

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini mengangkat judul “Pengaruh *Halal Tourism* Dan *Destination Image* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Cambai Hill Alahan Panjang Kabupaten Solok Dengan *Tourist Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi”. Penelitian ini menggunakan 120 responden yang merupakan wisatawan yang pernah berkunjung ke Cambai Hill Alahan Panjang Kabupaten Solok. Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan menggunakan SmartPLS 4. Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Halal Tourism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada wisata Cambai Hill Alahan Panjang.
2. *Halal Tourism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Tourist Satisfaction* pada wisata Cambai Hill Alahan Panjang.
3. *Destination Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada wisata Cambai Hill Alahan Panjang.
4. *Destination Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Tourist Satisfaction* pada wisata Cambai Hill Alahan Panjang.
5. *Tourist Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada wisata Cambai Hill Alahan Panjang.
6. *Tourist Satisfaction* memediasi pengaruh *Halal Tourism* terhadap Keputusan Berkunjung pada wisata Cambai Hill Alahan Panjang.

7. *Tourist Satisfaction* memediasi pengaruh *Destination Image* terhadap Keputusan Berkunjung pada wisata Cambai Hill Alahan Panjang.

## B. Saran

### 1. Bagi Pengelola Wisata Cambai Hill Alahan Panjang

Berdasarkan hasil penelitian, pengelola Wisata Cambai Hill Alahan Panjang disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan penerapan *Halal Tourism*, terutama pada fasilitas yang berkaitan dengan kebutuhan wisatawan Muslim. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kebersihan dan kenyamanan musala, menyediakan penunjuk arah kiblat dan fasilitas wudu yang memadai, serta memberikan informasi yang lebih jelas mengenai kehalalan makanan dan minuman yang tersedia. Saran ini penting karena *Halal Tourism* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung maupun *Tourist Satisfaction*.

Pengelola juga disarankan untuk meningkatkan *Destination Image* dengan mempertahankan keunikan panorama alam Cambai Hill, khususnya daya tarik pemandangan empat danau dan empat gunung yang menjadi karakteristik khas destinasi. Selain itu, pengelola perlu memperhatikan aspek yang mendukung citra destinasi, seperti kebersihan lingkungan, kondisi fasilitas, aksesibilitas, kenyamanan, dan promosi. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *Destination Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan

Berkunjung serta memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap Tourist Satisfaction.

## **2. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Solok**

Pemerintah Daerah Kabupaten Solok disarankan untuk memberikan dukungan terhadap pengembangan Wisata Cambai Hill melalui peningkatan infrastruktur dan fasilitas pendukung destinasi. Dukungan tersebut dapat berupa perbaikan akses jalan, pengembangan fasilitas umum, fasilitas ibadah, kebersihan lingkungan, serta dukungan terhadap kegiatan promosi destinasi. Hal ini diperlukan karena kondisi lapangan dalam penelitian masih menunjukkan adanya keterbatasan pada aksesibilitas, fasilitas ibadah, sarana pendukung, dan promosi wisata.

