

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar
Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

PENGARUH 4A PARIWISATA HALAL TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN BERKUNJUNG KE DKI JAKARTA

Mahda Fikiya¹, Muhammad Anwar Fathoni², Fitri Yetty³

^{1,2,3}Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Pembangunan Nasional Veteran
Jakarta

¹mahda.fikiya@upnvj.ac.id

²mfathoni@upnvj.ac.id

³fitriyetty_61@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di destinasi wisata unggulan DKI Jakarta yang bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ansilari pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke DKI Jakarta yang mana menurut BPS Provinsi DKI Jakarta terjadi penurunan 13,94% jumlah wisatawan pada tahun 2019. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke DKI Jakarta, dengan jumlah sampel penelitian adalah sebanyak 102 orang yang dipilih menggunakan teknik non-probability sampling. Penelitian ini menggunakan data primer dengan pengumpulan data kuesioner melalui google form, analisis data dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS versi 25, metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif dengan metode regresi linier berganda dan melakukan serangkaian uji seperti uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji statistik deskriptif, dan uji hipotesis. Hasil statistik deskriptif menyatakan bahwa mayoritas wisatawan setuju dengan pernyataan pada penelitian ini dan uji F & uji t menunjukkan pengaruh signifikan secara simultan maupun parsial serta uji R² yang menunjukkan hasil 68.5% pengaruh bersama-sama atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ansilari pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan, pada model regresi linier berganda didapatkan hasil pengaruh positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata unggulan DKI Jakarta dibutuhkan peningkatan pada komponen utama pariwisata halal.

Kata Kunci: atraksi, aksesibilitas, amenitas, ansilari, pariwisata halal

Abstract

This research was conducted in the leading tourist destinations of DKI Jakarta which aims to analyze and determine the effect of attractions, accessibility, amenities, and halal tourism on the satisfaction of tourists visiting DKI Jakarta, which according to BPS DKI Jakarta Province there was a 13.94% decrease in the number of tourists in Jakarta. 2019. The population in this study are tourists visiting DKI Jakarta, with a total sample of 102 people who were selected using a non-probability sampling technique. This study uses primary data with questionnaire data collection through google form, data analysis is carried out using IBM SPSS version 25, the research method used is descriptive quantitative with multiple linear regression method and performs a series of tests such as data quality test, classical assumption test, statistical test descriptive, and hypothesis testing. The results of descriptive statistics stated that the majority of tourists agreed with the statement in this study and the F & t test showed a significant effect

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

simultaneously or partially as well as the R2 test which showed the results of 68.5% the joint influence of attractions, accessibility, amenities, and halal tourism ansilari on satisfaction tourists, the multiple linear regression model obtained a positive effect. This shows that in increasing the satisfaction of tourists visiting the leading tourist destinations of DKI Jakarta, an increase in the main components of halal tourism is needed.

Keywords: *attractions, accessibility, amenities, ancillary, halal tourism*

PENDAHULUAN

Di semua negara, pariwisata memiliki peran penting dalam pembangunan perekonomian negara. Peningkatan kesejahteraan dan kemajuan membuat pariwisata menjadi bagian penting pada gaya hidup dan kebutuhan manusia, serta mendorong orang untuk memahami budaya daerah lain dan alam (Pratiwi, 2016). Daerah destinasi wisata harus mendukung empat elemen penting pada industri pariwisata, sebutan elemen tersebut biasa dikenal "4A" yaitu Attraction (atraksi wisata), Accessibility (aksesibilitas), Amenity (amenitas), dan Ancillary (tambahan pelayanan). Kepuasan wisatawan terbentuk dengan adanya objek wisata yang baik dan semakin banyak wisatawan yang mengenal objek wisata tersebut akan mendapatkan rekomendasi yang positif sehingga akan banyak dikenal oleh masyarakat (Sunaryo, 2013).

Menurut data Badan Pusat Statistik (2019) wisatawan Indonesia sering mengunjungi 11 provinsi untuk berlibur 59% dan berkunjung untuk keperluan bisnis 38%, yakni kunjungan nomor satu di Bali sekitar 3.7 juta, diikuti oleh DKI Jakarta, DIY, Jatim, Jabar, Sumut, Lampung, Sulsel, Banten dan Sumbar. Pariwisata syariah merupakan kegiatan yang mendukung wisatawan muslim dalam berbagai pelayanan dan fasilitas yang disajikan oleh pemerintah, masyarakat dan pengusaha dengan berlandaskan ketentuan yang ada. Hasil analisis data, jumlah wisatawan muslim dari negara lain yang mengunjungi Indonesia mencapai 4.5 juta pada tahun 2019 hal tersebut merupakan potensi bagi daerah-daerah yang mengembangkan pariwisata halal (Kemenparekraf, 2019).

NTB terkenal akan wisata halal di daerah Lombok yang mendapatkan 3 penghargaan, yaitu 1. *World Best Halal Beach Resort*, 2. *World Best Halal Honeymoon Destination* dan 3. *World Best Halal Travel Website*. Wisata Halal terbukti dalam meningkatkan perekonomian masyarakat serta meningkatkan APBD dalam bidang pariwisata di NTB dari banyaknya turis yang berkunjung, maka dari itu Jakarta sebagai Ibukota Indonesia seharusnya mampu meningkatkan pembangunan ekonomi melalui Pariwisata Halal dan meningkatkan kunjungan turis dari luar Jakarta (Kemenparekraf, 2016).

