

PENGARUH MUSLIM FRIENDLY DESTINATION, NILAI LINGKUNGAN SOSIAL BUDAYA, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KOTA BUKITTINGGI

Aidil Novia

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

Email: aidilnovia@uinib.ac.id

Arif Septianda

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

Email: arifseptianda.as@gmail.com

Selvi Septiana

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

Email: selvisseptiana76@gmail.com

Farhana Arini Fauziah

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

Email: farhanaarinifauziah15@gmail.com

Jihan fauziah

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

Email: jihanfauziah252018@gmail.com

Renaldi Firnando

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

Email: renaldifir20@gmail.com

Azmi Hakim

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

Email: azmih619@gmail.com

Gufron Ibnu Malkhan

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

Email: ghfroibnumalkhan@gmail.com

Resti Fauzi

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

Email: restifauzi2506@gmail.com

Abstrak

Paper ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh muslim friendly destination, nilai lingkungan sosial budaya, dan religiusitas terhadap kepuasan wisatawan di Kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi sebagai salah satu tujuan

wisata halal di Sumatera Barat bahkan di Indonesia memiliki objek wisata andalan mulai dari wisata budaya, sejarah bahkan kuliner. Untuk menggali bagaimana kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kota ini dapat dilihat dari tiga variabel yaitu muslim friendly destination, nilai lingkungan sosial budaya, dan religiusitas. Paper ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan uji SEM sebagai alat analisisnya. Data diambil dari 100 orang responden yang berkunjung ke kota Bukittinggi dengan teknik non-probability sampling. Paper ini menunjukkan bahwa variabel muslim friendly destination dan variabel nilai lingkungan sosial budaya secara positif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, sementara variabel religiusitas secara positif berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kota Bukittinggi. Dengan demikian, temuan paper ini menunjukkan bahwa 2 variabel yaitu variabel muslim friendly destination dan variabel nilai lingkungan sosial budaya terbukti mempengaruhi secara signifikan kepuasan wisatawan dan memperkuat temuan beberapa riset sebelumnya, sementara temuan hubungan variabel religiusitas dengan kepuasan tidak terbukti berpengaruh signifikan dan membantah temuan riset sebelumnya termasuk yang dilakukan oleh Fadli Setiawan dan A. Malik..

Kata Kunci : Muslim Friendly Destination, Sosial Budaya, Kepuasan Wisatawan

Abstract

This paper aims to analyze the influence of Muslim friendly destinations, socio-cultural environmental values, and religiosity on tourist satisfaction in the City of Bukittinggi. The city of Bukittinggi -as one of the halal tourist destinations in West Sumatra and even in Indonesia- has mainstay tourist objects ranging from cultural, historical and even culinary tourism. In order to explore how the satisfaction of tourists who visited this city can be seen from three variables, namely Muslim friendly destinations, socio-cultural environmental values, and religiosity. This paper uses a quantitative approach with the SEM test as an analytical tool. Data were taken from 100 respondents who visited the city of Bukittinggi with a non-probability sampling technique. This paper shows that the Muslim friendly destination variable and the socio-cultural environmental value variable have a positive and significant effect on tourist satisfaction, while the religiosity variable has a positive and insignificant effect on tourist satisfaction in the City of Bukittinggi. Thus, the findings of this paper show that 2 variables, namely the Muslim friendly destination variable and the socio-cultural environmental value variable, have proven to significantly influence tourist satisfaction and reinforce the findings of several previous studies, while the findings of the relationship between religiosity and satisfaction have not proven to have a significant effect and refute the findings of previous research. including those carried out by Fadli Setiawan and A. Malik.

Keywords: Muslim Friendly Destination, Socio-Culture, Tourist Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Berjamurnya destinasi wisata yang mengusung tema halal atau syariah tidak selamanya langsung menghasilkan kepuasan kepada para wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut. Harjoni dkk. misalnya mengungkapkan bahwa destinasi wisata halal hanya memberikan kontribusi 58,5 persen terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Aceh (Desky et al., 2022). Begitu juga Saifuddin menyimpulkan bahwa makanan halal dan pelayanan halal tidak mempengaruhi kepuasan wisatawan (Saifudin, 2021).

Harus diakui memang terjadi peningkatan jumlah pengunjung ke Indonesia dalam akhir tahun 2022, dimana mengalami pertumbuhan sebesar 364,31% dibandingkan bulan Oktober 2021 (Sucipto et al., 2019). Peningkatan jumlah kunjungan tersebut tidak luput dari upaya Indonesia dalam meningkatkan performa 10 destinasi wisata ramah muslim unggulan yang telah berprestasi sebagai destinasi wisata ramah muslim terbaik dunia standar Global Muslim Traveller Index (GMTI) di tahun 2019. (Riyanto Sofyan, 2020).