## **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi Keputusan Berkunjung, seperti aksesibilitas, harga, promosi, kualitas pelayanan, dan daya tarik wisata. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar serta objek wisata yang berbeda sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku wisatawan. Saran ini juga sesuai dengan implikasi akademik dalam penelitian yang menyebutkan beberapa variabel tersebut sebagai peluang pengembangan penelitian berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Farizal, Roby Setiadi, Syariefful Ikhwan. “Apakah Promosi Sosial Media Berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Pantai Pulau Cemara Sawojajar Brebes Tahun 2020-2021 ?” *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 3 (2022): 5400–5408.
- Airin Rahmanu Ibrahim, Oman Sukirman, Rifqi Asy’ari. “Analisis Dampak Media Sosial Terhadap Minat Wisata Inbound : Studi Kasus Instagram @ Jaswitatourism Di Jawa Barat.” *Jurnal Nasional Pariwisata* 15, no. September (2025): 144–56.
- Akmal, Muhammad, Al Hadi, and Widyo Nugroho. “Faktor Penentu Keputusan Berkunjung Dalam Halal Tourism : Studi Kasus Masjid Al-Jabbar,” 2024.
- Ayu, Dyah, Kunthi Puspitasari, Minat Berkunjung Ulang, and Kepuasan Wisatawan. “Analisis Peran Kepuasan Wisatawan Memediasi Pengaruh Atribut Wisata Halal Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pantai Syariah Banyuwangi.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara* 4, no. 1 (2021): 45–54.
- Ayu, Jati Paras. “Pengaruh Pemasaran Digital Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Bahari Di Kepulauan Seribu.” *Jurnal Pariwisata* 26, no. 3 (2021): 223–32.
- Baron, Reuben M, and David A Kenny. “The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research : Conceptual , Strategic , and Statistical Considerations.” *Journal of Personality and Social Psychology* 51, no. 6 (1986): 1173–82.
- Candra Pramula Pinandita, Dwi Indriani Fidiastutik Wijaya, Elmi Rakhma Aalin. “Dampak Rebranding Pada Industri Pariwisata Terhadap Citra Destinasi Dan Loyalitas Wisatawan.” *Jurnal USaha* 6, no. 1 (2025): 73–84.
- Claudya Dwi Pradita Makawoka, Djurwati Soepono, Sjendry S.R Loindong. “Daya Tarik Wisata , Citra Destinasi Dan Electronic Word Of Mouth ( E-Wom ) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Kenzo Desa Kombi The Influence Of Tourist Attractions , Destination Image And Electronic Word Of Mouth ( E-Wom ) On The Decis” 10, no. 3 (2022): 817–29.
- Daffa, Katon Van, Ina Ratnasari, and Ekonomi. “Pengaruh Citra Destinasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Puncak Sempur Kabupaten Karawang.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.5281/zenodo.5847407>.
- Desti Ayu Pramudita, Bayu Nurhadi. “Pengaruh Daya Tarik Wisatawan, Muslim Friendly Tourism, Dan Media Sosial Berbasis Konten Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Religi Gunungpring Muntilan” 5 (2025): 255–61.
- Fadillah, Ahmad. “Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Gunung Padang,” 2025.
- Fadlan Fadlullah, Hanny Nurlatifah. “Pengaruh Antara Electronic Word of Mouth , Citra Objek Wisata , Dan Wisata Halal Terhadap Travel Intention Melalui Attitude toward Destination” 1, no. 1 (2020).
- Fitri Nur Afni, Rendra Gumilar, Yoni Hemawan. “Pengaruh Uang Saku, Gaya

- Hidup, Dan Penggunaan Financial Technology Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Ekonomi.” *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 3 (2025): 619–28.
- Geografi, Jurusan, Fakultas Ilmu, Sosial Unp, and Kabupaten Solok. “Jurnal Buana,” 2021.
- Ghozali, Imam. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang:Badan Penerbit Undip 2023, 2023.
- Ginting, Nurlisa. “Analisa Teori Kepuasan Wisatawan Terhadap Objek Wisata TALENTA Conference Series Analisa Teori Kepuasan Wisatawan Terhadap Objek Wisata” 5, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.32734/ee.v5i1.1529>.
- Hamid, Febriyanti Putri, Tineke Wolok, Andi Juanna, Universitas Negeri Gorontalo, Universitas Negeri Gorontalo, and Universitas Negeri Gorontalo. “pengaruh fasilitas wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata hiu paus botubarani.” *Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis* 7, no. 3 (2025): 1085–98.
- Harefa, Hasrat ifolala zebua dan geni andalria. “Structural Equation Model ( SEM ) Dalam Pemodelan Kemiskinan” 5, no. 1 (2022): 48–57.
- Heny Ratnaningtyas, Nurbaeti, Myrza Rahmanita. “Pengaruh Citra Destinasi Dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Berkunjung” 8 (2023): 163–73. <https://doi.org/10.32659/tsj.v8i2.255>.
- Heryana, Ade. “Hipotesis Penelitian,” 2020, 1–16.
- Husna, Uswatul, and Adil Mubarak. “Penerapan Pariwisata Berkelanjutan Pada Objek Wisata Alahan Panjang Resort.” *Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora Vol.:*, no. 2 (2024): 1–7.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga., Kotler,
- Lestari, Anggia Ayu, and Melifia Liantifa , Reni Yuliviona. “Pengaruh Lokasi, Fasilitas Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali.” *Jurnal Ekobistek* 12, no. 2 (2023): 587–92. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.601>.
- M. Febtian Syah Putra, Karina Pradinie Tucunan. “The Concept of Halal Tourism and the Fulfillment of Muslim Tourist Needs in Halal Tourism” 1, no. 2 (2021): 56–62.
- Maulana, M Subhan Imam, and Yohanes Gunawan W. “Pengaruh Aksesibilitas , Pengalaman Wisata Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Di Wisata Gunung Rante Banyuwangi” 8, no. 2 (2025): 350–62.
- Maulidiyah, Isroul Ayu. “Peran Media Sosial Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung Pada Desa Wisata Kabupaten Sampang.” *Jurnal Bina Manajemen* 12, no. 2 (2024): 83–105.
- Mei, No, Ananda Ikhlas Aldean, and Retnaningtyas Susanti. “Persepsi Pengunjung Terhadap Fasilitas Daya Tarik Wisata Puncak Bukit Cambai Kabupaten Solok” 2, no. 2 (2024).
- Nuzulia. “Intensi Berwisata Berbasis TPB ( Theory of Planned Behavior ) Pada Pariwisata Ramah Halal : Keterlibatan Citra Destinasi , Resiko Pandemi Dan Kualitas Pelayanan” 4, no. 1 (2021): 29–43.