Tabel 1. Pertumbuhan Jumlah Wisatawan Ke DKI Jakarta

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan Growth (%)
2015	2.377.226	2,5
2016	2.512.005	5,67
2017	2.658.055	5,81
2018	2.813.411	5,84
2019	2.421.128	-13,94

Sumber: BPS Provinsi Jakarta, 2020

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2020), pada tahun 2019 jumlah turis berkunjung ke destinasi wisata DKI Jakarta menurun dari tahun 2018, yang

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

mana pada tahun 2018 berjumlah sekitar lebih 2,8 juta menjadi sekitar 2,4 juta di tahun 2019 hal ini membuat peneliti tertarik membahas bagaimanakah pengaruh atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ansilari pariwisata halal yang diberikan pemerintah Ibukota Jakarta dalam bidang pariwisata kepada wisatawan sudahkah maksimal atau belum, dan bagaimanakah tingkat kepuasan para wisatawan yang berkunjung ke Jakarta sudahkah puas atau tidak. Dari pokok pembahasan ini maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ansilari pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta.

Berdasarkan pembahasan latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki perumusan masalah sebagai berikut:

- Bagaimanakah pengaruh atraksi pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta?
- Bagaimanakah pengaruh aksesibilitas pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta?
- Bagaimanakah pengaruh amenitas pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta?
- Bagaimanakah pengaruh ansilari pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta?
- Bagaimanakah pengaruh secara simultan antara atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ansilari pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta?

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata Halal

Pariwisata halal bermanfaat bagi banyak wisatawan karena memiliki ciri universal pada produk dan jasanya. Produk dan jasa wisata halal dengan wisata konvensional dan wisata religi biasanya sama, sepanjang tidak bertentangan dengan nilai keislaman. Oleh karena itu, pariwisata halal tidak hanya sebatas wisata religi. dari definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa konsep pariwisata halal yang dimaksud tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan akhlak Islam terkait dengan konsep halal dan haram dalam Islam. Konsep halal dapat dilihat dalam dua perspektif, yaitu perspektif agama dan perspektif industri. Dari pandangan agama yaitu sebagai undang-undang tentang pangan yang dapat dikonsumsi untuk melindungi konsumen muslim. Sementara dari sisi industri, bagi produsen pangan konsep halal ini dapat dimaknai sebagai peluang bisnis bagi industri pangan yang target konsumennya sebagian besar adalah Muslim. Perlu dipastikan bahwa produk halal akan meningkatkan nilainya dalam bentuk intangible value. Contoh makanan dengan label halal pada kemasannya lebih diminati konsumen muslim (Hamzah & Yudianta, 2016).

Komponen Utama Pariwisata Halal

Beberapa faktor pendukung pengembangan objek wisata yaitu terdapat 4 (empat) elemen yang harus dimiliki destinasi wisata. Di setiap objek wisata terdapat berbagai elemen yang saling bergantung. elemen ini sangat prioritas agar pengunjung dapat menikmati pengalaman yang terbaik selama berwisata. Ada 4 elemen penting, antara lain destinasi atau objek wisata seperti Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilari (Utama, 2017).

﴿قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ۝٢٠﴾
(العنكبوت/29: 20)

Terjemah Kemenag 2019

Katakanlah, “Berjalanlah di (muka) bumi, lalu perhatikanlah bagaimana Allah memulai penciptaan (semua makhluk). Kemudian, Allah membuat kejadian yang akhir (setelah mati di akhirat kelak). Sesungguhnya Allah Mahakuasa atas segala sesuatu (Al-'Ankabut/29:20).

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

Komponen utama pariwisata halal juga merupakan sebagai rangkaian layanan tambahan, termasuk atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ansilari serta tujuannya adalah untuk memenuhi segala kebutuhan dan harapan wisatawan Muslim yang disediakan oleh bisnis dan komunitas pengelola destinasi wisata dan kebijakan dari pemerintah dalam mendukung kegiatan pariwisata tersebut (Kemenparekraf, 2019).

Kepuasan Wisatawan

Menurut Oliver dalam Supranto (2011: 233) Kepuasan merupakan perbandingan antara harapan dengan hasil/kenyataan. Metode yang dikemukakan oleh Kotler dan Oliver menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan adalah penilaian wisatawan secara menyeluruh mengenai kualitas destinasi yang dirasakan pada objek wisata. Dari sudut pandang tersebut, dapat ditarik kesimpulannya bahwa kepuasan wisatawan merupakan selisih antara harapan wisatawan tentang destinasi wisata dengan hasil penerimaan jasa yang diberikan oleh objek wisata tersebut (Supranto, 2011). Kepuasan wisatawan merupakan perasaan kesukaan dan ketidaksukaan seseorang setelah membandingkan antara harapan dengan hasil atau kinerja terhadap produk atau layanan yang diberikan (Octavia et al., 2015).

Konsep Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan adalah hal utama dalam menentukan kesuksesan suatu objek wisata, apabila objek wisata memberikan sesuai dengan harapan wisatawan sebelum berkunjung akan menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi dan membuat wisatawan akan berkunjung ulang atau setidaknya merekomendasikan ke orang-orang lain (Alvianna et al., 2020).

Dalam konsep kepuasan wisatawan memiliki dimensi untuk mendukung terciptanya perasaan puas pada wisatawan (Tjiptono, 2012):

- a. Reliability (Keandalan)
Produk dan layanan yang diberikan destinasi wisata dapat dipercaya dan menjanjikan.
- b. Responsiveness (Cepat tanggap)
Pengelola memberikan ketanggapan dalam memberikan produk dan layanan serta membantu para wisatawan.
- c. Empathy (Empati)
Memberikan perhatian lebih pada wisatawan sebagai salah satu bentuk kepedulian.

Indikator Kepuasan Wisatawan

Menurut teori kotler dalam Suwandi (2015), menyatakan bahwa kunci dalam mempertahankan pelanggan atau wisatawan yaitu dengan kepuasan konsumen atau wisatawan. Indikator Kepuasan Wisatawan dapat dilihat dari (Suwandi et al., 2015):

- a. Re-purchase
Re-purchase yaitu pelanggan membeli kembali barang produk atau layanan pada perusahaan. keterkaitan dalam penelitian ini yaitu sama halnya dengan wisatawan kembali berkunjung ke tempat destinasi wisata unggulan DKI Jakarta.
- b. Word-of-Mouth
Word-of-Mouth yaitu dimana pelanggan akan mengatakan hal-hal baik tentang perusahaan atau tempat destinasi wisata kepada orang lain.
- c. Terciptanya Citra Merek
Dalam hal ini, wisatawan akan kurang memperhatikan destinasi wisata di luar DKI Jakarta karena citra positif yang dimiliki dalam destinasi unggulan DKI Jakarta.

