



Analisis Niat Kunjungan Wisatawan Muslim Kota Batam ke Pulau Bali

Dame Afrina Sihombing¹, Tony Sumardi²

Universitas Internasional Batam, Batam, email : dame@uib.ac.id

Abstrak. Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk muslim terbesar di dunia, yaitu sejumlah 237.789.750 jiwa penduduknya beragama Islam. Pengembangan wisata halal di destinasi atau kota wisata masih tergolong minim dan sulit terutama di kota non muslim seperti Bali. Target dari penelitian ini adalah wisatawan domestik muslim yang pernah berkunjung ke Pulau Bali, total responden yang terkumpul dalam proses penyebaran kuesioner yaitu 405 responden. Metode penelitian dan proses pengumpulan data berupa metode penelitian kuantitatif dengan proses pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Proses perancangan dan pengujian data hasil dilakukan dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS*. Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa nilai Islam yang dirasakan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap sikap pada kota non muslim, sikap terhadap kota non muslim memberikan pengaruh terhadap niat kunjungan wisatawan ke Pulau Bali.

Kata Kunci: Wisatawan Domestik ; Pulau Bali ; Wisata Halal ; Niat Kunjungan

Abstract. Indonesia is a country with the largest Muslim population in the world, with a population of 237,789,750 Muslims. The development of halal tourism in tourist destinations or cities is still relatively minimal and difficult, especially in non-Muslim cities like Bali. The target of this research is Muslim domestic tourists who have visited the island of Bali, the total number of respondents collected in the questionnaire distribution process was 405 respondents. The research method and data collection process is in the form of a quantitative research method with the process of collecting data through distributing questionnaires. The process of designing and testing the data is carried out using the *IBM SPSS* application. The results of the study explain that perceived Islamic values have a significant influence on attitudes in non-Muslim cities, attitudes towards non-Muslim cities have an influence on tourist intentions to visit Bali Island.

Keywords: Domestic Tourist ; Bali Island ; Halal Tourist ; Intention to Travel

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi umat muslim terbesar di dunia. Jumlah penduduk Indonesia yang beragama Islam menurut (Kemendagri, 2022) sebanyak 237.879.750 juta jiwa pada tanggal 30 Desember 2021. Menurut (Badan Pusat Statistik, 2018), total populasi penduduk yang beragama Islam di Pulau Bali berdasarkan sensus pada tahun 2010 sebesar 520.244 jiwa, sedangkan pada penduduk Bali mayoritas penduduknya beragama Hindu dengan total 3.000.000 jiwa.

Kabupaten/Kota	Proyeksi Penduduk Provinsi Bali Menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten/Kota (Ribu Jiwa)								
	Laki-laki			Perempuan			Laki-Laki + Perempuan		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Kab. Jembrana	161,1	164,1	167,1	160,8	163,8	166,8	321,9	327,9	333,8
Kab. Tabanan	233,3	235,2	237,2	232,1	234,1	236,1	465,3	469,3	473,3
Kab. Badung	275,1	275,2	275,2	274,2	274,4	274,5	549,3	549,5	549,7
Kab. Gianyar	260,5	262,7	264,9	259,0	261,3	263,5	519,5	524,0	528,4
Kab. Klungkung	105,2	107,2	109,1	104,9	106,8	108,8	210,1	214,0	217,9
Kab. Bangli	132,2	134,5	136,8	130,3	132,6	135,0	262,5	267,1	271,8
Kab. Karangasem	253,7	259,0	264,3	247,1	252,3	257,5	500,8	511,3	521,8
Kab. Buleleng	405,5	414,8	424,2	401,1	410,4	419,8	806,6	825,1	843,9
Kota Denpasar	366,9	367,0	366,9	359,7	359,9	360,0	726,6	726,8	726,9
Provinsi Bali	2 193,7	2 219,6	2 245,7	2 169,1	2 195,5	2 222,0	4 362,7	4 415,1	4 467,7

Sumber: (BPS, 2023)

Perkembangan zaman membuat aktivitas masyarakat semakin padat dan untuk menciptakan sebuah kenangan bersama keluarganya, maka tak jarang setiap individu melakukan perjalanan atau liburan. Salah satu destinasi liburan yang banyak diminati oleh wisatawan ialah Pulau Bali. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022 kunjungan wisatawan mengalami kenaikan. yang sebelumnya karena adanya pandemi Covid-19 sehingga ada pembatasan berjarak, mulai tahun 2022 perjalanan wisata sudah diperbolehkan sehingga ada kenaikan jumlah wisatawan yang datang ke Pulau Bali dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Pintu Masuk Wisman	Banyaknya Wisatawan Mancanegara Bulanan ke Bali Menurut Pintu Masuk								
	2022								
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
Bandara Ngurah Rai	0	1 293	14 617	58 315	115 553	181 545	246 442	276 627	291 115
Pelabuhan Benoa	3	17	3	20	58	80	62	32	47
Jumlah	3	1 310	14 620	58 335	115 611	181 625	246 504	276 659	291 162

