PENGARUH MUSLIM-FRIENDLY ATTRIBUTES TERHADAP HALAL DESTINATION IMAGE BANDUNG DI INTERVENING PENYELENGGARAAN EVENT HIJRAHFEST

SKRIPSI

Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Pada Program Studi Pariwisata SyariahFakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

MUTHIASALSA
NIM : 2030406021

PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2024

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muthia Salsa

NIM : 2030406021

Fakultas :EkonomiDanBisnisIslam

ProgramStudi :PariwisataSyariah

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul **"Pengaruh Muslim Friendly Attributes Terhadap Halal Destination Image Bandung Di Intervening Penyelenggaraan Event Hijrahfest"** adalah karya sendiri bukan plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.

Batusangkar, 20 April 2024
Saya yang menyatakan,

Muthia Salsa
NIM. 2030406021

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat.

Skripsi atau Tugas akhir ini saya persembahkan untuk :

- ✓ Ayahanda tercinta, Bapak Fauzi Azrah. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan. Namun beliau mampu mendidik, memotivasi, dan memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
- ✓ Pintu surgaku, Ibunda Elfi Susanti yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta do'a yang terbaik dan ridhomu ternyata anak pertama perempuan yang selama ini bahunya harus setegar karang di lautan dan menjadi harapan terbesar saat ini telah mampu mendapat gelar sarjana.
- ✓ Adik perempuanku, Fathma Nurul Hidayah. Terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini dan terimakasih atas semangat, doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat.
- ✓ Adik- adik tersayangku Zahra Almaira Rahmania & Zaviera Putri Safa terimakasih sudah hadir di tengah-tengah kehidupan penulis
- ✓ Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Rahmat Hidayat. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Terimakasih sudah menjadi rumah dan selalu menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah. Terimaksih telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat kepada penulis.

- ✓ Teruntuk sahabat penulis Santika Mutiara. Terimakasih atas segala dukungan, motivasi, pengelaman, waktu dan ilmu yang di jalani bersama selama 7 tahun ini. Ucapan syukur Allah SWT karena sudah mempertemukan kita berdua.
- ✓ Teruntuk pemilik NIM 2030406027 ananda Rahma Putri. Terimakasih atas setiap waktu yang diluangkan serta menjadi rekan yang menemani penulis dari awal perkuliahan sampai akhir menyelesaikan skripsi. Terimakasih atas setiap waktu dan petualangan hebat yang kita lalui bersama selama masa perkuliahan. Banyak hal yang tidak bisa terulang dan nantinya akan kita rindukan dimasa depan. See you on the next top bestie.
- ✓ Teruntuk mba be, mba cut, mba ifat, kak bina, mba dina, mas tomy, mas biram, mas eca, pak andi, dan pak faried terimakasih sudah menjadikan penulis merasakan kekeluargaan disaat saat magang dan penulisan skripsi ini sampai selesai.
- ✓ Semua teman-teman Pariwisata Syariah 2020
- ✓ Kepada semua teman-teman, saudara yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua.

ABSTRAK

MUTHIA SALSA, NIM: 2030406021, Judul Skripsi **"Pengaruh Muslim Friendly Attributes Terhadap Halal Destination Image Bandung Di Intervening Penyelenggaraan Event Hijrahfest"**, Jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Muslim Friendly Attributes Terhadap Halal Destination Image Bandung Di Intervening Penyelenggaraan Event Hijrahfest. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Muslim Friendly Attributes sebagai variabel eksogen/bebas, Halal Destination Image bandung sebagai variabel endogen/terikat, dan Penyelenggaraan Event Hijrahfest sebagai variabel *intervening*/mediasi.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik sensus dengan jumlah 100 responden yang merupakan pengunjung event hijrahfest bandung bedas 2023. Alat uji analisis yang digunakan adalah SmartPLS v.4.1.0.2 dengan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*).

Hasil penelitian ini menujukkan bahwa variabel yang sangat signifikan adalah Muslim Friendly Attributes terhadap Penyelenggaraan Event dengan nilai t-statistics sebesar 45,754, Hasil analisis menunjukkan bahwa Muslim Friendly Attributes memiliki pengaruh positif terhadap halal Penyelenggaraan Event Hijrahfest. Event Hijrahfest pada gilirannya, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Halal Destination Image Bandung. Temuan ini menunjukkan bahwa Penyelenggaraan Event Hijrahfest memediasi hubungan antara Muslim Friendly Attributes dan Halal Destination Image Bandung. Secara khusus, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan Muslim Friendly Attributes dapat meningkatkan Halal Destinantion Image Bandung secara tidak langsung melalui peningkatan kualitas dan kuantitas Event-Event yang bersifat islami seperti Hijrahfest.

Kata Kunci : *Muslim Friendly, Muslim Friendly Attributes, Halal Destination, Destination Image, Halal Destination Image, Penyelenggaraan Event*

ABSTRACT

MUTHIA SALSA, NIM: 2030406021, Thesis title **"The Influence of Muslim Friendly Attributes on Halal Destination Image Bandung Intervening in Organizing the Hijrahfest Event",**

عنوان الأطروحة: "تحليل العوامل التي تؤثر على الاهتمام بالزيارات المتكررة)الضيوف المتكررين(للسياح إلى بونشاك باتو، منطقة تاناه داتار"

Department of Sharia Tourism, Faculty of Islamic Economics and Business, Mahmud Yunus State Islamic University Batusangkar.

This research aims to determine the influence of Muslim Friendly Attributes on Bandung's Halal Destination Image in the Intervening of the Hijrahfest Event. The variables used in this research are Muslim friendly attributes as an exogenous/free variable, Bandung's halal destination image as an endogenous/dependent variable, and the organization of the Hijrahfest event as an intervening/mediation variable.

This research method uses a quantitative approach with census techniques with a total of 100 respondents who were visitors to the 2023 Bandung Bedas Hijrahfest event. The analysis test tool used was SmartPLS v.4.1.0.2 with SEM (Structural Equation Modeling) analysis.

The results of this research show that the most significant variable is Muslim friendly attributes for organizing events with a t-statistics value of 45.754, the results of the analysist show that muslim friendly attributes have a positive influence on halal hijrahfest event organizing. The hiijrahfest event, in turn has a positive and significant influence on halal destination image bandung. These findings indicate that the hijrahfest event mediates the relationship between Muslim Friendly Attributes and Halal Destination Image Bandung. In particular, the research result show that increasing Muslim Friendly Attributes can improve Halal Destination Image Bandung indirecly through increasing the quality and quantity of Islamic Event such as Hijrahfest.

Keywords: *Muslim Friendly, Muslim Friendly Attributes, Halal Destination, Destination Image, Halal Destination Image, Event Organization*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Muslim Friendly Attributes Terhadap Halal Destination Image Bandung Di Intervening Penyelenggaraan Event Hijrahfest"**. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, semoga kita tergolong kepada umat yang akan diberikan syafaat di akhirat nanti.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Jurusan Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada keluarga terkhusus untuk orang tua tercinta, yakni Ibunda Elfi Susanti yang telah membesarkan dan mendidik peneliti, serta tak henti-hentinya memberikan dukungan dan do'a sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan ucapan terimakasih juga untuk adik-adik dan juga teman-teman peneliti yang sudahmenemani selama proses skripsi ini berlangsung. Terimakasih juga kepada seluruh keluarga FAM Corp yang selama ini sudah membimbing peneliti selama proses magang sampai skripsi ini selesai, terutama terimakasih kepada mba berlina, mba cut, mba ifat dan yang lainnya sudah banyak memberikan masukkan dan support selama ini. Selanjutnya ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan baik secara materil maupun non materil, maka dari itu peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. Marjoni imamora, M.Sc selaku Rektor Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar
2. Dr. Rizal, M.Ag., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar
3. Pepy Afrilian, S.ST, M.Par selaku Ketua Jurusan Pariwisata Syariah beserta staff yang sudah memberikan kemudahan dalam pengurusan surat menyurat dan memberikan fasilitas selama perkuliahan.