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

- d. Terciptanya Keputusan Pembelian pada Merek yang sama
Dalam hal ini, wisatawan akan mengunjungi destinasi-destinasi wisata unggulan DKI Jakarta yang lainnya.

Atraksi Pariwisata Halal

Atraksi merupakan bagian paling penting dalam menarik wisatawan, daya tarik atraksi juga merupakan modal utama (tourism resources) atau sumber pariwisata. Oleh karena itu, Atraksi kekayaan alam maupun hasil buatan manusia (manmade) yang berupa benda-benda yang memiliki rasa estetika, baik yang beraneka ragam maupun unik, bernilai tinggi, dan menjadi daya tarik para wisatawan (Suwena, 2010).

Atraksi merupakan hal yang dapat menarik wisatawan dan menjadi alasan utama untuk berkunjung ke tempat wisata. Atraksi dan objek wisata yang akan diberikan harus memenuhi tiga syarat yaitu (Muslim, 2021):

- 1) Hal-hal yang bisa dilihat
- 2) Apa yang bisa dilakukan
- 3) Apa yang bisa dibeli

Atraksi pariwisata halal sama halnya dengan definisi atraksi pada umumnya, hanya saja pada atraksi pariwisata halal ada beberapa ketentuan yang harus diterapkan pada destinasi wisata yaitu dengan menyajikan objek wisata ke wisatawan harus sesuai dengan pedoman yang dituliskan oleh Kemenparekraf mengenai pariwisata halal

Aksesibilitas Pariwisata Halal

Aksesibilitas adalah kemudahan dalam mencapai tujuan dengan melibatkan kenyamanan, waktu perjalanan, dan keamanan perjalanan. hal tersebut wajib difokuskan karena semakin tinggi aksesibilitasnya maka semakin mudah untuk menjangkau lokasi dan akan memberikan kenyamanan bagi wisatawan untuk berkunjung (Nabila, A. D., & Widiyastuti, 2018).

Aksesibilitas pariwisata halal sama halnya dengan definisi aksesibilitas pada umumnya, hanya saja pada aksesibilitas pariwisata halal ada beberapa ketentuan yang harus diterapkan pada saat menuju destinasi wisata yaitu dengan menyajikan aksesibilitas yang memadai ke wisatawan harus sesuai dengan pedoman yang dituliskan oleh Kemenparekraf mengenai pariwisata halal.

Amenitas Pariwisata Halal

Amenity atau amenitas adalah berbagai sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan ketika berada di suatu daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud antara lain: akomodasi dan restoran. Melihat keterkaitan antara sarana dan prasarana, terlihat jelas bahwa pembangunan prasarana biasanya harus mendahului sarana. Terkadang infrastruktur dibangun bersama untuk mengembangkan fasilitas wisata. Jika suatu tempat atau kawasan bisa diakses dengan baik, maka bisa dikembangkan menjadi destinasi wisata. Ada hubungan sejawat antara sarana dan prasarana. Prasarana merupakan persyaratan sarana, dan sarana dapat mengarah pada perbaikan prasarana (Way & Wuisang, 2016).

Amenitas pariwisata halal sama halnya dengan definisi amenitas pada umumnya, hanya saja pada amenitas pariwisata halal ada beberapa ketentuan yang harus diterapkan pada destinasi wisata yaitu dengan menyajikan fasilitas-fasilitas yang memadai ke wisatawan harus sesuai dengan pedoman yang dituliskan oleh Kemenparekraf mengenai pariwisata halal.

Ansilari Pariwisata Halal

Ansilari atau pelayanan tambahan wajib diberikan oleh Pemerintah daerah dari suatu

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

daerah tujuan wisata kepada wisatawan dan peserta wisata. Layanan yang diberikan meliputi pemasaran dan pembangunan fisik, Serta koordinasi berbagai kegiatan dan semua peraturan perundang-undangan terkait jalan dan tempat wisata. ansilari atau pelayanan tambahan juga merupakan sesuatu yang menunjang industri pariwisata, seperti lembaga pengelola, informasi pariwisata dan pemangku kepentingan yang berperan dalam industri pariwisata (Setiawan, 2015).

Ansilari pariwisata halal sama halnya dengan definisi ansilari pada umumnya, hanya saja pada ansilari pariwisata halal ada beberapa ketentuan yang harus diterapkan pada destinasi wisata yaitu dengan menyajikan pelayanan tambahan ke wisatawan harus sesuai dengan pedoman yang dituliskan oleh Kemenparekraf mengenai pariwisata halal.

METODOLOGI PENELITIAN

Sampel penelitian yaitu unsur keterwakilan dari suatu populasi yang dipilih berdasarkan kepentingan penelitian. Pada penelitian ini, sampel dipilih untuk dijadikan responden menjawab pertanyaan penelitian sesuai variabel yang diuji dalam penelitian. Adapun untuk menentukan sampel pada penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dari sumber data dengan suatu pertimbangan tertentu (indikator) (Sugiyono, 2017). Kriteria responden dalam penelitian ini seperti yaitu harus berumur minimal 17 tahun dan lebih dari 1 kali mengunjungi destinasi wisata unggulan DKI Jakarta.

Populasi pada penelitian ini yaitu wisatawan yang berkunjung ke destinasi unggulan DKI Jakarta yaitu Taman Impian Jaya Ancol, TMII, Ragunan, Monumen Nasional, Museum Nasional, Museum Satria Mandala, Museum Sejarah Jakarta, dan Pelabuhan Sunda Kelapa. Didalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan metode regresi linier berganda melalui beberapa serangkaian uji seperti uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji statistik deskriptif dan uji hipotesis menggunakan koefisien determinasi R², Uji F dan Uji t dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 dalam mengolah data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Untuk mengetahui validitas suatu item dengan membandingkan skor r hitung dengan nilai r tabel yang tersedia. Jika r hitung > r tabel maka item tersebut valid, tetapi jika sebaliknya nilai r hitung < r tabel maka perantara tidak valid (Sugiyono, 2017).