Sumber: (BPS, 2022)

Bali sering kali kita kenal dengan sebutan Pulau Dewata. Bali yang sebelumnya merupakan sebuah bagian dari Provinsi Sunda Kecil kemudian pada tahun 1958 resmi menjadi provinsi sendiri dengan ibukota singaraja, kemudian pada tahun 1960 pindah menjadi Denpasar. Provinsi Bali terdiri dari Pulau Bali dan pulau-pulau kecil disekitarnya,

seperti Nusa lembongan, Nusa penida, Pulau serangan dan nusa ceningan, serta ada 85 pulau lainnya yang belum berpenghuni. Pulau Bali dipilih karena kunjungan wisatawan yang tinggi, menjadi destinasi prioritas yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata dan icon Indonesia, serta mayoritas masyarakat yang merupakan Agama Hindu, namun tidak menyurutkan keinginan wisatawan untuk datang berkunjung walau beragam muslim.

Wisata halal adalah sistem pariwisata untuk wisatawan muslim yang pelaksanaannya sesuai dengan syariat. Dengan meningkatkan jumlah restoran, hotel, dan lainnya bersertifikasi halal, juga pengembangan sarana dan prasarana, *travel agent*, dan lainnya yang berkaitan dengan pariwisata dapat meningkatkan kedatangan wisatawan muslim di Indonesia. Wisata halal bukan mengenai wisata religi saja, tetapi segala hal dibidang pariwisata yang pelaksanaannya sesuai dengan syariat Islam seperti penyediaan makanan halal dan tempat ibadah (Wandhini, Dayanti, Nafiah, & Iskandar, 2019). Beberapa destinasi halal di Pulau Bali seperti Masjid Gelgel, Makam Tua (Buyut Lebai), dan wisata kulinernya seperti ayam betutu (Karimah, 2021).

Rumusan permasalahan dalam penelitian ini berupa hubungan antar variabel nilai Islam yang dirasakan terhadap niat kunjungan dan hubungan antar variabel sikap pada kota non Islam terhadap niat kunjungan. Tujuan penelitian ini berupa menjelaskan hubungan antar variabel nilai Islam yang dirasakan terhadap niat kunjungan serta menjelaskan hubungan antar variabel sikap pada kota non Islam terhadap niat kunjungan. Manfaat dari penelitian ini sebagai bahan pembelajaran pelaku usaha dan pelaku pariwisata untuk mengetahui niat kunjungan wisatawan dan sebagai bahan pertimbangan bagi pelaku usaha maupun pelaku dibidang pariwisata untuk merencanakan strategi yang mendorong niat kunjungan wisatawan.

B. KAJIAN LITERATUR

Niat kunjungan merupakan sebuah niat yang dimiliki oleh seseorang untuk mengunjungi suatu destinasi dalam pembahasan penelitian ini (Chen, Shang, & Li, 2013). Niat merupakan sesuatu hal yang kita rencanakan dan akan dilakukan, niat kunjungan pribadi memungkinkan seseorang melakukan kunjungan (Chu, 2018). Niat kunjungan seseorang ditentukan oleh beberapa hal yakni kognitif dan afektif seseorang, jumlah dan informasi yang didapatkan, dan adanya pengaruh sosiopsikologis motivasi perjalanan seseorang (Baloglu, 2000). Menurut (Putra & Pangestuti, 2018) menyatakan bahwa niat kunjungan wisatawan dan minat pembelian konsumen memiliki tolak ukur dengan indikator yang sama.

Penelitian lainnya oleh (Abubakar, 2015) di Siprus Utara yang meneliti terhadap pasien rumah sakit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *online WoM* dengan kepercayaan destinasi dan niat kunjungan wisatawan. Kepercayaan destinasi juga memiliki pengaruh pada niat kunjungan wisatawan. Dampak dari model *online WoM* terhadap



kepercayaan destinasi cenderung lebih kuat pada pria dan dampak kepercayaan destinasi kepada niat kunjungan cenderung lebih kuat pada wanita.