4. Revi Candra, S.Pd, M.Ak selaku Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan akademik.
5. Pepy Afrilian, S.ST, M.Par selaku Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Harry Yulianda S.ST.Par, MM.Par dan Revi Candra, S.Pd, M.Ak selaku Penguji Skripsi yang telah memberikan masukan dan saran sehingga peneliti bisa mengetahui kesalahan dan memperbaiki kesalahan pada skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar.
7. Seluruh bapak dan ibu dosen, karyawan dan karyawati universitas islam negeri mahmud yunus batusangkar yang telah membantu peneliti selama menempuh pendidikan. Peneliti sadar bahwasanya skripsi ini jauh dari kata kesempuranaan. Oleh karena itu, kritikan dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga ilmu yang telah didaptkan bermanfaat bagi semua pihak. ***Aamiin Ya Rabbal'alamin***.

Batusangkar, 20 April 2024
Peneliti,

Muthia Salsa
NIM. 2030406021

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK i

***ABSTRACT* ..... ii**

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI.....5

DAFTAR TABEL 7

DAFTAR GAMBAR.....8

BAB IPENDAHULUAN.....1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 7

C. Batasan Masalah.....8

D. Rumusan Masalah 8

E. Tujuan Penelitian.....9

F. Manfaat dan Luaran Penelitian.....9

BAB IIKAJIAN PUSTAKA.....11

A. Landasan Teori 11

1. Pengertian Pariwisata.....11
2. Pengertian Muslim-Friendly dan Muslim Friendly Attributes 13
3. *Destination Image*.....14
4. *Event* 15

B. Kajian Penelitian Yang Relavan.....17

C. Kerangka berpikir.....23

D. Hipotesis.....25

BAB IIIMETODOLOGI PENELITIAN 26

A. Jenis Penelitian 26

B. Tempat dan Waktu Penelitian 26

C. Populasi dan Sampel.....27

D. Definisi Operasional 28
E. Pengembangan Instrumen 29
F. Teknik Pengumpulan Data 30
G. Teknik Pengujian Instrument 30
H. Teknik Analisis Data 32
I. Uji Hipotesis 35
J. Analisis Jalur *(Path Analisys)* 35
BAB IVHASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 37
A. Deskripsi Data 37
1. Gambaran Umum 37
2. Karakteristik Responden 42
B. Analisis Hasil Penelitian 43
1. Evaluasi Model Pengukuran Outher Model 43
2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model) 51
3. Pengujian Hipotesis 55
C. Pembahasan 58
1. *Direct Effect* (Pengaruh Langsung) 58
2. Pengaruh Tidak Langsung (Inderect Effect) 62
BAB VPENUTUP 64
A. Kesimpulan 64
B. Implikasi 66
C. Saran 67
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1Penelitian Relavan.....17
Tabel 3. 1Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....26
Tabel 3. 2Operasional 28
Tabel 3. 3Skor Skala Likert 29
Tabel 4. 1Nilai *Covergent Validity (Outher Loadings)* 45
Tabel 4. 2Nilai *AVE (Average Variance Extracted)* 46
Tabel 4. 3 Hasil Discriminant Validity (Fornell-Locker Criterion).....47
Tabel 4. 4Hasil Discriminant Validity (Cross Loading).....48
Tabel 4. 5Uji Reabilitas (Composite Reability).....49
Tabel 4. 6Uji Realibilitas (Cronbach's Alpha) 50
Tabel 4. 7Uji Koefisien Determinasi (R-Square).....52
Tabel 4. 8F Square 53
Tabel 4. 9Model Fit.....54
Tabel 4. 10Nilai Path Coefficient.....55
Tabel 4. 11Inderect Effect.....57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1Kerangka Berfikir.....24
Gambar 4. 1Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin 42
Gambar 4. 2Jumlah responden berdasarkan umur 42
Gambar 4. 3Jumlah responden berdasarkan kehadiran.....43
Gambar 4. 4Evaluasi *Outher Model*.....44
Gambar 4. 5Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* 46
Gambar 4. 6Composite Reability.....49
Gambar 4. 7Uji Realibilitas (Cronbach's Alpha).....50
Gambar 4. 8Hasil Bootstrapping Inner Model.....51
Gambar 4. 9Koefisien Determinasi (R-Square).....52

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia mengalami peningkatan menjadi juara ke dua dalam The Global Travel Muslim Index (GMTI) 2022. Pengakuan International ini menjadi upaya dan dorongan untuk Indonesia mengembangkan potensi halal tourism sehingga dapat dijadikan destination image Indonesia. Sebagai salah satu destinasi wisata terkemuka di dunia, Indonesia tidak hanya menawarkan pengalaman wisata yang memikat, tetapi juga menjadi pusat perhatian bagi para pelancong yang mencari makanan halal dan pengalaman liburan yang sesuai dengan prinsip-prinsip keagamaan mereka. Konsep "halal destination image" telah menjadi fokus utama dalam upaya mempromosikan pariwisata Indonesia. Dengan berbagai opsi makanan halal yang melimpah, akomodasi yang memperhatikan kebutuhan keagamaan, dan layanan yang bersahabat dengan prinsip-prinsip agama, Indonesia telah berhasil membangun citra sebagai destinasi ramah-halal.

Tentang citra destinasi halal, Indonesia telah berhasil memperoleh reputasi yang kuat di kalangan wisatawan muslim internasional. Dengan menyediakan berbagai fasilitas dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama, Indonesia tidak hanya menjadi pilihan utama bagi para wisatawan muslim, tetapi juga menjadi contoh bagi negara-negara lain dalam upaya mereka untuk menjadi tujuan wisata yang inklusif dan ramah-halal. Selain itu, kekayaan budaya dan alam Indonesia juga memberikan daya tarik yang tak tertandingi bagi para pelancong dari berbagai latar belakang. Dari pantai-pantai yang memukau hingga gunung-gunung yang megah, dari warisan budaya yang berusia ribuan tahun hingga kehidupan kota yang berdenyut, Indonesia menawarkan pengalaman wisata yang memenuhi berbagai minat dan keinginan. Dengan demikian, melalui pengembangan citra sebagai destinasi halal yang ramah dan penghargaan terhadap keanekaragaman budaya dan alamnya, Indonesia terus menjadi magnet bagi

para pelancong dari seluruh dunia yang mencari pengalaman liburan yang berkesan dan bermakna.