Namun demikian, dalam sejumlah literatur, keinginan wisatawan berkunjung kembali karena kepuasan yang mereka dapatkan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti: fasilitas, eksibilitas dan daya tarik wisata (Handayani et al., 2019). Begitu juga muncul sejumlah faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan wisatawan meliputi: tidak sesuainya harapan dengan kenyataan yang dialami, layanan yang tidak memuaskan, perilaku personil kurang menyenangkan, suasana lingkungan tidak menunjang dan *cost* terlalu tinggi (Handayani et al., 2019). Agar tidak terjadinya ketidakpuasan wisatawan maka harus mempertahankan kepuasan para wisatawan dengan cara mengembangkan berbagai aspek-aspek utama yang dibutuhkan seperti: ketersediaan makanan halal, layanan dan fasilitas yang ramah muslim, serta adanya pembatasan kegiatan yang tidak sesuai dengan syari'ah (Ummah & Hipni, 2021).

Menurut Kotler sebagaimana dikutip Didik, kepuasan wisatawan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkannya (Didik Supriyadi, 2020). Kepuasan wisatawan terhadap wisata halal dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor pendorong merupakan faktor-faktor yang berkaitan dengan keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan yang berasal dari dirinya sendiri, serta faktor penarik merupakan faktor eksternal yang memotivasi wisatawan untuk pergi berwisata (Azhar Melati Putri & Nurhidayati, 2018).

Artikel ini didasarkan pada argumen bahwa *muslim friendly destination* yang telah berlaku di Kota Bukittinggi bukan hanya sekedar menyediakan sarana dan prasarana halal yang memadai tetapi juga menjadi kenyamanan tersendiri bagi wisatawan muslim bahkan non muslim yang berkunjung. Faktanya pada tahun 2019 Sumatera Barat sukses masuk dalam 5 besar destinasi wisata halal dengan mendapatkan skor 59 di Indonesia Muslim Travel Index. Prestasi tersebut

dapat memberi dampak langsung bagi industri pariwisata Sumatera Barat yaitu meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara ke berbagai daerah wisata di Sumatera Barat (Azizah, 2022).

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *muslim friendly destination*, nilai lingkungan sosial budaya, dan religiusitas terhadap kepuasan wisatawan di Kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi dijadikan sebagai objek penelitian mengingat beberapa beberapa alasan, *pertama* Kota Bukittinggi merupakan salah satu kota wisata utama di Indonesia dan khususnya Sumatera Barat. Selain sebagai kota wisata, Kota Bukittinggi juga masih melestarikan nilai-nilai budaya lokal. Di samping Sumatera Barat merupakan mayoritas penduduk umat muslim, maka tidak heran jika Kota Bukittinggi juga memiliki destinasi wisata yang ramah muslim. Sumatera Barat sukses masuk dalam 5 besar destinasi wisata halal di Indonesia Muslim Travel Index, hal ini juga tidak luput dari peran Kota Bukittinggi sebagai kota wisata halal (Indonesia Muslim Travel Index (IMTI), 2019).

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan merupakan suatu hal yang berkaitan dengan pengalaman wisata yang dirasakan disaat menjalani perjalanan wisata. Kepuasan wisatawan adalah pengalaman yang dirasakan wisatawan dalam melaksanakan wisatanya dan setelah melakukan wisatanya (Malinda, 2020). Menurut Philip Kotler kepuasan wisatawan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karna terjadinya perbandingan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi atau hasil yang wisatawan inginkan (Kotler & Keller, 2015). Dari sini dapat dilihat bahwa kepuasan wisatawan merupakan perasaan seseorang yang timbul terhadap ekspektasi atau hasil yang mereka inginkan dalam melakukan wisatanya.

Indikator kepuasan wisatawan dapat dilihat dari beberapa hal, yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan ketersediaan merekomendasikan (Sudiarta et al., 2022). Hawkins dan Lonney menjelaskan bahwa kesesuaian harapan merupakan tingkatan kesesuaian kinerja produk antara yang diharapkan dengan yang dirasakan konsumen. Minat berkunjung kembali bermakna ketersediaan pengunjung dalam melakukan kegiatan berkunjung kembali ke suatu tempat, dan ketersediaan merekomendasikan adalah ketersediaan pengunjung untuk

merekomendasikan wisata yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga (Hawkins & Mothersbaugh, 2010).