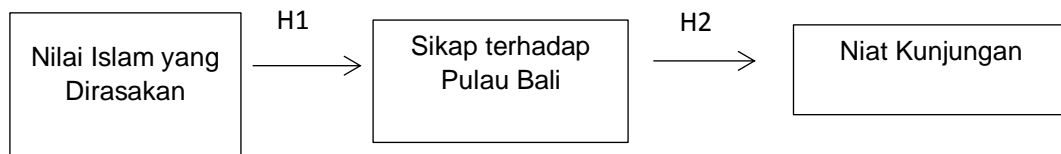
(Hosany, Buzova, & Sanz-Blas, 2019) melakukan penelitian terhadap wisatawan di Spanyol. Variabel yang diuji adalah motivasi, pengaruh positif, dan keterikatan tempat dimediasi oleh kecenderungan imajinasi terhadap niat kunjungan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi dan keterikatan tempat menjadi kunci utama niat kunjungan wisatawan terhadap wisatawan yang memiliki kecenderungan imajinasi yang tinggi.

Nilai-nilai Islam merupakan kumpulan terkait prinsip-prinsip hidup, ajaran-ajaran mengenai cara manusia menjalani kehidupannya di dunia, prinsip-prinsip tersebut saling berkaitan dan membentuk satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan (Gultom & Jufrizen, 2018). Nilai Islam menjadi salah satu peran penting dalam menjelaskan perilaku wisatawan muslim dalam mengunjungi destinasi tujuan, juga sebagai panduan bagi umat muslim dalam melaksanakan apa yang diperintah dan menjauhi larangan dari Allah SWT (Ulya, Sulhaini, & Rinuastuti, 2020). Nilai islam yang dirasakan bagi wisatawan muslim dalam mengunjungi destinasi wisata dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kebutuhan wisatawan dalam memenuhi kegiatan keagamaannya, maupun hal-hal yang dapat dikategorikan halal bagi wisatawan muslim.

Sikap adalah reaksi atau respon tertutup dari seseorang terhadap stimulus atau objek tertentu (Retnaningsih, 2016). Sikap adalah suatu perilaku seseorang untuk merespon baik secara menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan konsisten terkait suatu objek (Alias & Serang, 2018). Sikap terdiri dari berbagai unsur seperti sikap dengan kepribadian, tingkah laku, keyakinan dan lain lain. Sikap juga dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perbedaan dalam bakat, minat, pengalaman, pengetahuan, intensitas, perasaan hingga situasi lingkungan (Suharyat, 2009). Sikap wisatawan muslim dalam mengunjungi kota non Islam dipengaruhi oleh berbagai faktor tertentu, dalam dijelaskan faktor yang memengaruhi sikap wisatawan muslim berupa nilai Islam yang dirasakan, keagamaan dan resiko halal yang dirasakan

Nilai Islam yang dapat dirasakan merupakan sebuah faktor penting yang memengaruhi wisatawan muslim dalam pengambilan keputusan baik keputusan berkunjung maupun sikap yang diberikan. Menurut (Aji, Muslichah, & Seftyono, 2020), wisatawan muslim dalam merasakan nilai Islam pada suatu destinasi dapat dinilai secara fisik dan non fisik. Secara fisik nilai Islam yang dapat dirasakan dinilai dari ketersediaan makanan halal dalam destinasi kunjungan dan ketersediaan fasilitas yang menunjang kegiatan beribadah. Secara non fisik wisatawan muslim menilai dari pelayanan yang diberikan, ketika sebuah destinasi dapat memenuhi persepsi wisatawan muslim yang berkunjung maka secara positif akan memengaruhi sikap wisatawan muslim dalam kota non Islam tersebut. Hal ini sesuai dengan (Aji, Muslichah, & Seftyono, 2020), (Eid & El-Gohary, 2014), dan (Amin, Rahman, Razak, & Rizal, 2017) menunjukkan bahwa nilai Islam yang dirasakan memberikan pengaruh secara positif terhadap sikap pada Pulau Bali.

Pengaruh sikap terhadap kota non Islam pada niat kunjungan menurut kajian terdahulu, sikap wisatawan muslim pada kota non Islam bergantung pada persepsi dari wisatawan muslim terhadap kota non Islam tersebut. Sikap yang diberikan cenderung positif apabila memenuhi persepsi dari wisatawan muslim yang akan berpengaruh pada keputusan berkunjung. Hal ini telah dibuktikan pada penelitian oleh (Aji, Muslichah, & Seftyono, 2020) dengan melihat pada penelitian penelitian lainnya menyebutkan bahwa sikap terhadap kota memberikan pengaruh positif pada niat kunjungan wisatawan. Hal ini sesuai dengan penelitian (Aji, Muslichah, & Seftyono, 2020), (Park, Hsieh, & Lee, 2016), (Jalilvand, Samiei, Dini, & Manzari, 2012), dan (Na, Onn, & Meng, 2016) menyatakan bahwa sikap terhadap kota memberikan pengaruh positif pada niat kunjungan wisatawan.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis 1: Nilai islam yang dirasakan memiliki pengaruh terhadap sikap terhadap Pulau Bali.