Tabel 2. Uji Validitas X1 Atraksi Pariwisata Halal

Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket.
APH1.1	.785	.195	Valid
APH1.2	.743	.195	Valid
APH1.3	.740	.195	Valid
APH1.4	.795	.195	Valid
APH1.5	.741	.195	Valid
APH1.6	.739	.195	Valid

Sumber: olah data SPSS 25

Pada Tabel 2 hasil uji validitas diatas, dengan 6 pernyataan variabel Atraksi Pariwisata Halal penelitian ini, menunjukkan hasil yang valid dengan r hitung > r tabel maka kuesioner penelitian ini valid dan dapat dilanjutkan.

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar
Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

Tabel 3. Uji Validitas X2 Aksesibilitas Pariwisata Halal

Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket.
APH2.1	.837	.195	Valid
APH2.2	.812	.195	Valid
APH2.3	.900	.195	Valid
APH2.4	.863	.195	Valid
APH2.5	.834	.195	Valid

Sumber: olah data SPSS 25

Pada Tabel 3 hasil uji validitas diatas, dengan 5 pernyataan variabel Aksesibilitas Pariwisata Halal penelitian ini, menunjukkan hasil yang valid dengan r hitung > r tabel maka kuesioner penelitian ini valid dan dapat dilanjutkan.

Tabel 4. Uji Validitas X3 Amenitas Pariwisata Halal

Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket.
APH3.1	.771	.195	Valid
APH3.2	.772	.195	Valid
APH3.3	.717	.195	Valid
APH3.4	.849	.195	Valid
APH3.5	.838	.195	Valid

Sumber: olah data SPSS 25

Pada Tabel 4 hasil uji validitas diatas, dengan 5 pernyataan variabel Amenitas Pariwisata Halal penelitian ini, menunjukkan hasil yang valid dengan r hitung > r tabel maka kuesioner penelitian ini valid dan dapat dilanjutkan.

Tabel 5. Uji Validitas X4 Ansilari Pariwisata Halal

Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket.
APH4.1	.867	.195	Valid
APH4.2	.863	.195	Valid
APH4.3	.878	.195	Valid
APH4.4	.909	.195	Valid
APH4.5	.861	.195	Valid
APH4.6	.845	.195	Valid

Sumber: olah data SPSS 25

Pada Tabel 5 hasil uji validitas diatas, dengan 6 pernyataan variabel Ansilari Pariwisata Halal penelitian ini, menunjukkan hasil yang valid dengan r hitung > r tabel maka kuesioner penelitian ini valid dan dapat dilanjutkan.

Tabel 6. Uji Validitas Y Kepuasan Wisatawan

Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket.
KW1.1	.766	.195	Valid
KW1.2	.830	.195	Valid
KW1.3	.798	.195	Valid
KW1.4	.805	.195	Valid

Sumber: olah data SPSS 25

Pada Tabel 6 hasil uji validitas diatas, dengan 4 pernyataan variabel Kepuasan

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

Wisatawan penelitian ini, menunjukkan hasil yang valid dengan r hitung $>$ r tabel maka kuesioner penelitian ini valid dan dapat dilanjutkan.

2. Uji Reliabilitas

Alat ukur yang stabil akan memiliki keandalan yang tinggi atau dapat dipercaya sehingga dapat diandalkan dan digunakan untuk memprediksi. Program perangkat lunak seperti SPSS dapat digunakan untuk pengolahan data. Uji reliabilitas data dapat dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60 maka variabel tersebut dinyatakan reliabel (Sugiyono, 2017).

Tabel 7. Uji Reliabilitas Variabel Bebas dan Terikat

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Atraksi Pariwisata Halal	.846	6
Aksesibilitas Pariwisata Halal	.902	5
Amenitas Pariwisata Halal	.836	5
Ansilari Pariwisata Halal	.935	6
Kepuasan Wisatawan	.803	4

Sumber: olah data SPSS 25

Berdasarkan Tabel 7 hasil Uji Reliabilitas setiap variabel bebas dan terikat pada penelitian ini menunjukkan hasil nilai Cronbach's Alpha $>$ 0.60, maka dapat dinyatakan data penelitian ini reliabel atau alat ukur yang digunakan stabil dan bisa dilanjutkan.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam SPSS melihat data berdistribusi atau tidaknya dengan memakai uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu jika nilai sig. lebih dari 0.05 atau 5% maka data dinyatakan berdistribusi normal. Sedangkan jika sebaliknya uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* menunjukkan hasil sig. kurang dari 0.05 atau 5% maka data tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2016).

Tabel 8. Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
------------------------	---------------------

Sumber: olah data SPSS 25

Berdasarkan data tabel 8 menunjukkan uji normalitas menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test mendapatkan hasil signifikan 0.200. Dengan demikian nilai signifikan $>$ 0.05 maka dapat dinyatakan bahwa data penelitian ini memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi dapat dijelaskan melalui nilai variance inflation factor (VIF) dan nilai toleransi. Jika nilai Tolerance $>$ 0.10 dan nilai VIF $<$ 10 tidak adanya multikolinearitas dalam data begitu juga sebaliknya, jika nilai Tolerance $<$ 0.10 dan nilai VIF $>$ 10 maka dapat dipastikan data terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2016).