Destination Image secara sederhana mengacu pada impresi terhadap suatu tempat atau presepsi seseorang terhadap suatu area tertentu. Atas dasar ini maka tidak ada komponen yang bersifat baku guna mengukur destination image suatu tempat atau kota. Destination image meliputi berbagai hal dari yang bersifat paling umum sampai hal-hal yang menyangkut psikologis yang mendasarkan pada keunikan, features, event, perasaan atau aura. Pentingnya citra destinasi, terutama dalam konteks pariwisata halal, tidak dapat diabaikan di Indonesia. Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki peluang besar untuk memperkuat posisinya sebagai tujuan utama bagi wisatawan muslim. Citra destinasi yang kuat dalam halal tourism bukan sekadar tentang menyediakan makanan dan akomodasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip keagamaan, tetapi juga tentang membangun reputasi sebagai destinasi yang ramah dan inklusif. Citra ini menjadi penting karena memberikan sinyal kepada wisatawan muslim bahwa Indonesia adalah tempat yang menyambut mereka dengan hangat dan menghormati kebutuhan keagamaan mereka. Dengan meningkatnya kesadaran akan pariwisata berbasis agama di kalangan wisatawan muslim global, pembangunan citra destinasi yang kuat dalam halal tourism dapat membuka pintu bagi pertumbuhan industri pariwisata secara signifikan di Indonesia. Selain itu, citra positif ini juga dapat membantu menarik investasi baru, memperluas pasar kerja di sektor pariwisata, dan meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan masyarakat lokal. Oleh karena itu, pengelolaan citra destinasi dengan fokus pada halal tourism bukan hanya merupakan strategi yang cerdas dalam meningkatkan pariwisata Indonesia, tetapi juga merupakan langkah penting dalam mempromosikan inklusivitas, keramahan, dan keberagaman budaya negara ini kepada dunia

Echtner dan Brent Ritchie (dalam Kurniawan, 2014) menyatakan bahwaterdapat empat komponen dari destination image, yaitu sebagaberikut : Atribut karakteristik fungsional adalah atribut yang bersifat fungsional yang berhubungan dengan sebuah tempat sebagai tujuan wisata, Karakteristik fungsional adalah atribut yang bersifat fungsional dan holistik yang berhubungan dengan sebuah tepat tujuan wisata, Aribut karakteristik psikologis adalah atribut fisik yang bersifat psikologis yang berhubungan dengan sebuah tempat tujuan wisata, Karakteristik psikologis-holistik adalah atribut fisik yang bersifat psikologis dan holistik yang berhubungan dengan sebuah tempat tujuan wisata.

Istilah destinasi wisata halal memiliki keterkaitan dengan istilah pariwisata halal. Meskipun saling berkaitan, namun keduanya memiliki makna yang berbeda. Menurut fatwa DSN-MUI Nomor : 108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah, destinasi wisata halal yaitu kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip syariah (Mardianto *et al.*, 2019). Salah satu ciri atau karakteristik dari destinasi wisata halal yaitu adanya atribut berupa sertifikat halal dari MUI untuk meyakinkan wisatwan Muslim bahwa destinasi wisata tersebut aman, dan segala fasilitas maupun layanan yang ada disana telah sesuai syariat Islam.

Halal destination attributes dapat disebut sebgaai komponen-komponen dalam destinasi wisata halal yang memiliki ketergantungan satu sama lain dan akan membentuk suatu pengelaman bagi wisatawan (Mill dan Morrison, 2013). Halal destination attributes merupakan keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan oleh wisatawan Muslim saat berwisata, mulai dari restoran, hotel, transportasi, makanan, sistem keuangan, hingga fasilitas dan penyediaan jada wisata itu sendiri yang sesuai dengan norma-norma Islam (Suwantoro, 2004:49; Hammuri dan Eseynel, 2017).

Menurut Battour *et al* (2014) halal destination attributes memiliki tiga elemen penting yang dapat mewakili nilai-nilai syariah terkait engan kegiatan pariwisata di tempat tujuan, diantaranya berupa fasilitas ibadah, kehalalan, serta moritas Islam. Dengan demikian halal destination attributes dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang mencerminkan kebutuhan wisatawan Muslim yang berwisata, seperti kuliner halal, fsailitas ibadah, fasilitas dan layanan yang sesuai dengan nilai dan gaya hidup Islam, serta fasilitas rekreasi dan pelayanan lainnya yang sesuai dengan syariah (Battour *et al.,* 2011 dan Pandjaitan, 2018:2).

Muslim friendly mencerminkan adapatasi dalam berbagai industri untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi umat islam. Ini mencakup produk, layanan, dan destinasi yang sesuai dengan nilai nilai islam, seperti makanan halal, fasilitas ramah keluarga, penginapan yang sesuai syariah, serta mode pakaian yang memenuhi tuntutan berpakaian islami.

Menurut battour dan Ismail (2016), wisata halal adalah sebuah objek atau tindakan yang diperbolehkan menurt ajaran Islam untuk digunakan atau dilibati oleh orang Muslim dalam industri pariwisata. Definisi ini memandang hukum Islam (syariah) sebagai dasar dalam penyediaan produk dan jasa wisata bagi konsumen (dalam hal ini adalah Muslim), seperti hotel Halal, resort Halal, restoran Halal dan perjalanan Halal (Rais, Kompasiana; 2017). Konsep Pariwisata Halal diusung oleh Wonderful Indonesia menurut Widagdyo (2015) adalah konsep yang mengacu pada ketentuan syariat Islam membuat ketentuan itu berlaku secara Universal walaupun berbeda negara.

Menurut Rafika Isya Rasyid & Citra Kusuma Dewi (2019)nilai koefisien regresinya positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor Fasilitas & Gaya Hidup Ramah Muslim dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap faktor Halal Travel Intention ke Indonesia. Dalam konteks pariwisata halal, konsep muslim friendly yang meliputi akomodasi sesuai syariah, makanan halal, dan fasilitas ramah muslim lainnya, mempunyai peran penting dalam membentuk destination image atau citra destinasi tersebut.

Peningkatan kesadaran dan permintaan akan destinasi halal telah mendorong banyak destinasi untuk menyesuaikan layanan mereka dengan kebutuhan wisatawan muslim. Dengan menyediakan fasilitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam, destinasi tersebut dapat memperkuat citra mereka sebagai destinasi yang ramah muslim.

Persepsi positif terhadap sebuah destinasi yang menawarkan layanan dan fasilitas yang ramah muslim dapat mempengaruhi keputusan wisatawan muslim dalam memilih tempat tujuan yang akan mereka kunjungi, yang nantinya akan mempengaruhi promosi dan reputasi destinasi tersebut di kalangan komunitas muslim.

Menurut Ikhsan (2017:1) banyak hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk melakukan promosi salah satunya adalah dengan mengadakan event untuk meningkatkan brand image di masyarakat. Event telah menjadi bagian yang populer pada program pemsaran dari banyak perusahaan, karena perusahaan melihat sebagai peluang promosi yang sangat baik. Evwnt didefiniskan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, agama dan diselenggarakan untuk tujuan dan waktu tertentu serta melibatkan kelompok masyarakat-masyarakat (Noor, 2013:8).

Oleh karena itu, dalam industri pariwisata halal, konsep muslim friendly memainkan peran yang signifikan dalam membentuk destination image suatu destinasi, yang pada akhirnya akan berdampak pada pertumbuhan pariwisata halal di suatu daerah atau negara.

Penyelenggaraan event hijrahfest ini dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap destination image bandung. Penyelenggaraan event Hijrahfest memiliki potensi untuk memberikan dampak yang signifikan terhadap citra destinasi Bandung. Dengan jumlah pengunjung yang mencapai ribuan orang setiap tahunnya dan pada tahun ini pengunjung mencapai 7137 orang. Karakteristik unik dari Hijrahfest, yang membedakannya dari acara lain, adalah fokusnya yang kuat pada aspek-aspek keagamaan dan kebudayaan

Islam yang diintegrasikan dalam suasana santai dan menyenangkan. Acara ini tidak hanya menawarkan kesempatan untuk berbelanja produk-produk halal dan berpartisipasi dalam berbagai aktivitas edukatif, tetapi juga menciptakan lingkungan yang ramah dan inklusif bagi semua pengunjung, tidak hanya bagi mereka yang beragama Islam. Dengan mengadopsi atribut halal dalam berbagai aspek penyelenggaraan acara, seperti makanan, hiburan, dan perbelanjaan, Hijrahfest membantu memperkuat citra Bandung sebagai destinasi pariwisata yang menyambut dan mengakomodasi kebutuhan wisatawan muslim secara menyeluruh. Dengan demikian, penyelenggaraan Hijrahfest tidak hanya memperkaya pengalaman wisatawan, tetapi juga berpotensi untuk memperkuat citra Bandung sebagai tujuan wisata halal yang terkemuka di Indonesia.