Hipotesis 2: Sikap terhadap Pulau Bali memiliki pengaruh terhadap niat kunjungan wisatawan.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana akan mendapatkan sebuah hasil dan jawaban dengan melakukan uji hipotesis. Dari tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian dasar (*basic research* atau *pure research*) yang merupakan penelitian yang mempelajari lebih jauh tentang sebuah konsep atau permasalahan berdasarkan teori yang sudah ada (Noor, 2011). Berdasarkan permasalahannya, penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian deskriptif dan penelitian kausal komparatif (*causal comparative research*), penelitian deskriptif berusaha untuk mendeskripsikan sebuah permasalahan yang terjadi saat ini. Penelitian deskriptif dilakukan untuk pengujian hipotesis dan mencari jawaban dari permasalahan yang diteliti. Penelitian kausal komparatif berusaha untuk menyelidiki hubungan sebab akibat dengan menggunakan dua variabel atau lebih (Noor, 2011). Target dalam penelitian ini merupakan wisatawan nusantara muslim di Kota Batam yang pernah berkunjung dan melakukan liburan ke Pulau Bali.

Proses pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data, yaitu menggunakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang dituju melalui *google form*. Kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang berupa

daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden, baik dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (Nasehudin & Gozali, 2012). Proses penyebaran kuesioner melalui aplikasi sosial media *Instagram* pada fitur *Instagram Story* dengan memposting berupa tautan yang berisi kuesioner dan melalui aplikasi sosial media *Whatsapp* dengan mengirimkan tautan kepada *group chat* ataupun secara pribadi kepada teman dan keluarga. Metode pengujian data dalam penelitian ini menggunakan *software IBM SPSS* statistik dengan penerapan analisis deskriptif, kuantitatif dan uji asumsi klasik.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian dilakukan untuk menguji hasil dari variabel nilai islam yang dirasakan, sikap terhadap kota non muslim terhadap variabel niat kunjungan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Dari hasil pengujian didapatkan hasil bahwa perempuan dengan usia 21 - 30 tahun lebih banyak melakukan kunjungan ke pulau bali karena menurut (Parhusip & Arida, 2018) dalam penelitiannya terhadap kaum milenial bahwa yang dapat memotivasi kaum milenial untuk melakukan sebuah perjalanan ke Pulau Bali lebih banyak diisi oleh kaum perempuan dan usia 21 - 30 tahun merupakan usia yang produktif sehingga memungkinkan untuk melakukan perjalanan, (Lauw, Sudiarta, & Sagita, 2022) menjelaskan pada penelitiannya bahwa para pelajar dan karyawan memerlukan liburan untuk melepaskan kelelahan akan keseharian dan pekerjaan mereka yang berdampak dari tuntutan pekerjaan dan tugas kuliah. Data untuk demografi responden yang di dapatkan dapat dilihat pada tabel 1. dibawah ini:

Tabel 1. Hasil uji Demografi Responden

Jenis Kelamin		
Keterangan	Responden	Persentase
Laki-laki	179	45,00%
Perempuan	219	55,00%
Total	398	100%
Usia		
Keterangan	Responden	Persentase
Dibawah 21 tahun (17-21 tahun)	106	26,60%
21-30 tahun	187	47,10%
31-40 tahun	67	16,80%
41-60 tahun	38	9,50%
Total	398	100%
Pekerjaan		
Keterangan	Responden	Persentase
Pelajar/mahasiswa	137	34,40%
Karyawan swasta	152	38,20%



Wiraswasta	65	16,30%
Pekerjaan paruh waktu	27	6,80%
Tidak bekerja	17	4,30%
Total	398	100%
Temam Berkunjung		
Keterangan	Responden	Persentase
Sendiri	25	6,30%
Keluarga	196	49,30%
Teman	102	25,60%
Rekan kerja	30	7,50%
Lainnya	45	11,30%
Total	398	100%

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Hasil uji validitas telah dilakukan, dapat dilihat bahwa setiap variabel dinyatakan valid pada tabel 2. dibawah ini, sehingga tidak diperlukannya penghapusan dan dapat dilakukan pengujian berikutnya.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Muatan Faktor	Kesimpulan
Nilai Islam yang dirasakan	1Q	0,80	Valid
	2Q	0,78	Valid
	3Q	0,73	Valid
	4Q	0,75	Valid
	5Q	0,78	Valid
Sikap terhadap kota non muslim	1Q	0,65	Valid
	2Q	0,66	Valid
	3Q	0,68	Valid
	4Q	0,61	Valid
	5Q	0,70	Valid
	6Q	0,70	Valid
	7Q	0,71	Valid
	8Q	0,75	Valid
Niat kunjungan	1Q	0,77	Valid
	2Q	0,75	Valid
	3Q	0,66	Valid
	4Q	0,69	Valid

Variabel	Pertanyaan	Muatan Faktor	Kesimpulan
	5Q	0,71	Valid
	6Q	0,72	Valid
	7Q	0,75	Valid

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Nilai Islam yang dirasakan	0,83	Reliabel
Sikap terhadap kota non muslim	0,84	Reliabel
Niat kunjungan	0,85	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan data diatas, seluruh variabel pada uji reliabilitas dinyatakan reliabel dan dapat untuk dilakukan pengujian berikutnya.