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar
Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

Tabel 9. Uji Multikolinearitas

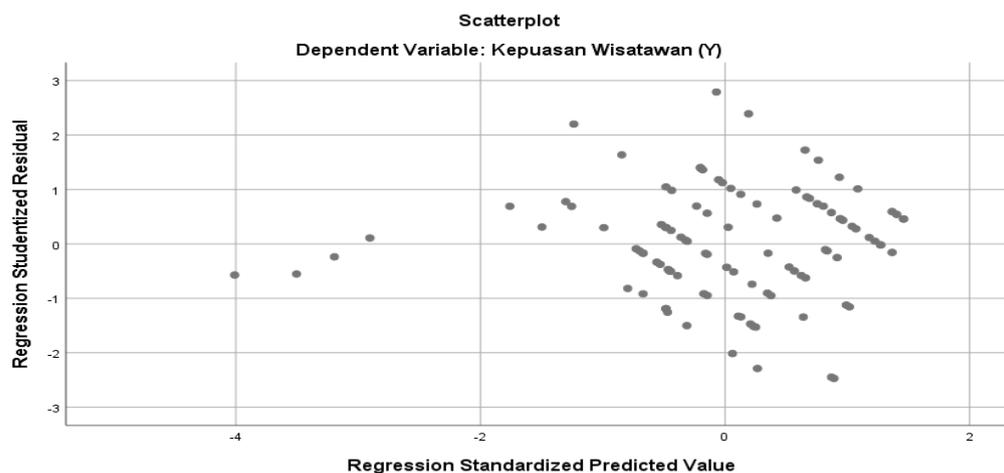
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
	(Constant)	
1	Atraksi Pariwisata Halal (X1)	.331
	Aksesibilitas Pariwisata Halal (X2)	.276
	Amenitas Pariwisata Halal (X3)	.197
	Ansilari Pariwisata Halal (X4)	.179

Sumber: olah data SPSS 25

Berdasarkan data Tabel 9 Uji Multikolinearitas menunjukkan hasil Uji Multikolinearitas setiap variabel bebas dan variabel terikat dengan hasil nilai Tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10 . Dengan begitu bisa dinyatakan bahwa pada penelitian ini tidak memiliki multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda yaitu memperhatikan grafik scatterplot. Jika tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar lebih atau kurang dari nol pada sumbu y, dengan begitu dinyatakan tidak memiliki heteroskedastisitas pada model regresi dan model penelitian yang baik adalah tidak terjadinya heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: olah data SPSS 25

Berdasarkan Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas diatas menunjukkan hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan metode Scatterplot, bahwa terjadi pola tertentu seperti menyebarnya titik titik diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan X sehingga membentuk pola tertentu. Maka dapat dinyatakan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar
Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 10. Rata-rata Jawaban Responden

	N Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Mean Statistic Avg.
Kepuasan Wisatawan (Y)	102	1	4	3,13
Atraksi Pariwisata Halal (X1)	102	1	4	3,12
Aksesibilitas Pariwisata Halal (X2)	102	1	4	3,29
Amenitas Pariwisata Halal (X3)	102	1	4	3,22
Ansilaris Pariwisata Halal (X4)	102	1	4	3,46

Sumber: olah data SPSS 25

Berdasarkan hasil olah data statistik deskriptif diatas, terlihat nilai mean menunjukkan setiap variabel memiliki nilai rata-rata diatas angka 3 yang mana hal tersebut masuk kedalam kategori setuju. Dengan begitu dapat dinyatakan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan-pernyataan pada penelitian ini.

Uji F dan R2

a. Uji F

Tabel 11. Uji F

Model		F	Sig.
1	Regression	52.680	.000 ^b

Sumber: olah data SPSS 25

Berdasarkan tabel output perhitungan SPSS diatas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 52.680 dan nilai sig 0.000 serta didapatkan nilai F tabel dengan rumus $F(k : n - k) = 2.46$. jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ 2.46 dan nilai $\text{sig} < 0.05$ maka H_0 diterima, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ansilaris pariwisata halal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Berdasarkan hasil olah data statistik deskriptif diatas, terlihat nilai mean menunjukkan setiap variabel memiliki nilai rata-rata diatas angka 3 yang mana hal tersebut masuk kedalam kategori setuju. Dengan begitu dapat dinyatakan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan-pernyataan pada penelitian ini.

b. Uji R2

Tabel 12. Uji R2

Model	R Square
1	.685

Sumber: olah data SPSS 25

Berdasarkan tabel Uji R2 diatas didapatkan hasil R Square sebesar 0,685 atau (68,5%). Hal tersebut menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Ansilaris Pariwisata Halal) sebesar 68,5% terhadap variabel terikat (kepuasan wisatawan). Sedangkan sisanya sebesar 31,5% dipengaruhi atau

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Tabel 13. Rangkuman Analisis

Variabel	Koefisien Regresi (Beta)	Koefisien Korelasi	R ² Square
X1	0,253	0,746	68,5
X2	0,216	0,744	
X3	0,286	0,763	
X4	0,173	0,677	

Sumber: olah data SPSS 25

Berdasarkan tabel rangkuman analisis diatas menunjukkan hasil olah data penelitian ini, data tersebut dibutuhkan untuk mendeskripsikan pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dengan mencari nilai sumbangan efektif (SE) dan sumbangan relatif (SR) sebagai berikut:

Tabel 14. Sumbangan Efektif (SE)

SE	Nilai
X1	18,9
X2	16,1
X3	21,8
X4	11,7
R Square	68,5

Sumber: olah data SPSS 25

Pada tabel sumbangan efektif (SE) dapat diartikan bahwa variabel X1 atraksi pariwisata halal memberikan sumbangan efektif sebesar 18,9% terhadap variabel kepuasan wisatawan dilanjutkan dengan variabel aksesibilitas pariwisata halal sebesar 16,1%, variabel amenitas pariwisata halal sebesar 21,85, dan variabel ansilari pariwisata halal sebesar 68%. Dengan demikian dapat disimpulkan, variabel yang paling besar memberikan sumbangan efektif terhadap kepuasan wisatawan yaitu variabel amenitas pariwisata halal, dan total keseluruhan sumbangan efektif sama dengan nilai R Square.