Sebagai event yang berfokus pada nilai-nilai dan kebutuhan muslim event hijrahfest ini juga dapat memperkuat citra destinasi tersebut sebagai destinasi yang ramah muslim atau halal. Dan dilansir dari perkataan bupati bandung bapak dadang supriatna dalam berita "bupati bandungmengungkapkan "hijrahfest 2023 jadi momentum hijrah kabupaten bandung" beliau sangat mendukung kegiatan ini karena hijrahfest mempunyai nilai yang selaras dengan visi-misi kabupaten bandung, yakni mewujudkan masyarakat kabupaten bandung yang BEDAS "bangkit, edukatif, dinamis, agamis, dan sejahtera" selain itu kegiatan ini pun merupakan salah satu peran dan upaya pemerintah dalam menciptakan masyarakat yang lebih baik.

Citra destinasi memainkan peran penting dalam pemsaran pariwisata untuk meningkatkan daya tarik lenih banyak wisatawan asing, citra destinasi terdiri dari prediktor kompleks, keramahtamahan, ,multi-proses, dalan layanan terkait pariwisata (Baloglu & MvVleary, 1999). Le dkk (2010) menyebutkan bahwa beberapa kompenen seperti interaksi, nilai, kualitas, dan hubungan mengarah kepada citra destinasi. Hal ini menunjukkan bahwa citra destinasi wisata halalharus memiliki komponen-konponen yang dapat menonjolkan keunikannya sehingga membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung.

Atribut Islami adalah merek atau simbol yang melekat dengan destinasi wisata halal. Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian Chahal & Devi (2015) yang menyatakan bahwa atribut berpengaruh positif terhadap citra destinasi. Apabila destinasi wisata yang akan dikunjungi wisatawan muslim tidak halal maka akan mendapatkan penilaian terhadap citra destinasi tersebut. Selain itu pun kualitas pelayanan juga mempunyai aturan penting dalam suatu destinasi wisata, karena kualitas pelayanan yang baik kepada wisatawan akan memperoleh nilai positif terhadap citra destinasi wisata tersebut.

Maka dari itu penulis akan fokus pada penelitian tentang Attributes yang membuat bandung sebagai destinasi ramah bagi muslim, dengan mempertimbangkan konsep halal dalam citra destinasi tersebut. Mempelajari bagaimana penyelenggaraan acara seperti hijtahfest dapat menjadi faktor intervensi dalam memperkuat citra bandungsebagai destinasi yang ramah terhadap kebutuhan dan nilai-nilai muslim. Penelitian ini akan menggali atribut-atribut tertentu yang mempengaruhi persepsi orang terhadap bandung sebagai destinasi halal, serta bagaimana acara seperti hijrahfest dapat mempengaruhi persepsi tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :**“PENGARUH MUSLIM-FRIENDLY ATTRIBUTES TERHADAP HALAL DESTINATION IMAGE BANDUNG DI INTERVENING PENYELENGGARAAN EVENT HIJRAHFEST (STUDI KASUS HIJRAHFEST BANDUNG RAYA)”.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah yang akan diteliti yaitu :

1. Belum maksimal pengaruh Muslim-Friendly Attributes terhadap Halal Destination Image.
2. Belum maksimal pengaruh Halal Destination Image terhadap Muslim Friendly Attributes.

3. Belum maksimal pengaruh Muslim Friendly Attributes terhadap Penyelenggaraan Event Hijrahfest.
4. Belum maksimal pengaruh Halal Destination Image terhadap Penyelenggaraan Event Hijrahfest.
5. Belum maksimal tingkat Kepuasan Pengunjung Hijrahfestdalam penyelenggaraan event yang mempengaruhi Halal Destination Image
6. Belum ada pengaruh Muslim Friendly Attributes terhadapt Halal Destination Image Banding di Intervening Penyelenggaraan Event Hijrahfest (Studi Kasus Hijrahfest Bandung Raya)

C. Batasan Masalah

Agar permasalahan yang dikaji lebih terfokus, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh Muslim-Friendly Attributes terhadap Halal Destination Image.
2. Pengaruh Halal Destination Image terhadap Muslim Friendly Attributes.
3. Pengaruh Muslim Friendly Attributes terhadap Penyelenggaraan Event.
4. Pengaruh Halal Destination Image terhadap Penyelenggaraan Event Hijrahfest.
5. Pengaruh tingkat kepuasan pengunjung Hijrahfestpada citra Halal Destination Image

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumusan permasalah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut adalah :

1. Apakahterdapat pengaruh langsung Muslim-Friendly Attributes terhadap Halal Destination Image?
2. Apakah terdapat pengaruh langsung Halal Destination Image terhadap Muslim Friendly Attributes?
3. Apakah terdapat pengaruh langsung Muslim Friendly Attributes terhadap Penyelenggaraan EventHijrahfest?
4. Apakah terdapat pengaruh langsung Muslim Friendly Attributes terhadap Halal Destination Image melalui Penyelenggaraan Event Hijrahfest?

E. Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yangmendalamdan memberikan bukti empiris mengenai ”Pengaruh Muslim-Friendly Attributes Terhadap Halal Destination Image Bandung Di Intervening Penyelenggaraan Event Hijrahfest (Studi Kasus Hijrahfest Bandung Raya)”. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalahyang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan

1. Untuk mengetahuipengaruh secara langsung muslim friendly attributes terhadap penyelenggaraan event hijrahfest
2. Untuk mengetahuipengaruh secara langsung muslim friendly attributes terhadap Halal destination image
3. Untuk mengetahuipengaruh secara langsung penyelenggaraan event hijrahfest terhadap halal destination image
4. Untuk mengetahuipengaruh secara langsung muslim friendly attributes terhadap halal destination image melalui penyelenggaraan event hijrahfest

F. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1) Bagi Penulis

Untuk memenuhi syarat mendapat gelar Sarjana (S1) di Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan penulis di bidang Pariwisata

2) Bagi Peneliti Sebelumnya

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi sumber referensi, teori dan konsep-konsep untuk penelitian selanjutnya yang terkait.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini di harapakan dapat menjadi masukan bagi pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat dalam mengelola destinasi wisata dan memberikan pelayanan kepada wisatawan .

2. Luaran Penelitian

Adapun luaran penelitian atau target yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah agar dapat dipublikasikan melalui jurnal ilmiah.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan perpindahan atau perputaran dari satu titik tertentu dan akan kembali lagi ke titik semula, sehingga bernilai suatu perjalanan yang berputar. Pengertian pariwisata telah lama menjadi perhatian banyak kalangan, baik dari pakar ekonomi, sosial, budaya, politik, sosiologi, dan yang lainnya.

Pengertian pariwisata secaraetimologi menurut Yoeti dalam Suryadan & Octaviany (2015), "berasal dari Bahasa Sansekerta yang memiliki persamaan makna dengan *tour*, yang memiliki arti berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain". Kata pariwisata yang terdiri dari dua kata yaitu "pari" dan "wisata". Pari artinya "banyak" atau "berkeliling", sedangkan wisata berati "pergi" atau "bepergian". Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain.

World Tourism Organization (Organisasi pariwisata dunia) dalam mendefenisikan pariwisata menjelaskan tiga karakteristik sebagai penciri aktivitas pariwisata yaitu pertama adanya perpindahan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya, kedua durasi satu tahun secara kontinyu, ketiga tujuan perjalanan mengalami perluasan dengan berbagai ragam tujuan kunjungan bukan hanya sekedar berekreasi, mengunjungi sanak keluarga dan teman. Jika ditelaah lebih mendalam, dalam defenisi kepariwisataan juga tersirat tuga komponen utama yaitu daerah asal wisatawan, sarana menuju daerah tujuan serta kembali lagi ke daerah asal, serta daerah yang menjadi sasaran kunjungan wisata.