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial. Bagaimana pengaruh nilai Islam yang dirasakan dimediasi oleh sikap terhadap kota non muslim kepada niat kunjungan wisatawan ke Pulau Bali, pengujian kali ini menggunakan variabel nilai Islam yang dirasakan terhadap sikap terhadap kota non muslim, dan sikap terhadap kota non muslim terhadap niat kunjungan.

Tabel 4. Hasil Uji T

Variabel Penelitian	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Kesimpulan
	B	Std. Error				
Nilai Islam yang dirasakan > sikap terhadap kota non muslim	0,75	0,06	0,54	12,80	0,00	Signifikan
Sikap terhadap kota non muslim > niat kunjungan	0,60	0,04	0,60	14,80	0,00	Signifikan

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Hasil diatas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara nilai Islam yang dirasakan terhadap sikap pada kota non muslim. Analisis dari hasil tersebut yakni menunjukkan bahwa semakin positif nilai Islam yang dirasakan yaitu sebesar 0,54 oleh seseorang maka sikap seseorang terhadap kota non muslim semakin tinggi juga. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian (Aji, Muslichah, & Seftyono, 2020), (Amin, Rahman, Razak, & Rizal, 2017), dan (Eid & El-Gohary, 2014). Hasil lainnya juga



menunjukkan bahwa semakin positif sikap seseorang terhadap kota non muslim yaitu sebesar 0,60 maka semakin tinggi niat kunjungan seseorang pada Pulau Bali. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian (Park, Hsieh, & Lee, 2016), (Jalilvand, Samiei, Dini, & Manzari, 2012), (Na, Onn, & Meng, 2016), dan (Aji, Muslichah, & Seftyono, 2020).

E. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh nilai Islam yang dirasakan dimediasi oleh sikap terhadap kota non muslim terhadap niat kunjungan wisatawan muslim ke Pulau Bali. Dari hasil pengujian yang dilakukan dapat dinyatakan bahwa pengaruh nilai Islam yang dirasakan dimediasi oleh sikap terhadap kota non muslim berpengaruh positif pada niat kunjungan. Variabel nilai Islam yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap sikap dalam kota non muslim. Responden merasa nyaman dan aman ketika mengunjungi Pulau Bali dikarenakan sikap ramah yang diberikan oleh masyarakat lokal kepada wisatawan muslim, selain itu responden juga merasakan kearifan Islam atau nilai Islam dikarenakan kebutuhan akan halal dalam mengunjungi Pulau Bali telah terpenuhi. Nilai Islam yang dapat dirasakan dalam suatu destinasi berpengaruh terhadap bagaimana sikap wisatawan dalam kunjungan tersebut dan berpeluang untuk melakukan kunjungan kembali wisatawan bahkan dapat sangat merekomendasikan wisatawan lainnya untuk berkunjung ke destinasi. Variabel sikap dalam konteks kota non muslim berpengaruh positif terhadap niat kunjungan. Responden merasa masyarakat lokal memberikan sikap ramah pada wisatawan muslim yang berkunjung sehingga responden akan mengunjungi Pulau Bali karena pengalaman yang didapatkan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu penelitian dilakukan secara *online* dengan penyebaran kuesioner akibat dari adanya covid-19, kemungkinan adanya pengisian kuesioner oleh responden tidak sesuai dengan yang terjadi. Kesalahan juga dapat diakibatkan dari kurangnya pemahaman responden dari pertanyaan dan pernyataan yang diberikan. Keterbatasan lainnya berdasarkan uji koefisiensi determinasi terdapat 62% faktor lainnya berpengaruh terhadap niat kunjungan wisatawan yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti motivasi (Hosany, Buzova, & Sanz-Blas, 2019), risiko halal yang dirasakan, religiusitas (Aji, Muslichah, & Seftyono, 2020), motivasi kunjungan, risiko kunjungan yang dirasakan, dan kendala perjalanan (Khan, Chelliah, & Ahmed, 2018), dan lainnya.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menyebarkan kuesioner secara *online* maupun *offline*, untuk menghindari jawaban dari responden yang berlebihan juga memudahkan menjelaskan bagi responden yang kurang memahami pertanyaan dan pernyataan yang diberikan. Penelitian selanjutnya terkait niat kunjungan disarankan menambah variabel mediasi seperti citra destinasi (Jalilvand, Samiei, Dini, & Manzari, 2012) (Johanes, Pinem, Hidayanto, & Shihab, 2016) yang dapat digunakan untuk memediasi antara hubungan variabel independen dan variabel dependen sehingga memiliki dampak yang positif. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan beberapa variabel lainnya seperti citra destinasi (Park, Hsieh, & Lee, 2016) (Bianchi & Milberg, 2016),