Tabel 15. Sumbangan Relatif (SR)

SR	Nilai
X1	27,6
X2	23,5
X3	31,9
X4	17,1
Total	100,0

Sumber: olah data SPSS 25

Pada tabel sumbangan relatif (SR) dapat diartikan bahwa variabel atraksi pariwisata halal memberikan sumbangan relatif sebesar 27,6% terhadap variabel kepuasan wisatawan, dilanjutkan dengan variabel aksesibilitas pariwisata halal sebesar 23,5%, variabel amenitas pariwisata halal sebesar 31,9, dan variabel ansilari pariwisata halal sebesar 17,1%. Dengan demikian dapat disimpulkan, variabel yang paling besar memberikan sumbangan relatif terhadap kepuasan wisatawan yaitu amenitas pariwisata halal, dan total keseluruhan sumbangan efektif sama dengan 1 atau sebesar 100%.

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar
Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

Uji t

Tabel 16. Uji t

Model	T	Sig.
1		
(Constant)	.236	.814
Atraksi Pariwisata Halal	2.606	.011
Aksesibilitas Pariwisata Halal	2.118	.037
Amenitas Pariwisata Halal	2.741	.007
Ansilaris Pariwisata Halal	2.082	.040

Sumber: olah data SPSS 25

Berdasarkan tabel output perhitungan SPSS diatas menunjukkan nilai dari t hitung dan nilai signifikan secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat dan diketahui nilai t tabel dengan rumus $t(\alpha/2;n-k-1)=1.984$.

- 1) Variabel X1 mempunyai nilai signifikan $0.011 < 0.05$ dan t hitung $2.606 > 1.984$. Maka dari itu, dapat dinyatakan atraksi pariwisata halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dan H1 diterima.
- 2) Variabel X2 mempunyai nilai signifikan $0.037 < 0.05$ dan t hitung $2.118 > 1.984$. Maka dari itu, dapat dinyatakan bahwa aksesibilitas pariwisata halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dan H2 diterima.
- 3) Variabel X3 mempunyai nilai signifikan $0.007 < 0.05$ dan t hitung $2.741 > 1.984$. Maka dari itu, dapat dinyatakan bahwa amenitas pariwisata halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dan H3 diterima.
- 4) Variabel X4 mempunyai nilai signifikan $0.040 < 0.05$ dan t hitung $2.082 > 1.984$. Maka dari itu, dapat dinyatakan bahwa ansilaris pariwisata halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dan H4 diterima.

Model Regresi

Tabel 17. Koefisien Model Regresi

Model	B
1	
(Constant)	.205
Atraksi Pariwisata Halal	.183
Aksesibilitas Pariwisata Halal	.169
Amenitas Pariwisata Halal	.239
Ansilaris Pariwisata Halal	.110

Sumber: olah data SPSS 25

$$Y = 0.205 + 0.183X_1 + 0.169X_2 + 0.239X_3 + 0.110X_4 + e$$

a. $\alpha = 0.205$

Artinya, nilai konstanta persamaan di atas adalah sebesar 0.205. Angka tersebut menunjukkan Kepuasan Wisatawan yang diperoleh destinasi wisata bila Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Ansilaris Pariwisata Halal diabaikan.

b. $\beta_1 = 0.183$

Koefisien regresi variabel atraksi pariwisata halal (X1) memiliki nilai 0.183. sehingga dapat diartikan, jika variabel-variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap dan variabel atraksi pariwisata halal terjadi kenaikan nilai 1%, maka variabel kepuasan wisatawan (Y) berdampak kenaikan nilai 0.183 (18,3%). Koefisien memiliki nilai positif berarti adanya korelasi satu searah antara variabel atraksi pariwisata halal dengan variabel kepuasan wisatawan, semakin naik nilai variabel atraksi pariwisata halal maka semakin naik nilai variabel kepuasan wisatawan.

c. $\beta_2 = 0.169$

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

Koefisien regresi variabel harga (X2) memiliki nilai 0.169. sehingga dapat diartikan, jika variabel-variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap dan variabel aksesibilitas pariwisata halal terjadi kenaikan nilai 1%, maka variabel kepuasan wisatawan (Y) berdampak kenaikan nilai 0.169 (16,9%). Koefisien memiliki nilai positif yang berarti adanya korelasi satu searah antara variabel aksesibilitas pariwisata halal dengan variabel kepuasan wisatawan, jika nilai aksesibilitas pariwisata halal naik maka nilai variabel kepuasan wisatawan akan naik.

d. $\beta_3 = 0.239$

Koefisien regresi variabel amenitas pariwisata halal (X3) memiliki nilai 0.239. sehingga dapat diartikan, jika variabel-variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap dan variabel amenitas pariwisata halal terjadi kenaikan 1%, maka variabel kepuasan wisatawan (Y) berdampak kenaikan nilai 0.239 (23,9%). Koefisien memiliki nilai positif yang berarti adanya korelasi satu searah antara variabel amenitas pariwisata halal dengan variabel kepuasan wisatawan, semakin naik nilai variabel amenitas pariwisata halal maka semakin naik nilai variabel kepuasan wisatawan.

e. $\beta_4 = 0.040$

Koefisien regresi variabel ansilari (X4) memiliki nilai 0.040. sehingga dapat diartikan, jika variabel-variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap dan variabel ansilari pariwisata halal terjadi kenaikan 1%, maka variabel kepuasan wisatawan (Y) berdampak kenaikan nilai 0.040 (4%). Koefisien memiliki nilai positif yang berarti adanya korelasi satu searah antara variabel ansilari pariwisata halal dengan variabel kepuasan wisatawan, semakin naik nilai variabel ansilari pariwisata halal maka semakin naik nilai kepuasan wisatawan.