Kodhyat (1998) menjelaskan pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan oleh perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Selanjutnya Burkart dan Medlik (1987) menjelaskan pariwisata sebagai transformasi orang untuk sementara dan dalam waktu jangka pendek ke tujuan di luar tempat di mana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tingga di tempat-tempat tujuan itu.

Pariwisata menurut Prof. Salah Wahab (dalam Yoeti,1982) adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapatkan pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri (meliputi pediaman orang-orang dari daerah lain) untuk mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya di mana ia memperoleh pekerjaan tetap. Pengertian pariwisata yang lebih kompleks di kemukakan oleh Prof.K. Krapt dan Prof. Hunziker (dalam Yoeti,1996) pariwisata dalah keseluruhan dari gejala-gejala yang di timbulkan dari perjalanan dan pendiaman orang-orangasing serta penyediaan tempat tinggal sementara, asalkan orang asing itu tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktivitas yang bersifat sementara.

Pengertian pariwisata dalam Undang-undang RI No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah.

Dari beberapa defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan atau aktivitas yang dilakukan secara sadar oleh seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat (tempat asal) ke tempat yang lain (daerah tujuan), yang bersifat sementara dengan tujuan untuk rekreasi serta usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial,

budaya, alam, dan ilmu. Dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah.

2. Pengertian Muslim-Friendly dan Muslim Friendly Attributes

Fang et al. (2008) mendukung bahwa wisatawan pasti akan memilih destinasi terbaik dalam memenuhi keinginan internal atau atribut destinasi pilihannya. Agama muncul sebagai salah satu jenis daya 13ai r dalam literatur pariwisata. Oleh karena itu,ketersediaan beberapa atribut religi yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim dapat berperan penting dalam wisata halal. Agama harus lebih dikenal dalam konteks pasar pariwisata yang kompetitif saat ini (Wedenfeld & Ron, 2008).

Muslim Friendly the islamic sets of codes and atttributtes that meet muslim travelers needs yag menyampaikan indikator didalamya adalah : Makanan dan minuma halal, sarana beribadah, mengakomodasikan layanan kesehata dan layanan rekreasi, akomodasi yag ramah keluarga, tidak tersedianya minuman beralkohol, adanya karyawa muslim.

Fasilitas yang disediakan dalam wisata halal tidak hanya mencakup keberadaan destinasi ziarah saja, namun juga mencakup ketersediaan fasilitas pendukung seperti restoran dan hotel yang menyediakan makanan halal dan tempat shalat, serta persyaratan lainnya (Jaelani, 2017). Factor penentu berwisata ke destinasi syariah adalah ketersediaan fasilitas dan layanan berorientasi muslim; melayani wisatawan muslim dan memberikan pelayanan perhotelan kepada wistawan muslim (Nassar, Mostafa, Reisinger, 2015). Stephenson (2014) menyatakan bahwa yang sangat mempengaruhi 13ai ret1313 perjalanan wisatawan muslim adalah pemilihan destinasi, pemilihan hotel, ekspektasi layanan, konsumsi makanan dan preferensi aktivitas yang perlu mengikuti kriteria ramah muslim.

Dari beberapa defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Muslim-Friendly Attributes adalah ciri-ciri atau karakterisitik yang membuat produk, layanan, atau tempat menjadi lebih sesuai atau ramah bagi umat muslim. Dapat mencakup berbagai hal, seperti pemenuhan persayaratan

makanan halal, fasilitas untuk shalat, penghindaran unsur-unsur haram, dan banyak aspek lainnya yang memungkinkan umat Islam untuk mengakses atau menggunakan produk atau layanan tersebut sesuai dengan ajaran agama Islam.

3. *Destination Image*

Destinasi wisata mencakup segala sesuatu yang ada di Kawasan tersebut, baik komunitas, bentang alam, industry lain, dan hal-hal lain yang dapat menjadi bagian dari pengalaman dstinasi, karakteristik local yang dapat dinikmati wisatawan meskipun bukan merupakan bagian dari perekonomian pariwisata pada khususnya (Hanif, 2016). Menurut Destari (2017), citra suatu destinasi merupakan persepsi yang terbentuk dari berbagai infrmasi yan diterima wisatawan. Setiap destinasi wisata mempunyai gambaran tertentu yang memuat keyakinan, kesan, dan persepsi terhadap suatu destinasi.

Impresi terhadap suatu tempat atau presepsi seseorang terhadap suatu area tertetu yang mempunyai indikator sebagai berikut : atribut karakteristik, fungsional holistik karakteristik, atribut karakteristik psikologis, karakteristik psikologis-holistik (Ecthner & Brent Ritchie dalam Kuriawan 2014).

Lopes in Hendawan (2015), menulis pedoman terbentuk pemasaran pariwisata bahwa pengembangan citra destinasi pariwsata didasarkan pada rasionalitas dan emosionalitas konsumen, dan merupakan hasil perpaduan dua komponen atau dimensi utama, yaitu: kognitif dan afektif gambar.

Dari beberapa defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwaDestination image adalah persepsi atau citra mental yang dimiliki oleh individu atau kelompok tentang suatu destinasi pariwisata tertentu. Citra ini mencakup berbagai aspek, seperti keindahan alam, kekayaan budaya, kualitas layanan, dan pengalaman wisata yang diharapkan atau diinginkan. Destination image dapat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, serta promosi atau branding yang dilakukan oleh pemerintah atau pihak terkait lainnya. Citra

destinasi memiliki peran yang penting dalam menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat, karena citra yang positif dapat meningkatkan minat dan motivasi untuk berkunjung, sementara citra yang negatif dapat menghambat minat wisatawan.

4. *Event*

Menurut Ikhsan (2017:1) banyak hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk melakukan promosi, salah satunya adalah dengan mengadakan sebuah Event untuk meningkatkan Brand Image di masyarakat. Event telah menjadi bagian yang sangat populer pada program pemasaran dari banyak perusahaan, karena perusahaan melihat sebagai peluang promosi yang sangat baik. Perkembangan Event marketing ini terus mengalami kemajuan yang pesat dan beberapa perusahaan banyak yang berinovasi dengan mencampurkan beberapa Event.

Event adalah tipe promosi yang sering digunakan perusahaan atau menghubungkan sebuah merek pada suatu acara atau sebuah pesta yang tematik yang mana dikembangkan dengan tujuan untuk menciptakan suatu pengalaman bagi konsumen dan mempromosikan suatu produk atau jasa tersebut. Para pemasar sering melakukan Event marketing untuk mengasosiasikan produk mereka dengan aktivitas yang populer seperti acara olahraga, konser, bazar, atau festival. Namun biar bagaimanapun juga para marketer tetap menyelenggarakan event mereka sendiri dengan tujuan promosi.

Event didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama dan selenggarakan untuk tujuan dan waktu tertentu serta melibatkan kelompok masyarakat masyarakat (Noor, 2013:8). Event meliputi semua aktivitas hidup manusia, event merupakan kegiatan yang sangat besar dan kompleks. Event dapat diselenggarakan mulai dari jenis event perorangan yang sederhana dan kecil seperti pesta ulang tahun atau pesta pernikahan

sampai dengan event yang besar. Karena jenis kegiatannya, maka setiap event memiliki kekhasan tersendiri.

Menurut Ruslan dalam (Feraranti A, 2011:1) Event adalah merancang atau mengemas produk, gengsi, trendi, hingga menanamkan daya ingat lebih kuat (awarenes) di benak konsumen atau khalayak sasarannya. Event merupakan suatu peristiwa yang berlangsung dan dirancang secara khusus dalam program acara atau kegiatan kehumasan yang dikaitkan dengan tujuan tertentu.