E WoM (Abubakar & Ilkan, 2016) (Abubakar, 2015) (Albarq, 2013) (Briliana, 2019) (Jalilvand, Samiei, Dini, & Manzari, 2012), motivasi (Hosany, Buzova, & Sanz-Blas, 2019), risiko halal yang dirasakan, religiusitas (Aji, Muslichah, & Seftyono, 2020), motivasi kunjungan, risiko kunjungan yang dirasakan, dan kendala perjalanan (Khan, Chelliah, & Ahmed, 2018).

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. M. (2015). Does E-WoM influence destination trust and travel intention a medical tourism perspective. *Economic Research*, 598-611.
- Abubakar, A. M., & Ilkan, M. (2016). Impact of online WOM on destination trust and intention to travel: A Medical Tourism Perspective. *Destination Marketing and Management*, 2-8.
- Aji, H. M., Muslichah, I., & Seftyono, C. (2020). The determinants of Muslim travellers intention to visit non islamic countries : a halal tourism implication. *Journal of Islamic Marketing*. doi:10.1108/JIMA-03-2020-0075
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan pemasaran UMKM (Studi deskriptif kualitatif pada distro di Kota Surakarta). *Dutacom*, 43-43.
- Akyuz, B. G. (2019). Factors that influence local food consumption motivation and its effect on travel intentions. *Anatolia*. doi: DOI: 10.1080/13032917.2019.1595072
- Albarq, A. N. (2013). Measuring the Impacts of Online Word-of-Mouth on Tourists' Attitude and Intentions to Visit Jordan: An Empirical Study. *International Business Research*, 7(1). doi:10.5539/ibr.v7n1p14
- Alias, & Serang, S. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Sikap Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 83-96.
- Amin, H., Rahman, A. R., Razak, D. A., & Rizal, H. (2017). Consumer Attitude and Preference in the Islamic Mortgage Sector : a Study of Malaysian. *Management Research Review*, 95-115.
- Aziz, N. A., Long, F., & Murad, S. M. (2021). Examining Travel Constraints and Perceived Risk on Intention to Travel during the COVID-19 Pandemic: The Case of Malaysian. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 27.
- BPS. (2022). *Data Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Bali*. <https://bali.bps.go.id/indicator/16/106/2/banyaknya-wisatawan-mancanegara-bulanan-ke-bali-menurut-pintu-masuk.html>
- BPS. (2023). *Proyeksi Penduduk Provinsi Bali Menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten/Kota (Ribu Jiwa), 2021-2023*.
- BPS. (2018, february 15). <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/02/15/33/penduduk-provinsi-bali-menurut-agama-yang-dianut-hasil-sensus-penduduk-2010.html>. Diambil kembali dari Bali.bps.go.id: <https://bali.bps.go.id>
- Baloglu, S. (2000). A Path Analytic Model of Visit Intention Involving Information Sources, Socio-Physcological Motivation, and Destination Image. *Travel & Tourism Marketing*, 81-90.
- Bianchi, C., & Milberg, S. (2016). Investigating non-visitors' intention to travel to a long-haul holiday destination. *Vaccation Marketing*, 1-16.