Menurut Heath and Wall, kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu daya tarik wisata, fasilitas wisata, kegiatan wisata, dan kualitas pelayanan (Heath, Ernie, 1991). Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang bernilai untuk dilihat serta menarik untuk dikunjungi (Syarifuddin, 2018), fasilitas wisata merupakan sarana dan prasarana yang terdapat di sebuah wisata dari pengelola wisata untuk digunakan oleh wisatawan (Charli & Putri, 2021), kegiatan wisata merupakan apa yang dilakukan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi, kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang ditawarkan dari pihak kepada pihak lain yang berbentuk berwujud maupun tidak berwujud yang menentukan kenyamanan pengunjung (Ananditya & Hidayat, 2017). Adapun yang menjadi faktor-faktor kepuasan wisatawan dalam penelitian ini yaitu, muslim friendly destination, nilai lingkungan sosial budaya, dan religiusitas.

Muslim Friendly Destination

Muslim friendly destination merupakan destinasi yang ramah untuk menyambut wisatawan muslim dengan menghadirkan lingkungan dan fasilitas yang akan disukai oleh wisatawan muslim, seperti dalam memilih makanan atau minuman dengan segala aspek kehalalan. Menurut salah satu pendapat mengatakan bahwa *muslim friendly destination* adalah bentuk pariwisata yang melayani muslim dengan mengutamakan fasilitas dan kegiatan yang sesuai islam sebagai prinsip untuk gaya hidup wisatawan selama bepergian (Hasanah & Harun, 2018).

Oleh karena itu, dalam *muslim friendly destination* terdapat beberapa indikator yang meliputi: (1) kebutuhan akan makanan halal (2) fasilitas ibadah sholat (3) ketersediaan air di kamar kecil (4) tidak ada aktivitas non-halal (5) layanan sarana transportasi (6) tersedianya penginapan syariah (Wahidati & Sarinastiti, 2018). Indikator pertama yaitu, kebutuhan akan makanan halal adalah yang sesuai dengan syariat Islam dan makanan yang dikonsumsi tidak haram. Makanan haram antara lain yaitu, berasal dari babi, terbuat dari hewan karnivora/ pemakan bangkai, hewan yang disembelih tidak dengan nama Allah, dan mengandung alkohol. Kedua yaitu, fasilitas ibadah shalat merupakan tempat untuk mengerjakan shalat lengkap dengan kebutuhan ibadah shalat seperti tempat berwudhu, pakaian shalat yang telah tersedia, sajadah, dan adzan.

Ketiga yaitu, ketersediaan air di kamar kecil adalah tersedianya air bersih di wc umum ketika hendak berpergian. Keempat yaitu, tidak ada aktivitas non-halal adalah kegiatan yang tidak mengandung unsur kemaksiatan. Kelima yaitu, layanan transportasi adalah akses layanan angkutan umum ketika hendak melakukan perjalanan. Keenam yaitu, tersedianya penginapan syariah adalah penyediaan fasilitas akomodasi seperti kamar-kamar, pelayanan makanan dan minuman, tersedia air yang cukup untuk menyucikan diri, dan fasilitas lainnya untuk menginap yang telah bersertifikasi halal.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *muslim friendly destination* berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Ini berarti dengan adanya destinasi yang ramah serta fasilitas yang disukai wisatawan dapat menimbulkan kepuasan wisatawan terhadap pengalaman yang mereka dapatkan di wisata tersebut.

H1 : *Muslim Friendly Destination* berpengaruh positif dalam memenuhi kepuasan wisatawan

Nilai Lingkungan Sosial dan Budaya

Nilai lingkungan budaya merupakan suatu keyakinan terhadap lingkungan yang membahas nilai yang melekat pada individu di masyarakat (Gumelar, 2017). Nilai lingkungan sosial adalah bentuk gagasan yang dimiliki seseorang atau kelompok tentang apa yang dikehendaki dan apa yang layak untuk diterapkan di lingkungan tersebut (Held et al., 1989). Lingkungan budaya ini merupakan keadaan sistem budaya yang dianut dalam masyarakat, adat istiadat yang berlaku, dan cara hidup manusia dalam masyarakat. Sedangkan lingkungan sosial merupakan kekuatan dalam masyarakat dengan sistem norma yang berlaku pada individu atau kelompok orang yang mempengaruhi gaya perilaku dengan interaksinya.