Event dipandang sebagai media komunikasi yang cukup berpengaruh, karena melalui Event, Public Relations dapat memberikan informasi secara langsung yang telah dipersiapkan dengan matang dan dikemas secara menarik. Selain itu Event juga mampu meningkatkan pengetahuan (knowledge), kesadaran (awareness), upaya pemenuhan selera (pleasure), serta menarik simpati atau empati dari konsumen sehingga mampu menumbuhkan saling pengertian bagi kedua belah pihak.

Menurut Feraranti A (2011:2) dalam penciptaan sebuah Event, terdapat proses manajemen komunikasi yang berfungsi sebagai proses penciptaan dan pengelolaan pesan sehingga menjadi sebuah informasi atau nilai berita yang kuat untuk mendapatkan daya tarik publisitas. Manajemen komunikasi secara umum merupakan suatu proses pengelolaan pesan dan informasi. Sebagai sebuah proses, manajemen komunikasi didefinisikan sebagai suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengontrolan penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain untuk mencapai suatu tujuan (goals) secara efektif dan efisien. Kaitannya dengan Event, manajemen komunikasi berfungsi sebagai proses pengelolaan pesan sehingga mengandung nilai berita dan informasi yang layak menjadi daya tarik publikasi yang kuat.

Chintia (2017:13-22) mengatakan bahwa Event melibatkan banyak pihak. Apabila tidak ada koordinasi yang baik, setiap komponen dalam Event akan berjalan sendiri-sendiri sehingga tidak dapat menjadi satu

kesatuan yang utuh untuk mencapai tujuannya, Sehingga perlu sekali perencanaan dan pengkoordinasian Event dengan baik. Dalam pelaksanaan Event terdapat pengelolaan acara atau yang biasa dikenal dengan manajemen Event, dimana dalam manajemen Event sebuah acara dirancang dan disusun sedemikian rupa menggunakan proses manajemen yang telah disesuaikan dengan karakteristik pelaksanaan acara.

Menurut Noor (2009) sebuah event yang menarik harus memiliki karakteristik dalam penyelenggarannya, yaitu mempuyai ciri tersendiri dan cenderubg memiliki perbedaa anatara satu dengan lainya. Adapun karakteristik event yang bagus adalah sebagai berikut : Uniquesses, Perishability, Intangibility, Personal Interaction.

Dari beberapa defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Event adalah sebuah kejadian atau acara yang diaturuntuk tujua tertentu, seperti konser, pamera, pertemuan bisnis, festival, atau kegiatan lainnya yang direncanakan untuk mengumpulkan orang-orag atau mencapai tujuan khusus. Event bisa bersifat publik atau privat, besar atau kecil, dan memiliki beragam jenis dan tujuan.

B. Kajian Penelitian Yang Relavan

Tabel 2. 1
Penelitian Relavan

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1.	Ghea Putri Aliffia, Rita Komaladewi tahun 2021	Halal Friendly Attributes Of Muslim Travelers Toward A Non- Muslim	Teknik penentuan sampel menggunakan unknown population dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dan teknik pengambilan sampel	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi wisatawan muslim berdasarkan halal friendly attribute di tujuan wisata non-muslim dari atribut yang palingdominan

			menggunak an purposive sampling (wisatawan nusantara dan seorang muslim yang minimal satu kali pernah mengunjung i tempat wisata yang berada di Pulau Bali).	dianggap penting adalah makanan dan minuman halal yang berkualitas baik serta ketersediaan informasi mengenai kehalalan di area wisata. Atribut tersebut dapat menjadi fokus perhatian yang utama bagi penyedia layanan wisata agar dapat meningkatkan kualitas wisata ramah muslim yang ada di Pulau Bali.
2.	Sintesa Aulia Ramadhani, Masmira Kurniawati, Jiwangga Hadi Nata Tahun 2020	Effect of Destination Image and Subjective Norm Toward Intention to Visit the World Best Halal Tourism Destination of Lombok Island in Indonesia	Kuantitaf dengan bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra destinasidan subjektif terhadap niat berkunjung ke pulau Lombok, didasarkan pada 100 responden (masing- masing berusia minimal 7 tahun dan belum pernah	Bahwa citra destinasi dan norma subjektif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat mengunjungi destinasi halal di Pulau Lombok.

			mengunjung i destinasi halal di Lombok.	
3.	Nur Aulia Noviyani & Ririn Tri Ratnasari 2021	The Infuence Of Halal Destination Attributes In Wets Sumatera On Muslim Tourists	Kuantitatif yang diuji dengan teknik analisis jalur dan diolah menggunak an program AMOS.	Halal destination attributes di sumatera barat berpengaruh positif signifikan terhadap halal experience quality wisatawan muslim dan destination satisfaction.
4.	Siska Wahyuni & Yeni Nuraeni Tahun 2023	Perencanaan Program Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Wisata Muslim Friendly di Kawasan Jakarta Pusat	Deskriptif kuanlitatif dengan menggunak n POAC, Komunikasi Pariwisata dan Teori Interaksi Simbolik	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan wisata muslim friendly yang dilakukan Disparekraf DKI Jakarta diwujudkan melalui agenda yang telah disusun berdasarkan keterlibatan asosiasi, akademis, serta *stakeholder* yang kompeten pada bidang wisata muslim friendly

5.	Agita Arrasy Asthu & Rabiatul Adwijah Tahun 2021	Analysis of Muslim Friendly Tourism Indicators Toward The Number of Foreign Tourist Visitations	Pendekatan kuantitatif dengan penekanan pada pengujian hipotesis yang akan menyajikan kesimpulan. Untuk mengatahui pengaruh dan nilainatara 21ai ret21 dependen dan independent yang digunakan regresi data panel untuk analisis.	Penelitian kali ini menemukan bahwa delapan 20ai ret20 independent Global Muslim Travel Index (GMTI) secara Bersama-sama mempengaruhi 20ai ret20 dependen sebesar 97,49% dan 20ai ret20 destinasi ramah keluarga mempunyai pengaruh simultansebesar 0,012 namun tujuh 21ai ret21 lainnya tidak berpengaruh signifikan terhadap jenis jumlah wisatawan asing yang berwisata ke negara-negara yang tergabung dalam OKI
6.	R Janitra Hendra Praditia, Akhmad Saufi,Handry	Pengaruh Sport Event dan Ketersediaan Fasilitas Halal Terhadap	Penelitian ini menggunak an metode penelitian asosiatif. Teknik sampling yang digunakan adalah	Kesimpulannya bahwa Pengaruh 21ai ret21 Sport Event terhadap 21ai ret21 minat berkunjung 21ai ret

	Sudiartha Athar	Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Muslim ke Kek Mandalika dengan Destination Image Sebagai Variabel Intervening	Purposive Sampling. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 responden. Instrumen yang digunakan dalam penelitian yaitu angket. Data dianalisis dengan menggunak an Sturctural Equation Modelling dengan bantuan program Partial Least Square (PLS).	memiliki pengaruh positif dan signifikan. Pengaruh 21ai ret21 Ketersediaan Fasilitas Halal terhadap 21ai ret21 minat berkunjung 21ai ret tidak memberikan pengaruh secara signifikan. Pengaruh 22ai ret22 Sport Event terhadap 22ai ret22 Destination Image memiliki pengaruh positif dan signifikan. Pengaruh 22ai ret22 Ketersediaan Fasilitas Halal terhadap 22ai ret22 Destination Image memiliki pengaruh positif tidak signifikan. Pengaruh 22ai ret22 Destination Image terhadap 22ai ret22 Minat Berkunjung Kembali memiliki

				pengaruh positif dan signifikan. Pengaruh Destination Image sebagai 22ai ret22 mediasi atau intervening Sport Event terhadap Minat Berkunjung Kembali. Variabel mediasi Destination Image tidak memediasi 23ai ret23 Ketersediaan FasilitasHalal terhadap Minat Berkunjung Kembali atau dikategorikan sebagai No Mediation.
7.	Rafika Isya Rasyid & Citra Kusuma Dewi (2019)	Factors Of Muslim-Friendly Amenities & Lifestyle And Service Quality Affecting Halal Travel Intention To Indonesia	Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dan jenis penelitianny a adalah penelitian deskriptif pendekatan korelasi. Pengumpula n data menggunak an kuesioner dan studi	Hasil nilai koefisien regresinya positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor Fasilitas & Gaya Hidup Ramah Muslim (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2). berpengaruh positif terhadap faktor Halal

			literatur. Pengambila n sampel dilakukan dengan metode non-probabilitas jenis purposive sampling. Itu jumlah responden adalah 100 responden. Alat analisis dalam penelitian ini menggunak an IBM SPSS 23. Metode analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda	Travel Intention (Y) ke Indonesia.