- Briliana, V. (2019). What do Millennials see in Indonesia? An analysis of Generation Y travel intentions through Social Media. *Hospitality, Tourism and Leisure*.
- Bundawi, D., Arief, R. F., & Ariyanto, H. H. (2022). Pengaruh Revisit Intention yang dimediasi oleh Satisfaction Terhadap Fastfood di Sanctuary Batam. *Jesya*, 5(2), 1585–1597. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.768>
- Cabeza-Ramirez, L. J., & Sanchez-Canizares, S. M. (2021). Exploratory analysis of the connections between acceptance of the Covid health passport and intention to travel : the case of spain. *Current issue in tourism*. doi:<https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1962258>
- Chaulagain, S., Wiitala, J., & Fu, X. (2019). The impact of country image and destination image on US tourists' travel intention. *Destination Marketing and Management* , 1-11.
- Chen, P.-J., Hua, N., & Wang, Y. (2013). Mediating Perceived Travel Constraints: The Role of Destination Image. *Travel and Tourism Marketing*, 201-221.
- Chen, Y. C., Shang, R. A., & Li, M. J. (2013). The effects of perceived relevance of travel blogs' content on the behavioral intention to visit a tourist destination. *Computers in Human Behavior*, 787-799.
- Cho, H., Koh, E. C., & Lee, H.-W. (2019). Nostalgia, motivation, and intention for international football stadium tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(9), 912-923. doi:[10.1080/10941665.2019.1653339](https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1653339)
- Chu, C. P. (2018). The Influence Of Social Media Use And Travel Motivation On The Perceived Destination Image And Travel Intention To Taiwan Of The Thai People. *Communication Arts*, 5.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Das, S. S., & Tiwari, A. K. (2020). Understanding international and domestic travel intention of Indian travellers during COVID-19 using a Bayesian approach. *Tourism Recreation Research*. doi:<https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1830341>
- Eid, R., & El-Gohary, H. (2014). Muslim Tourist Perceived Value in the Hospitality and Tourism Industry. *Jor=urnal of Travel Research*, 1-14.
- Gultom, D. K., & Jufrizen. (2018). Nilai Nilai Islam Sebagai Variabel Moderating Pada Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Swasta di Kota Medan)). *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*.
- Gunawan, C. (2019). *Regresi Linear Berganda*. Sukabumi: Skripsi Bisa.
- Hennibal. (2016, Mei 04). *Alasan Cewek Lebih Suka Traveling dibanding Cowok*. Diambil kembali dari [kaskus.co.id: https://www.kaskus.co.id/thread/5729e1ac31e2e6cb6d8b4573/cewek-lebih-suka-traveling-dibanding-cowok-kenapa-yah/](https://www.kaskus.co.id/thread/5729e1ac31e2e6cb6d8b4573/cewek-lebih-suka-traveling-dibanding-cowok-kenapa-yah/)
- Hosany, S., Buzova, D., & Sanz-Blas, S. (2019). The Influence of Place Attachment, Ad-Evoked Positive Affect, And Motivation on Intention to Visit : Imagination Proclivity as Moderator. *Travel Research*, 1-19.
- Jalilvand, M. R., Samiei, N., Dini, B., & Manzari, P. Y. (2012). Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, tourist attitude toward



- destination and travel intention: An integrated approach. *Destination Marketing & Management*, 134 - 143.
- Jamal, A., & Sharifuddin, J. (2014). Perceived value and perceived usefulness of halal labeling: The role of religion and culture. *Journal of Business Research*.
- Johanes, R., Pinem, A. A., Hidayanto, A. N., & Shihab, M. R. (2016). What Features of Online Review Affects Reader intention to travel. *Computer Science*.
- Karimah, W. (2021, February 2021). *yoexplore.co.id/wisata-halal-di-bali*. Diambil kembali dari yoexplore.co.id: <https://yoexplore.co.id/wisata-halal-di-bali/>
- Kemendagri, S. (2022, 02 24). *273 Juta Penduduk Indonesia Terupdate Versi Kemendagri*. Dipetik 2 2, 2023, dari Dukcapil Kemendagri: <https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1032/273-juta-penduduk-indonesia-terupdate-versi-kemendagri>
- Khan, M. J., Chelliah, S., & Ahmed, S. (2018). Intention to visit India among potential travellers: Role of travel motivation, perceived travel risks, and travel constraints. *Tourism and Hospitality Research*, 1-17. doi:DOI: 10.1177/1467358417751025
- Kim, M., Choi, K. H., & Leopkey, B. (2019). The Influence of Tourist Risk Perceptions on Travel Intention to Mega Sporting Event Destination with Different Levels of Risk. *Tourism Economics*, 1-17.
- Klabi, F. (2021). What affects Saudis' intention to travel by air during the Covid-19 crisis? (The roles of anxiety, prevention-focus, self- efficacy, and airlines'Communication). *Global Journal of Economics and Bussiness*, 132-142. doi:<https://doi.org/10.31559/GJEB2021.11.1.10>
- Kusnandar, V. B., & Bayu, D. J. (2021, 11 3). *Presentase Populasi Muslim Indonesia Posisi 35 Dunia*. Dipetik 12 26, 2021, dari Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/persentase-populasi-muslim-indonesia-posisi-35-dunia>
- Lauw, V., Sudiarta, I. N., & Sagita, P. A. (2022). Analisis Preferensi Wisatawan Staycation Ke Daya Tarik Wisata Di Badung, Bali. *Jurnal Industri Perjalanan Wisata*, 106-113.
- Lee, B. K., Agarwal, S., & Kim, H. J. (2011). Influences of travel constraints on the people with disabilities' intention to travel: An application of Seligman's helplessness theory. *Tourism Management*. doi:10.1016/j.tourman.2011.06.011
- Lesmana, R., Sunardi, N., & Kartono. The Effect of Financing and Online Marketing on MSMEs Income Increasing at Intermoda Modern Market BSD City Tangerang Selatan. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(7), 25-34
- Lesmana, R., & Sunardi, N. (2021). Futuristic Leadership Through PEKA Analysis Approach. *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 2(1)
- Mohsin, A., Lengler, J., & Chaya, P. (2016). Does travel interest mediate between motives and intention to travel? A case of young Asian travellers. *Hospitality and Tourism Management*, 36-44.
- Na, S. A., Onn, C. Y., & Meng, C. L. (2016). Travel Intentions among Foreign Tourists for Medical Treatment in Malaysia: An Empirical Study. *Social and Behavioral Science*, 546-553. doi:10.1016/j.sbspro.2016.05.434