Studi-studi terdahulu mendeskripsikan bahwa indikator nilai lingkungan budaya meliputi: (1) nilai budaya keamanan (2) nilai budaya ketertiban (3) nilai budaya kebersihan (4) nilai budaya kesejukan (5) nilai budaya keindahan (6) nilai budaya ramah tamah. Sedangkan untuk nilai sosial meliputi: (1) nilai gotong royong (2) nilai toleransi (3) nilai kebersamaan (Fernando, 2016). Indikator nilai lingkungan budaya pertama yaitu keamanan merupakan tidak adanya berbagai bentuk kejahatan, kekerasan, maupun ancaman. Indikator kedua yaitu ketertiban dalam memasuki kawasan yang teratur. Indikator ketiga yaitu kebersihan yang bebas dari kotoran seperti bebas dari sampah, limbah, dan pencemaran. Keempat yaitu, kesejukan yakni suasana lingkungan yang asri, segar, dan rapi dengan keadaan yang sejuk. Kelima yaitu,

keindahan yakni keadaan lingkungan alam yang baik dan rapi akan menciptakan suasana yang indah. Keenam yaitu, keramah-tamahan masyarakat seperti sikap sopan santun, memberi hormat, dan bentuk interaksi lainnya. Sedangkan untuk indikator nilai lingkungan sosial yang pertama nilai gotong royong yaitu bentuk bekerja sama atau saling tolong menolong. Kedua toleransi yaitu sikap menghormati dan menghargai perbedaan yang ada antar sesama manusia tanpa memandang suku, ras, agama, dan antar golongan. Ketiga kebersamaan yaitu bentuk rasa kekeluargaan.

Studi ini mengasumsikan bahwa nilai lingkungan sosial budaya dapat memberikan ketahanan budaya, integrasi sosial, keamanan, keselamatan, kepuasan penduduk lokal, dan menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung kembali. Dapat disimpulkan bahwa nilai lingkungan sosial budaya secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

H2 : Nilai lingkungan sosial budaya berpengaruh positif terhadap kepuasan wisata

Religiusitas

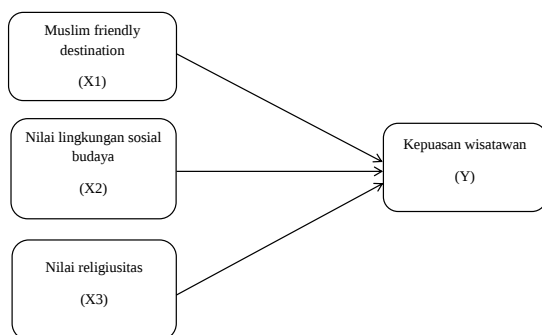
Religiusitas merupakan kemampuan beragama atau berkeyakinan kepada tuhan atau percaya adanya kekuatan di luar dirinya yang mengatur hidup dan kehidupan alam semesta (Fernandes, 2014). Tingkat religiusitas seseorang dapat ditentukan oleh tinggi atau rendahnya masing-masing aspek religiusitas terhadap individu yang bersangkutan tentang hubungan batin antara manusia dengan tuhan di dalam kehidupan sehari-hari seperti menjalankan ibadah, melaksanakan zakat, berpuasa, membaca alquran serta mengkonsumsi makanan yang halal, dan lain sebagainya.

Religiusitas memiliki beberapa indikator, yang meliputi : (1) ideologis (2) ritualistic (3) eksperiensial (4) intelektual dan (5) konsekuensial. Indikator ideologis mengukur sejauh mana seseorang menerima hal-hal bersifat dogmatis dalam agamanya. Ritualistic merupakan mengukur sejauh mana seseorang melakukan kewajibannya. Eksperiensial merupakan sejauh mana tingkat muslim merasakan pengalaman religius. Intelektual merupakan sejauh mana seseorang paham tentang agamanya. Konsekuensial merupakan sejauh mana seseorang komitmen dengan ajarannya (Ag et al., n.d.).

Secara teori, religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Fadli Setiawan & A. Malik, 2022). Dengan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa religiusitas akan menimbulkan kepuasan wisatawan dalam menggunakan fasilitas keagamaan yang telah disediakan dan mengingat tuhan dalam setiap perjalanan.

H3 : Religiusitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan

Berdasarkan kajian teori diatas maka dapat ditarik kerangka pemikiran seperti gambar dibawah ini.



Gambar 1: Kerangka Berpikir

3. METODOLOGI PENELITIAN

Tipe dan cakupan penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif untuk menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan. Menurut Sugiyono yang dikutip dari Imron, penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif untuk menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik, sedangkan penelitian deskriptif adalah dengan cara menggambarkan objek penelitian pada saat keadaan sekarang berdasarkan fakta-fakta sebagaimana adanya, kemudian di analisis dan di interpretasikan (Imron, 2019). Dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara kuantitatif bagaimana pengaruh kepuasan wisatawan dilihat dari *Muslim Friendly Destination* dan Nilai Lingkungan Sosial dan Budaya.