- Osrita Hapsara, Ahmadi. "Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung : Citra Destinasi Dan Aksesibilitas." *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 11, no. 01 (2022): 64–76.
- Peggy Rahma Alana, Tanto Askriyandoko Putro. "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek," 2019, 180–94.
- Pratiwi, Citra, Siti Komsiah, Susi Yunarti, and Anika Gunasih. "Peran Media Sosial Dalam Membangun Citra Destinasi Pariwisata Di Indonesia" 9, no. 2 (2025): 877–93.
- Puspita, Riri, and Adil Mubarak. "Evaluasi Kinerja Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Solok Dalam Pengembangan Objek Wisata Alahan Panjang Resort" 9 (2025): 3213–21.
- Putlely, Zakheus, Yopi Andry Lesnussa, Abraham Z Wattimena, and Muhammad Yahya Matdoan. "Structural Equation Modeling ( SEM ) Untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan , Harga , Dan Keselamatan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Ambon" 4, no. 1 (2021): 1–13.
- R.wahyu agung utama. "Analysis Of Halal Tourism Development In Pamekasan : Analytical Network Process Approach." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 9, no. 1 (2023): 19–36. <https://doi.org/10.20473/jebis.v9i1.35195>.
- Ramadhan, Sri, Rangga Wisanggara, Alf Syukri Rama, and Tata Asriandara Putri. "Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Dampak Moderasi Religiusitas Di Sumatera Barat." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 01 (2024): 511–21.
- Ramadhani, Marina. "Dilema Regulasi Pariwisata Halal Di Indonesia" 1, no. 1 (2021): 89–105.
- Rohmah, Fitri Auliya, and Muh Syarif. "Pengaruh Citra Destinasi Dan Pengalaman Wisata Terhadap Revisit Intention Melalui Tourist Satisfaction Pada Destinasi Wisata Halal Aer Mata Ebu Arosbaya." *Jurnal Manajemen Strategik Dan Simulasi Bisnis* 6, no. 2 (2025): 51–65.
- Safitri, Indri, Asep M. Ramdan, Erry Sunarya. "Peran Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan" 8 (2020): 734–41.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, CV., 2013.
- Sukma Irdiana, Kurniawan Yunus Ariyono, Kusnanto Drmawan. "Pengaruh wisata halal terhadap kepuasan pengunjung dan minat berkunjung kembali oleh" 1, no. 3 (2021): 421–28.
- Tassyah, tifanny. "pengaruh layanan wisata halal, fasilitas wisata halal, dan aksesibilitas wisata halal terhadap kepuasan wisatawan berkunjung di desa sade kabupaten lombok tengah." *Jurnal Ekonomi Islam*, no. 1 (2025): 63–80.
- Vania Okky Putri, Mulkan Stiawan, M. Rian Ahdian Morena, Hariman, Mustika Permatasari. "Strategi Pengelolaan Homestay Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di Kabupaten Pali, Sumatera Selatan." *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata* 8, no. 2 (2025): 209–20.
- Virgin Threisia Br Bangun, Nana Dyki Dirbawanto, Onan Marakali Siregar. "Pengaruh Digital Marketing Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung ( Studi Pada Pabrik Susu Berastagi )." *Jurnal Pengabdian*

- Masyarakat Dan Riset Pendidikan* 4, no. 1 (2025): 6554–60.
- Wahyuni, Sri, Ida Anggriani, and Iswidana Utama Putra. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah” 10 (2022): 379–90.
- Wibisono, Muhammad, and Rully Arifiansyah. “Pengaruh E-Wom, Citra Destinasi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Di Taman Mini Indonesia Indah.” *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata* 7 (April 30, 2024): 67–78. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76082>.
- Zahratun Nafisah Sarimu, Alida Palilati, Nursaban Rommy Suleman. “Pengaruh Citra Destinasi Dan Tourist Experience Terhadap Destination Loyalty Di Wisata Danau Napabale Kabupaten Muna” 2, no. 4 (2025): 1100–1107.