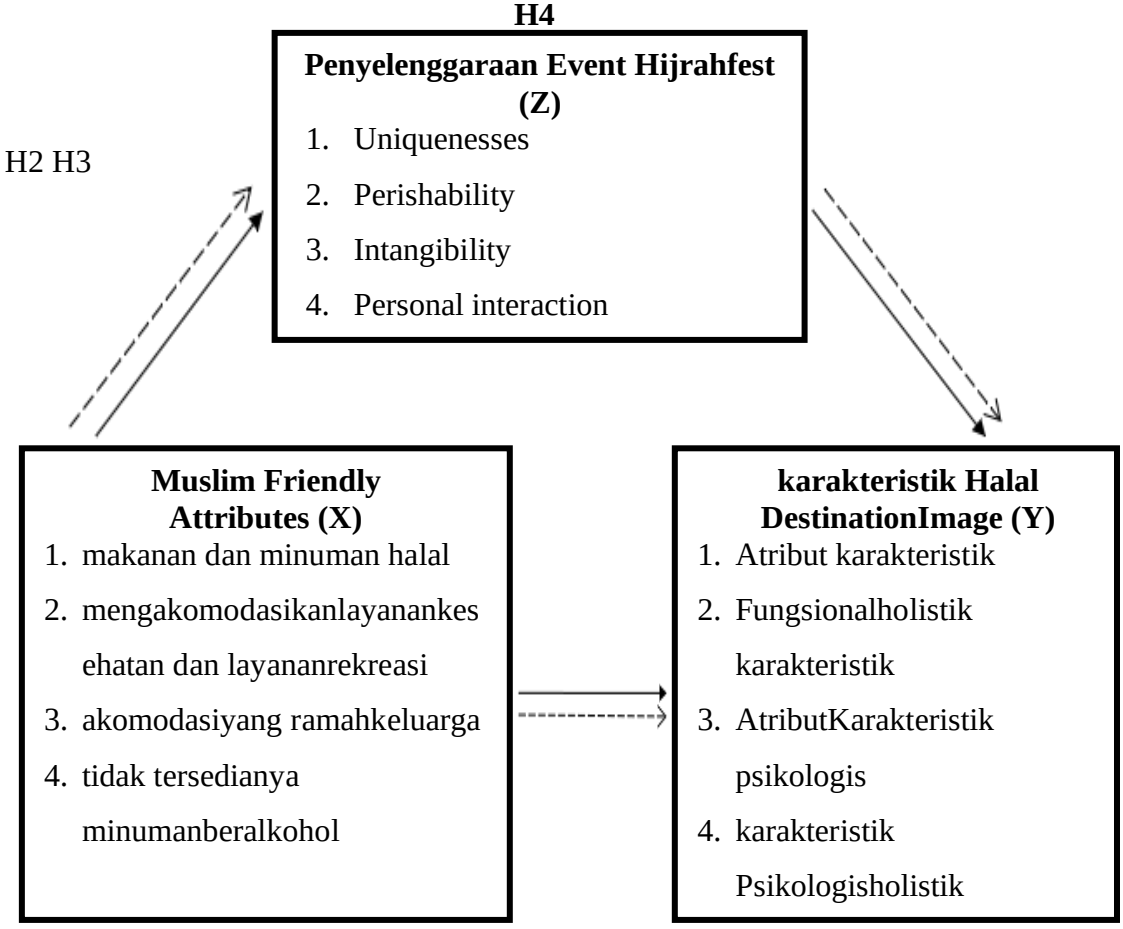
C. Kerangka berpikir

Kerangka berfikir akan menjelaskan secara teoritis pertautan antarvariabel yang akan diteliti. Jadi, secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antarvariabel (eksogen terhadap endogen).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan variabel model intervening. Sebagaimana Tuckman dalam Sugiyono (2014: 98) menyatakan bahwa variabel intervening adalah faktor-faktor yang secara teoritis mempengaruhi fenomena yang diteliti tetapi tidak dapat diukur dan dimanipulasi. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara atau lebih dikenal sebagai variabel mediasi, terletak di antara variabel eksogen dan endogen, sehingga variabel intervening secara tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel endogen.

Berdasarkan landasan teori dan rumusan masalah serta agar penelitian ini lebih terarah, maka digambarkan kerangka berfikir dengan model intervening sebagai berikut :

Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir



D. Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban (dugaan) sementara dari masalah suatu penelitian. Hipotesis dari penelitian ini adalah:

Hipotesis 1

H_a : Muslim Friendly Attributes (X) bepengaruh secara langsung terhadap halal destination image (Y)

H_o : Muslim friendly attributes (X) tidak berpengaruh secara langsung terhadap halal destination image (Y)

Hipotesis 2

H_a : Muslim friendly attributes berpengaruh secara langsung terhadap penyelenggaraan Event Hijrahfest (Z)

H_o : Muslim friendly attributes tidak berpengaruh secara langsung penyelenggaraan Event Hijrahfest (Z)

Hipotesis 3

H_a : Penyelenggaraan event hijrahfest (Y) berpengaruh secara langsung terhadap halal destination image (Z)

H_o : penyelenggaraan event hijrahfest (Y) tidak berpengaruh secara langsung terhadap halal destination image (Z)

Hipotesis 4

H_a : Muslim friendly attributes (X) berpengaruh secara langsung terhadap halal destination image (Z) melalui penyelenggaraan event hijrahfest (Y)

H_o : Muslim friendly attributes (X) tidak berpengaruh secara langsung terhadap halal destination image (Z) melalui penyelenggaraan event hijrahfest (Y)

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif ini penulis merumuskan masalah yang baru dengan mengidentifikasikan melalui hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuam untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, Sugiyono (2014).

Dalam penelitian ini, peneliti akan menjelaskan sebab akibat antar variabel, yaitu pengaruh muslim friendly attributes terhadap halal destination image melalui penyelenggaraan event hijrahfest.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penulis akan melakukan penelitian ini di Bandung dan Jakarta. Waktu pelaksanaan penelitian ini terhitung dari bulan Juli 2023- Januari 2024.

Tabel 3. 1
Jadwal Pelaksanaan Penelitian

Kegiatan	Tahun 2023 - 2024								
	July	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
Survey awal									
Pengajuan judul proposal									
Bimbingan proposal skripsi									

Seminar proposal									
Revisi setelah seminar									
Penelitian									
Bimbingan penelitian									
Munaqasah									

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019: 61), "populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah wisatawan Event Hijrahfest Bandung. Diketahui bahwa populasi dari Event Hijrahfest Bandung adalah sebesar 7137 orang yang diambil dari data kunjungan wisatawan ke Event Hijrahfest Bandung pada tahun 2023.