Responden dalam studi

Data yang diperoleh dari pemetaan kuisioner dikonfirmasi kepada sekelompok wisatawan sebagai responden dalam penelitian. Responden dibatasi dari umur tujuh belas tahun sampai enam puluh tahunan yang telah berwisata di Kota Bukittinggi lebih tepatnya Jam Gadang. Jumlah populasi wisatawan yang berkunjung ke Kota Bukittinggi tidak diketahui pasti berapa jumlahnya maka teknik penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Lemeshow* yaitu sejumlah 100 sampel wisatawan. Cara mengambil data pada sampel penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

Instrumen dalam penelitian

Dalam penelitian ini instrument yang digunakan adalah angket sebagai landasan perumusan pertanyaan. Penelitian ini menggunakan angket dengan skala pengukuran likert. Kuisioner tersebut berisi 4 variabel yaitu: *Muslim Friendly Destination*, Lingkungan sosial budaya, Religiusitas, dan Kepuasan wisatawan.

Analisa data

Model penelitian ini akan dianalisa dengan menggunakan *Structural Equation Model (SEM)*. Pengelolaan SEM berguna untuk menguji validitas dan reliabilitas data. Pada uji validitas, jika hasilnya tidak valid maka butir-butir yang tidak valid akan dibuang. Selanjutnya untuk uji reliabilitas, jika hasilnya tidak reliabel maka butir-butir yang tidak reliabel akan dibuang. Jika kedua langkah tersebut sesuai maka dapat dilanjutkan menggunakan analisis data *Partial Least Square (PLS)*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL

Pada tabel 1. tampak bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari 43 (43%) orang laki-laki dan 57 (57%) orang wanita. Sementara itu dari segi umur, terdapat 55 (55%) responden berusia 17-29 tahun, 17 (17%) responden berusia 30-39 tahun, 10 (10%) responden berusia 40-49 tahun, 14 (14%) responden berusia 50-59 tahun, dan 4 (4%) responden berusia 60 tahunan. Dari

segi jenis pekerjaan responden, mayoritas responden (41%) merupakan pelajar/mahasiswa, selebihnya adalah BUMN, PNS, wiraswasta/wirausaha, TNI/polri, ibu rumah tangga, dan lainnya.

Tabel 1. *Demographic of Respondents*

Variabel	Deskripsi	Frekuensi	(%)
Jenis			
kelamin	Laki-laki	47	47
	Wanita	53	53
Umur	17-29 tahun	55	55
	30-39 tahun	17	17
	40-49 tahun	10	10
	50-59 tahun	14	14
	60 tahunan	4	4
Pekerjaan	BUMN	1	1
	PNS	7	7
	Wiraswasta/wirausaha	22	22
	Pelajar/mahasiswa	41	41
	TNI/Polri	4	4
	Ibu rumah tangga	18	18
	Lainnya	7	7

Pada tabel 2. memperkirakan model pengukuran, termasuk analisis luar memuat *Average Variance Extractive* (AVE) dan *Composite Reliability* (CR), yang umumnya ditampilkan hasil yang memuaskan. Dalam mengungkapkan nilai validitas konvergen penelitian ini menemukan bahwa persyaratan yang ditentukan telah terpenuhi karena nilai AVE > 0,5 dan faktor loading > 0,6. Validitas Konvergen digunakan untuk membuktikan bahwa pernyataan-pernyataan pada setiap variabel laten pada penelitian ini dapat dipahami oleh responden dengan cara yang sama seperti yang dimaksud oleh peneliti. Dalam temuan ini menunjukkan bahwa variabel laten dan indikator yang dipilih oleh penelitian ini sudah sesuai.

Tabel 2. *Measurement model indicators*

Construct/indikator	Loading	α	CR	AVE
Muslim Friendly Destination (X1)		0.730	0.831	0.554
Kebutuhan akan makanan halal	0.825			
Fasilitas ibadah sholat	0.781			
Tidak ada aktivitas non-halal	0.614			
Tersedianya penginapan syariah	0.740			
Nilai Sosial Budaya (X2)		0.827	0.874	0.537
Nilai budaya keamanan	0.777			
Nilai budaya ketertiban	0.703			
Nilai budaya ramah tamah	0.804			
Nilai sosial gotong royong	0.644			
Nilai sosial toleransi	0.699			
Nilai sosial kebersamaan	0.759			
Religiusitas (X3)		0.869	0.898	0.559
Ideologis	0.719			
Rituakistik	0.858			
	0.742			
Eksperiensial	0.799			
	0.736			
Intelektual	0.614			
Konsekuensi	0.742			
Kepuasan Wisatawan (Y)		0.835	0.901	0.752
Kesesuaian harapan	0.852			
Minat menggunakan kembali	0.904			
Ketersediaan merekomendasikan	0.844			