Pembahasan

Kepuasan wisatawan merupakan perbandingan antara harapan dengan kenyataan yang didapat ketika berwisata. Kepuasan wisatawan pada destinasi wisata unggulan DKI Jakarta pada penelitian ini sebagai variabel terikat (Y) yang dipengaruhi dengan variabel bebas (X) yaitu atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ansilari pariwisata halal. Berdasarkan dari hasil pengolahan data dan analisa penelitian diperoleh hasil sebagai berikut:

Pengaruh Atraksi Pariwisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi pariwisata halal memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta. Nilai signifikansi 0.011 (<0.05), menunjukkan bahwa H1 diterima dan dihasilkan persamaan regresi $Y = 0.205 + 0.183X_1$. Indikator terbesar yang menyumbang pengaruh variabel atraksi pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan yaitu indikator Destinasi wisata unggulan DKI Jakarta mendukung *lifestyle* wisatawan muslim dengan nilai rata-rata 3,40. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan setuju dengan daya tarik pada destinasi wisata unggulan DKI Jakarta mendukung gaya hidup wisatawan muslim. Disamping itu didukung dengan peningkatan kepuasan wisatawan melalui indikator Destinasi wisata unggulan DKI Jakarta memberikan kebermanfaatan bagi wisatawan dengan nilai rata-rata 3,29. Indikator Destinasi wisata unggulan DKI Jakarta tidak menyajikan aktivitas yang melanggar etika memiliki nilai rata-rata 3,25. Indikator Destinasi wisata unggulan DKI Jakarta memberikan pengalaman yang baik memiliki nilai rata-rata 3,20. Indikator Destinasi wisata unggulan DKI Jakarta memberikan wawasan mengenai sejarah budaya dengan nilai rata-rata 2,94. Destinasi wisata unggulan DKI Jakarta memberikan hiburan yang meningkatkan spiritualitas wisatawan muslim 2,63.

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

Pengaruh Aksesibilitas Pariwisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas pariwisata halal memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta. Nilai signifikansi 0.037 ($<0,05$), menunjukkan bahwa H_2 diterima dan dihasilkan persamaan regresi $Y = 0.205 + 0.169X_2$. Indikator terbesar yang menyumbang pengaruh variabel aksesibilitas pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan yaitu indikator Prasarana seperti akses jalanan tersedia untuk kendaraan pribadi maupun transportasi umum dengan nilai rata-rata 3,38. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan setuju dengan tersedianya prasarana seperti akses jalanan untuk kendaraan pribadi maupun transportasi umum. Disamping itu didukung dengan peningkatan kepuasan wisatawan melalui indikator Transportasi umum dan online mudah ditemukan oleh wisatawan saat menuju destinasi wisata unggulan DKI Jakarta dengan nilai rata-rata 3,33. Indikator Prasarana seperti rambu dan marka jalan tersedia bagi wisatawan saat menuju destinasi wisata unggulan DKI Jakarta memiliki nilai rata-rata 3,29. Indikator Prasarana seperti stasiun, terminal, halte, bandara, dan pelabuhan tersedia bagi wisatawan saat menuju ke destinasi wisata unggulan DKI Jakarta memiliki nilai 3,26. Dan indikator Prasarana seperti petunjuk arah menuju masjid atau mushola tersedia bagi wisatawan pada lokasi destinasi wisata unggulan DKI Jakarta memiliki nilai rata-rata 3,18.

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

Pengaruh Amenitas Pariwisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa amenitas pariwisata halal memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta. Nilai signifikansi 0,007 (<0,05), menunjukkan bahwa H3 diterima dan dihasilkan persamaan regresi $Y = 0.205 + 0.239X3$. Indikator terbesar yang menyumbang pengaruh variabel amenitas pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan yaitu indikator Toilet khusus laki-laki dan perempuan tersedia bagi wisatawan pada lokasi destinasi wisata unggulan DKI Jakarta dengan nilai rata-rata 3,39. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan setuju bahwa destinasi unggulan DKI Jakarta menyediakan toilet khusus laki-laki dan perempuan. Disamping itu didukung dengan peningkatan kepuasan wisatawan melalui indikator Mal perbelanjaan di sekitar destinasi wisata unggulan DKI Jakarta menyediakan tempat ibadah atau mushola dengan nilai rata-rata 3,32. Indikator Tempat ibadah seperti masjid atau mushola tersedia bagi wisatawan pada lokasi destinasi wisata unggulan DKI Jakarta memiliki nilai rata-rata 3,30. Indikator Tempat makan atau restoran yang bersertifikasi Halal MUI tersedia bagi wisatawan saat berkunjung ke destinasi wisata unggulan DKI Jakarta memiliki nilai rata-rata 3,25. Dan indikator Hotel yang memberikan pilihan penginapan syariah tersedia bagi wisatawan saat berkunjung ke destinasi wisata unggulan DKI Jakarta memiliki nilai rata-rata 2,84.

Pengaruh Ansilari Pariwisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ansilari pariwisata halal memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta. Nilai signifikansi 0.040 (<0,05), menunjukkan bahwa H4 diterima dan dihasilkan persamaan regresi $Y = 0.205 + 0.110X4$. Indikator terbesar yang menyumbang pengaruh variabel ansilari pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan yaitu indikator Lembaga pengelola destinasi wisata DKI Jakarta menyediakan pusat informasi melalui sosial media dan website dengan memiliki nilai 3,59. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan sangat setuju dengan Lembaga pengelola destinasi wisata unggulan DKI Jakarta menyediakan pusat informasi melalui sosial media dan website. Disamping itu didukung dengan peningkatan kepuasan wisatawan melalui indikator Toko pada destinasi wisata unggulan DKI Jakarta menjual produk-produk halal dengan memiliki nilai rata-rata 3,50. Indikator Pramuwisata dan tenaga pelayanan berpakaian rapi dan sopan memiliki nilai rata-rata 3,48. Indikator Pemerintah daerah mendukung pengembangan pariwisata halal pada destinasi wisata unggulan DKI Jakarta memiliki nilai rata-rata 3,43. Indikator Pramuwisata dan tenaga pelayanan berperilaku ramah tamah terhadap wisatawan memiliki nilai rata-rata 3,42. Dan indikator Paket wisata halal disediakan oleh biro perjalanan bagi wisatawan memiliki nilai rata-rata 3,33.

Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Ansilari Pariwisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ansilari pariwisata halal secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta. Nilai signifikansi 0.000 (<0.05), menunjukkan bahwa H5 diterima dan dihasilkan persamaan regresi $0.205 + 0.183X1 + 0.169X2 + 0.239X3 + 0.110X4$. Dari sumbangan relatif terlihat bahwa variabel yang berpengaruh besar terhadap kepuasan wisatawan yaitu adalah variabel amenitas pariwisata halal dengan menyumbang pengaruh sebesar 31,9%, dilanjutkan dengan pengaruh variabel atraksi pariwisata halal dengan menyumbang pengaruh sebesar 27,6%, dan variabel aksesibilitas menyumbang pengaruh sebesar 23,5%, sisanya 17,1% sumbangan pengaruh oleh variabel ansilari pariwisata halal.

SIMPULAN

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ansilari pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian ini yang diolah menggunakan spss versi 25 didapat beberapa kesimpulan. Secara simultan variabel atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ansilari pariwisata halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta.

Atraksi pariwisata halal atau segala daya tarik pada destinasi wisata unggulan DKI Jakarta yang memberikan kebermanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke DKI Jakarta. Aksesibilitas pariwisata halal atau segala prasarana yang memudahkan wisatawan menuju destinasi wisata unggulan DKI Jakarta memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta. Amenitas pariwisata halal atau segala fasilitas yang memadai bagi wisatawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta. Ansilari pariwisata halal atau segala pelayanan tambahan yang menunjang wisatawan saat berwisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke DKI Jakarta.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan ini, masih terdapat beberapa keterbatasan seperti peneliti tidak bisa menyebar kuesioner secara langsung di lokasi destinasi wisata unggulan DKI Jakarta karena masa pandemi Covid-19 sehingga banyaknya responden yang tidak teliti dengan pernyataan pada penelitian ini dan kurang pengetahuannya mengenai informasi pariwisata halal sehingga berdampak pada jawaban yang kurang tepat dan tidak objektif dalam menjawab pernyataan. dan keterbatasan lainnya, pada objek penelitian berdasarkan destinasi wisata unggulan di DKI Jakarta menurut Badan Pusat Statistik Prov. DKI Jakarta, sementara banyak destinasi-destinasi unggulan DKI Jakarta lainnya yang mendukung untuk diteliti.

Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan, adapun saran yang telah diperoleh peneliti terbagi menjadi dua yaitu teoritis dan praktis seperti berikut:

a. Secara teoritis

1. Bagi pembaca, disarankan untuk sosialisasikan atau menyebarluaskan informasi mengenai pariwisata halal di lingkungan sekitar, sosial media, dan media lainnya.
2. Bagi akademisi, disarankan untuk mengkaji lebih dalam mengenai variabel variabel yang mendukung pariwisata halal, dan untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak agar keakuratan data meningkat serta melakukan penelitian di objek yang berbeda dengan penelitian ini.

b. Secara praktis

1. Bagi pengelola destinasi wisata, disarankan untuk memelihara lingkungan destinasi wisata dan memberikan informasi terkini melalui media digital terkait destinasi wisata unggulan DKI Jakarta.
2. Bagi pemerintah, disarankan untuk bekerjasama dengan pemangku kepentingan atau kelompok yang berkepentingan di bidang pariwisata Jakarta untuk mengembangkan branding pariwisata halal di DKI Jakarta lebih optimal.

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar
Volume 2, 2021 | Hal. 348 - 364

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hamzah, M. M., & Yudiana, Y. (2016). *Analisis Komparatif Potensi Industri Halal dalam Wisata Syariah dengan Konvensional*.
- Kemendagri. (2016). *Indonesia Sapu Bersih 12 Kategori World Halal Tourism Award 2016*. <https://www.kemendagri.go.id/post/indonesia-sapu-bersih-12-kategori-world-halal-tourism-award-2016>
- Kemendagri. (2019). *Panduan Penyelenggaraan Pariwisata Halal* (Vol. 53, Issue 9).
- Muslim. (2021). *Pengaruh Atraksi, Aktivitas, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Nusa Bali*. 6(1), 283.
- Nabila, A. D., & Widiyastuti, D. (2018). Kajian Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas untuk Pengembangan Pariwisata Umbul Ponggok di Kabupaten Klaten. *Jurnal Bumi Indonesia*, 7(3).
- Octavia, Suryadana, M. L., & Vanny. (2015). *Pengantar Pariwisata*. Alfabeta.
- Pratiwi, A. E. (2016). *Analisis Pasar Wisata Syariah di Kota Yogyakarta*. *Media Wisata*, 14(1).
- Setiawan, I. (2015). Identifikasi Potensi Wisata Beserta 4a (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancillary) Di Dusun Sumber Wangi, Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali Nama. *Identifikasi Potensi Wisata Beserta 4a (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancillary) Di Dusun Sumber Wangi, Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali*, 1–21. <https://repositori.unud.ac.id/protected/storage/upload/penelitianSimdos/f3e2c92782684ae4ee371072d490ae74.pdf%0D>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Gava Media.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (4th ed.). PT Rineka Cipta.
- Suwandi, M. M., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2015). the Influence of Brand Image , Price , Service Quality and Facilities on Customer Satisfaction At Aston Hotel Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2), 605–615.
- Suwena, I. K. dan I. G. N. W. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Udayana University.
- Tjiptono, F. dan G. C. (2012). *Pemasaran Strategik* (Andi (ed.); Kedua).
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pengantar Industri Pariwisata* (Andi (ed.)).
- Way, I. H., & Wuisang, C. E. . S. S. (2016). *Analisis Kebutuhan Prasarana Dan Sarana Pariwisata Di Danau Uter Kecamatan Aitinyo Kabupaten Maybrat Propinsis Papua Barat*. 3(3), 27–37.