–77. doi: 10.1007/978-3-030-74923-1_719.
- Yangzhou Hu, and J. R. Brent Ritchie. 1993. "Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach." *Journal of Travel Research* 32(2):25–34. doi: 10.1177/004728759303200204.
- Yu-Chen Chen, Rong-An Shang, Ming-Jin Li. 2014. "The Effects of Perceived Relevance of Travel Blogs' Content on the Behavioral Intention to Visit a Tourist Destination." *Computers in Human Behavior* 30:787–99. doi: https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.05.019.
- Yulistira, Rahma, and A. S. Fathor. 2024. "URGENSI EVENT IMAGE DAN TOURISM EXPERIENCE DALAM MENCIPTAKAN REVISIT INTENTION PADA DESA WISATA KABUPATEN SUMENEP." 17(1):1–3.
- Yuliviona, Reni, Zuraini Alias, and Mokhtar Abdullah. 2019. "The Effect of

Islamic Attributes of Destination, Experiential Values on Revisit Intention among Muslim Tourists: Model Testing on the Mediating Role of Satisfaction.” *Journal of Environmental Treatment Techniques* 7(4):768–73.

Yuliviona, Reni, Zuraini Alias, Mokhtar Abdullah, and Elfitra Azliyanti. 2019. “The Relationship of Halal Tourism, Islamic Attributes, Experiential Value, Satisfaction and Muslim Revisit Intention in Framework.” *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews* 6(1):50–57. doi: 10.18510/ijthr.2019.614.

Yusnaldi, Yusnaldi, and Abu Hassan Makmun. 2026. “Beyond Halal : Serial Mediation of Experience Quality and Satisfaction between Experiential Memorability and Revisit Intention in Halal Dark Tourism.” *Journal of Islamic Marketing* (109). doi: 10.1108/JIMA-10-2025-0680.

Zhou, Gefen, Wenkuan Chen, and Yuting Wu. 2022. “Research on the Effect of Authenticity on Revisit Intention in Heritage Tourism.” *Frontiers in Psychology* 13(May):1–11. doi: 10.3389/fpsyg.2022.883380.