Pada tabel 3, menggambarkan validitas diskriminan yang digunakan untuk membuktikan bahwa pernyataan-pernyataan pada setiap variabel laten tidak dikacaukan oleh responden yang menjawab kuesioner berdasarkan pernyataan-pernyataan pada variabel laten lainnya, khususnya dalam hal makna pernyataan-pernyataan. Dengan menggunakan kriteria Fornell Larckel, penelitian ini menemukan bahwa nilai kuadrat AVE lebih tinggi dari korelasi antar konstruk, menunjukkan bahwa hasil evaluasi validitas diskriminan baik, sementara itu Alpha (α) dan CR semua *cronbach* di penelitian ini mayoritas melebihi 0.6 artinya instrument yang digunakan realibel.

Pada tabel 4. merupakan estimasi struktural dari penelitian ini yang mengungkapkan karakteristik hubungan antar variabel dan hasil analisis hipotesis. Koefisien jalur bertanda positif, namun hasil pengujian hipotesis menghasilkan kesimpulan berbeda melalui kriteria $p < 0.05$. Penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel *muslim friendly destination* (X1) secara positif berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y) artinya apabila kapasitas dari variabel X1 meningkat maka otomatis variabel Y juga meningkat. Untuk variabel nilai sosial budaya (X2) secara positif berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y) artinya apabila kapasitas dari variabel X2 meningkat maka otomatis variabel Y meningkat. Dan untuk variabel religiusitas (X3) secara positif berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y), artinya apabila kapasitas dari variabel X3 itu meningkat maka variabel Y juga meningkat, namun pengaruhnya tidak signifikan.

Tabel 3. *Discriminant Validity*

Variable	X1	X2	X3	Y
Muslim Friendly Destination (X1)	0.744			
Nilai Lingkungan Sosial Budaya (X2)	0.501	0.733		
Religiusitas (X3)	0.525	0.640	0.748	
Kepuasan Wisatawan (Y)	0.520	0.539	0.479	0.867

Tabel 4. *Results of Structural Estimates*

Variable	Original Sample	Sample Mean	Standar Deviation	T Statistics	P Values	Result
X1 → Y	0.300	0.311	0.118	2.531	0.012	Accepted
X2 → Y	0.310	0.328	0.113	2.754	0.006	Accepted
X3 → Y	0.124	0.109	0.130	0.948	0.343	Accepted

PEMBAHASAN

Temuan empiris dari penelitian ini adalah menguji pengaruh *muslim friendly destination*, nilai lingkungan sosial budaya, dan religiusitas terhadap kepuasan wisatawan di kota bukittinggi. Hal tersebut bertujuan agar dapat menciptakan destinasi wisata yang ramah bagi wisatawan, selain itu juga dapat menumbuhkan perekonomian, mengurangi pengangguran,

dapat melestarikan alam lingkungan, memajukan budaya, serta pengunjung yang berpergian wisata dapat menanamkan nilai religiusitas dalam dirinya.

Berdasarkan studi empiris, tampak bahwa muslim friendly destination berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Artinya indikator yang ada, yaitu kebutuhan akan makanan halal, fasilitas ibadah sholat, tidak ada aktivitas non-halal, dan tersedianya penginapan syariah menentukan kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke Bukittinggi. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa muslim friendly destination secara positif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Sumenep (Rozi & Camelia, 2022). Hal ini dapat diartikan bahwa muslim friendly destination yang dirasakan oleh pengunjung menjadi prioritas penting ketika hendak berwisata. Artinya semakin meningkat muslim friendly destination maka semakin meningkat kepuasan wisatawan.

Berdasarkan studi empiris, tampak bahwa nilai lingkungan sosial budaya berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Artinya indikator yang ada yaitu, nilai budaya keamanan, nilai budaya ketertiban, nilai budaya ramah-tamah, nilai sosial gotong royong, nilai sosial toleransi, dan nilai sosial kebersamaan menentukan kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke Kota Bukittinggi. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa nilai lingkungan sosial budaya secara positif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Gandrung Terakota Banyuwangi (Suci et al., 2021). Hal ini dapat diartikan bahwa nilai lingkungan sosial budaya menjadi prioritas penting bagi kepuasan wisatawan, jika semakin meningkat nilai lingkungan sosial budaya maka semakin meningkat kepuasan wisatawan.