- Nasehudin, T. S., & Gozali, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nassar, M. A., Mostafa, M. M., & Reisinger, Y. (2015). Factors influencing travel to islamic destinations: an empirical analysis of Kuwaiti nationals. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 36-53.
- Noor, J. (2011). *METODOLOGI PENELITIAN : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: KENCANA.
- Parhusip, N. E., & Arida, I. N. (2018). Wisatawan Milenial Di Bali (Karakteristik, Motivasi, dan Makna Berwisata). *Jurnal Destinasi Pariwisata*.
- Park, S. H., Hsieh, C.-M., & Lee, C.-K. (2016). Examining Chinese College Students' Intention to Travel to Japan Using the Extended Theory of Planned Behavior: Testing Destination Image and the Mediating Role of Travel Constraints. *Travel and Tourism Marketing*. doi:DOI: 10.1080/10548408.2016.1141154
- Purwianti, L., & Zaman, M. B. (2017). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek, Preferensi Merek, dan Harga Dengan Citra Negara Asal sebagai Variabel Moderasi Terhadap Minat Pembelian Laptop Oleh Mahasiswa di Kota Batam. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 211–226. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v4i2.119>
- Putra, D. A., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh City Branding “The Heart Of East Java” Pada Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung. *Administrasi Bisnis*, 151-158.
- Retnaningsih, R. (2016). Hubungan Pengetahuan Dan Sikap Tentang Alat Pelindung Telinga Dengan Penggunaannya Pada Pekerja Di Pt.X. *Journal of Industrial Hygiene and Occupational Health*, 67-82.
- Schroeder, A., Gray, L.-P., Kaplanidou, K., & Zhan, F. (2013). Destination risk perceptions among U.S. residents for London as the host city of the 2012 summer olympics games. *Tourism Management*, 107-119.
- Silvia, V. (2020). *Statistika Deskriptif*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Suharyat, Y. (2009). Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku. *Jurnal Region*, 1-19.
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Tan, W.-K., & Kuo, C.-Y. (2014). The effect of aesthetic-image value of travel expert blogs on the intention to travel: an exploratory study. *Current Issue in Tourism*, 17(8), 657-665. doi:http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2013.840270
- Tassiello, V., & Tillotson, J. S. (2019). How subjective knowledge influences intention to travel. *Tourism Research*. doi:10.1016/j.annals.2019.102851
- Thirumaran, K., Chawla, S., Dillon, R., & Shabarwal, J. K. (2021). Virtual pets want to travel: Engaging visitors, creating excitement. *Tourism Management Perspectives*. doi:https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100859



- Traveldiva, R. (2021, November 23). *Alasan Bali Jadi Tempat Tujuan Wisata Favorit*. Diambil kembali dari traveldiva.id: <https://traveldiva.id/info/inilah-alasan-bali-jadi-tujuan-wisata-favorit/>
- Ulya, B. N., Sulhaini, & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Nilai Yang Dirasakan Muslimah Muda Terhadap Keputusan Berkunjung Di Destinasi Halal Pulau Lombok. *Jurnal Magister Manajemen*, 1-14.
- Wandhini, A. F., Dayanti, A. D., Nafiah, L., & Iskandar. (2019). Halal Tourism In Bali: Pengaruh Dan Tantangan Mengembangkan Wisata Halal Di Bali. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 1-21.
- Yuniar, N. (2018, Agustus 25). *Benarkah orang Asia lebih banyak berlibur bersama keluarga?* Diambil kembali dari kalteng.antaranews.com: <https://kalteng.antaranews.com/berita/286089/benarkah-orang-asia-lebih-banyak-berlibur-bersama-keluarga-simak-ulasannya>
- Zhang, Y., Li, J., Liu, C.-H., Shen, Y., & Li, G. (2020). The effect of novelty on travel intention: the mediating effect of brand equity and travel motivation. *Management Decision*. doi:10.1108/MD-09-2018-1055