Berdasarkan studi empiris, tampak bahwa religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Artinya indikator yang ada yaitu, ideologis, ritualistik, eksperiensial, intelektual, dan konsekuensial tidak terlalu menentukan kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke Bukittinggi. Temuan ini membantah hasil penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa religiusitas secara positif signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung pada wisata halal Sumatera Barat (Fadli Setiawan & A. Malik, 2022). Hal ini dapat diartikan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tidak mementingkan religiusitas yang

diyakini. Artinya, hal ini menunjukkan religiusitas mempunyai probabilitas yang sama dalam kepuasan wisatawan.

5. KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Muslim Friendly Destination, Nilai Lingkungan Sosial Budaya, dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di Bukittinggi. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

- A. *Muslim Friendly Destination* secara positif berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di Bukittinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai p values yang didapatkan untuk mencari pengaruh Muslim Friendly Destination terhadap Kepuasan Wisatawan sebesar $0.012 < 0.05$. Berarti bahwa pengunjung yang hendak berwisata memperhatikan destinasi wisata tersebut sudah ramah muslim.
- B. Nilai Lingkungan Sosial Budaya secara positif berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di Bukittinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai p values yang didapatkan untuk mencari pengaruh Nilai Lingkungan Sosial Budaya terhadap Kepuasan Wisatawan sebesar $0.006 < 0.05$. Berarti bahwa pengunjung yang hendak berwisata memperhatikan aspek sosial dan budaya sehingga wisata tersebut dapat diminati oleh pengunjung.
- C. Religiusitas secara positif berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di Bukittinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai p values yang didapatkan untuk mencari pengaruh Religiusitas terhadap Kepuasan Wisatawan sebesar $0.343 > 0.05$. Berarti bahwa kepuasan wisatawan tidak tergantung kepada tingkat religiusitas yang mereka miliki.

IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

- A. Secara teoritis : Muslim Friendly Destination, Nilai Lingkungan Sosial Budaya, dan Religiusitas dapat memberikan kepuasan wisatawan di objek wisata Jam Gadang Kota Bukittinggi.

- B. Secara praktis : hasil penelitian ini nantinya dapat digunakan untuk meningkatkan pelayanan, fasilitas, serta memajukan budaya yang ada di objek wisata Kota Bukittinggi. Pada lingkungan budaya agar lebih bisa memperhatikan kebutuhan pengunjung agar kebersihan, kesejukan, dan keindahan dapat terjaga. Saran untuk kebijakan pemerintah agar membuat kegiatan-kegiatan secara rutin untuk meningkatkan jumlah wisatawan. Melengkapi sarana dan prasarana objek wisata, dan berperan aktif pemberdayaan dan pengembangan sektor wisata.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan dan di usahakan sesuai dengan prosedur penelitian, namun masih memiliki keterbatasan yaitu :

- A. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skop cakupan atau daerah penelitian di sekitar Jam Gadang di Kota Bukittinggi. Padahal masih banyak objek wisata di Kota Bukittinggi yang memiliki potensial banyak pengunjungnya. Selain Kota Bukittinggi masih banyak juga daerah wisata lain di daerah lain yang berada di Sumatera Barat seperti Kota Padang, Kabupaten Tanah Datar, Kabupaten Pesisir Selatan, Kota Payakumbuh, dan lain-lain.
- B. Variabel yang diuji dalam penelitian barulah *Muslim Friendly Destination*, Nilai Lingkungan Sosial Budaya, dan Religiusitas. Padahal masih ada variabel lain yang mampu mempengaruhi kepuasan wisatawan seperti, kepastian harga, promosi wisata, kualitas pelayanan objek wisata, daya tarik wisata, wisata kuliner, dan citra destinasi.
- C. Bagi peneliti selanjutnya
1. Memperluas dan menambah jumlah populasi atau sampel
 2. Menambah variabel penelitian
 3. Memperbarui pernyataan-pernyataan dan indikator pada penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Ag, S., Si, M., Pradisti, L., Sumarsono, M. S. D., Si, M., Zulaikha, S., & Si, M. (n.d.). *DIMENSI RELIGIUSITAS DAN PENGARUHNYA TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOUR (Studi Pada Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto)*. 1–13.
- Ananditya, A., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan Dan

- Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 6(2), 98–106.
- Azhar Melati Putri, D., & Nurhidayati, H. (2018). Faktor Pendorong Dan Penarik Wisatawan Terhadap Jazz Gunung Bromo Sebagai Atraksi Music Tourism Di Jawa Timur. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 6(1), 26–38. <https://doi.org/10.35814/tourism.v6i1.761>
- Azizah, W. (2022). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN WISATA HALAL DI PROVINSI SUMATERA BARAT Oleh. –2003 ,8.5.2017 ,٧٧٨٧ 2005.
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 9(2), 40–48. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i2.75>
- Desky, H., Thaver, B., & Rijal, S. (2022). Analysis of Tourist Satisfaction with Halal Tourism in Aceh. *Indonesian Journal of Halal Research*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v4i1.14479>
- Dikdik Supriyadi, E. K. (2020). Studi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dilihat Dari Manajemen Pelayanan Pariwisata dan Kebijakan adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di Kabupaten Pangandaran. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 2(1), 100–116.
- Fadli Setiawan, & A. Malik, M. (2022). Pengaruh Religiusitas dan Perceived Value terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Halal di Sumatera Barat. *Jurnal Ekobistek*, 11(3), 245–250. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i3.369>
- Fernando, H. (2016). *Sosial budaya dalam pariwisata . Tahun 2016*.
- Gumelar, G. (2017). Nilai Lingkungan dan Sikap Ramah Lingkungan Pada Warga Jakarta Di Pemukiman Kumuh. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 39. <https://doi.org/10.24014/jp.v12i1.3007>
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 20(2), 123–133. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i2.3228>
- Hasanah, S., & Harun, A. N. (2018). *Significant Overview of Japan Tourism: Muslim Friendly Destination and Social Media*. 46(Ebic 2017), 447–450. <https://doi.org/10.2991/ebic-17.2018.70>
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (11 ed.). McGraw-Hill.
- Heath, Ernie, G. W. (1991). *Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach*. John Wiley & Sons Inc.
- Held, D., Thompson, J. B., & David, H. (1989). *Social Theory of Modern Societies: Anthony Giddens and His Critics*. Cambridge University Press.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Indonesia Muslim Travel Index (IMTI). (2019). Mastercard-CrescentRating. *Senin 8 April 2019 Puku*

19.16 *Wib,* *April,* 1-48.
<https://lifestyle.okezone.com/read/2019/04/08/406/2040696/kalahkan-aceh-lombok-jadi-destinasi-wisata-halal-nomor-satu-di-indonesia>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson Education, Inc.

Malinda, J. (2020). Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Danau Siombak Di Kota Medan. *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*, 2(02).

Riyanto Sofyan, et. al. (2020). Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah. *Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS)*, 31.

Rozi, F., & Camelia, A. (2022). Studi Kelayakan Destinasi Wisata Ramah Muslim untuk Meningkatkan Citra Wisata di Sumenep (Studi Kasus Pantai Lombang dan Pantai e-Kasoghi Kabupaten Sumenep). *Al-Manhaj: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 433-446. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i2.1736>

Saifudin, S. (2021). Can Religious Tourism Meet Tourist Satisfaction through its Halal-Friendly? *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 9(2), 205.
<https://doi.org/10.21043/bisnis.v9i2.11999>

Suci, C. W., Yustita, A. D., & Putra, A. P. (2021). Pengaruh Penerapan Konsep Pariwisata Berkelanjutan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Gandrung Terakota Banyuwangi. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 4(2), 43–50. <https://doi.org/10.32528/sw.v4i2.5928>

Sucipto, A., Ntb, U., Ratulangi, S., Sulut, U., Riau, U., Nad, U., Yani, A., Jateng, U., Ii, B., Ntb, U., Ratulangi, S., Sulut, U., Yani, A., & Jateng, U. (2019). Tabel . 1 Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Pintu Masuk Utama Tabel . 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Menurut Pintu Masuk Dan Kebangsaan. *Kemenparekraf, 2018*(Irts 2008), 2018–2020.

Sudiarta, I. N., Astina, P. E. W., Gede, I. N., & Dewi, I. G. A. M. (2022). *Kualitas Layanan Dan Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Untuk Menunjungi Kembali Desa Wisata I. 4*, 508–526.

Syarifuddin, D. (2018). Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 15(1), 19-32.

Ummah, R., & Hipni, M. (2021). Implementasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Halal Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di Kabupaten Bangkalan Universitas Trunojoyo Madura Email: Pendahuluan Indonesia merupakan negara dengan beragam destinasi wisata yang terkenal hingga mancanegara. *Journal of Social Community*, 6(2), 33-48.

Wahidati, L., & Sarinastiti, E. N. (2018). Perkembangan Wisata Halal di Jepang. *Jurnal Gama Societa*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.22146/jgs.34043>