2. Sampel

Pardede, R., &Manurung (2014: 8) mendefinisikan, "sampel adalah himpunan bagian (subset) dari populasi". Pendapat lain, menurut Sugiyono (2019: 62) "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi". Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling, menurut Sugiyono (2014: 151) "dalam pengambilan sampel teknik ini memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih menjadi anggota sampel". Jenis sampel yang digunakan yaitu simple random sampling yang mana pengambilan anggota sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan rumus penentuan jumlah sampel oleh Slovin, dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N\,(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi (diambil dari kunjungan wisatawan pada tahun 2023, yakni sebanyak7137 orang.)

e = Tingkat eror (10%)

Berdasarkan rumus tersebut, maka :

$$n = \frac{\mathrm{N}}{1+N(e)^2} = \frac{7137}{1+7137(0{,}1)^2} = \frac{7137}{72} = 100$$

Jumlah sampel minimal (n) dalam penelitian ini adalah 100 responden.

D. Definisi Operasional

Berikut ini merupakan definisi operasional dari masing-masing variabel, sebagaimana dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 2
Operasional

No	Variabel	Indikator
1	Muslim Friendly Attributes (X)	1. makanan dan minuman halal 2. sarana beribadah 3. mengakomodasikanlayanan kesehatan dan layanan rekreasi 4. akomodasi yang ramah keluarga 5. tidak tersedianya minuman beralkohol 6. adanya karyawan muslim

No	Variabel	Indikator
2	Penyelenggaraan Event Hijrahfest (Z)	1. Uniquenesses 2. Perishability 3. Intangibility 4. Personal interaction
3	Halal Destination Image (Y)	1. Atribut karakteristik 2. Fungsional holistik karakteristik 3. Atribut karakteristik psikologis 4. Karakteristik psikologis-holistik

E. Pengembangan Instrumen

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian kuantitatif diperlukan penggunaan instrumen. Menurut Sugiyono (2014: 166) "Instrumen merupakan alat untuk mengukur, mengobservasi yang dapat menghasilkan data kuantitatif. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti". Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuisioner sebagai instrumen penelitian dengan skala pengukurang yakni skala likert.

Sugiyono (2014: 168) menjelaskan bahwa "skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial". Dari pengertian tersebut, yang dimaksud dengan fenomena sosial adalah variabel pada penelitian. Bentuk skor penilaian menggunakan skala likert dapat dilihat pada tabel, sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Skor Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Simbol	Skor Penilaian
1)	Sangat Setuju	SS	5
2)	Setuju	S	4
3)	Ragu-ragu	RG	3
4)	Tidak Setuju	TS	2
5)	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2014 :169)

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Kuisioner

Sugiyono (2014: 230) menjelaskan bahwa kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau dalam bentuk tertulis yang disebarkan kepada responden untuk dijawab. Kuisioner dalam penelitian ini merupakan data primer, disebarkan dalam bentuk pertanyaan/pernyataan terkait permasalahan yang akan di teliti kepada responden atau objek yang dijadikan sampel.

2. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian. Menurut Larry Cristensen dalam Sugiyono (2014: 235) observasi adalah pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan. Dalam penelitian ini, observasi yang digunakan merupakan jenis non-participant observation dimana peneliti tidak terlibat secara langsung tetapi hanya sebagai pengamat independen.

3. Dokumentasi

Noor (2015: 141) mendefinisikan dokumentasi sebagai "sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumen". Peneliti menggunakan studi kepustakaan sebagai bahan dokumentasi yang berupa buku-buku, artikel, internet, dan data lain yang berhubungan dengan pokok bahasan yang akan diteliti.

G. Teknik Pengujian Instrument

1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor konstruk) indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut (Nadiah, Ferichani, and Nuning Setyowati 2017, 215). Validitas

konvergen digunakan untuk mengukur ukuran korelasi antara konstruk pada variabel laten. Oleh karena itu, jika *loading factor* bernilai >0,7, maka dapat dianggap ideal, yang berarti indikator tersebut valid untuk mengukur konstruk atau variabel yang dibentuknya. Dalam penelitian lain dengan sifat empiris, nilai *loading factor*>0,5 masih dapat diterima (Ahmatang dan Nurmila Sari 2022).

2. Diskriminan Validitas (*Discriminant Validity*)

Pengujian validitas diskriminan bertujuan untuk memeriksa apakah pengukuran konstruk yang berbeda tidak saling berkorelasi secara signifikan. Uji validitas diskriminan dihitung dengan melihat *cross loading* antara indikator dengan konstruknya. Suatu indikator dianggap valid jika *cross loading* antara indikator dan variabel laten yang sesuai lebih tinggi dibandingkan dengan *cross loading* antara indikator dengan variabel laten lainnya (Junianto and Sabtohadi 2020, 4–5).

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode yaitu *cronbach alpha* dan *composite reliability*. *Cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk sedangkan *composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Composite reliability dinilai lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk (Ghozali 2016). Rehabilitasi konsistensi internal adalah teknik untuk menentukan konsistensi hasil pengujian di berbagai item. Jika ada hubungan yang tinggi antara hal-hal tersebut, maka hal tersebut membuktikan bahwa item dalam skor memperlihatkan konstruksi yang sebanding. Gabungan peringkat ketergantungan digunakan dalam pengujian ini. Jika nilai keandalan gabungan lebih besar dari 0,7, maka konstruk dianggap sangat andal, dan jika keandalan gabungan > 0,6 dikatakan cukup andal (Ahmatang dan Nurmila Sari 2022).

Sedangkan *cronbach's alpha* mengukur nilai terendah reliabilitas suatu variabel sehingga nilai *composite reliability*> 0.6 dan nilai *cronbach's alpha*> 0.60. Sebagai contoh *composite reliability* untuk

semua konstruk berada di atas nilai 0,60. Dengan demikian semua konstruk memiliki reabilitas yang baik. Dengan melihat cronbach's alpha dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60. Uji reabilitas dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Loading baku absolut bagian luar dengan nilai > 0,7. Jadi jika < 0,7 maka tidak reliabel. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi,konsistensi, dan ketepatan instrument dalam mengukur konstruk.

Hair et al. (2014) menyatakan bahwa nilai *composite reliability* harus > 0.70 meskipun nilai 0.60 masih dapat diterima. Suatu konstruk dapat dikatakan memiliki nilai reabilitas yang tinggi jika jika nilai *composite reliability*> 0.70. Reabilitas berhubungan dengan ketepatan dan ketelitian dari pengukuran. Pengujian reabilitas dilakukan untuk menguji apakah data yang diperoleh dari instrument penelitian menunjukkan konsistensi internal yang memadai. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat *cronbach's alpha*. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan diandalkan (reliable) apabila nilai *cronbach alpha*> 0,60 (Ghozali 2016).

H. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018) analisis data adalah salah satu tahap penelitian yang dilakukan setelah semua informasi yang dibutuhkan untuk memecahkan permasalahan yang sedang diteliti telah terkumpul secara lengkap. Keakuratan dan ketepatan penggunaan alat analisis sangat penting dalam menentukan validitas kesimpulan yang diambil, oleh karena itu pengolahan data merupakan aktivitas yang sangat penting dalam proses penelitian. Kesalahan dalam memilih alat analisis dapat berdampak serius pada hasil penelitian dan dapat mempengaruhi penggunaan dan penerapan hasil tersebut. Oleh karena itu, pengetahuan dan pemahaman tentang berbagai teknik pengolahan data diperlukan bagi seorang peneliti agar hasil penelitiannya

dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemecahan masalah dan dapat diakui secara ilmiah.

Data kuantitatif ialah data sebagai teknik penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, dipakai untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambil sampel umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan maksud untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Pratiwi 2017).

1. **Analisis *Structural Equation Modeling (SEM)***

   Structural Equation Modeling (SEM) adalah teknik analisis statistik yang digunakan untuk membangun dan menguji model statistik dalam bentuk model sebab-akibat. Analisis SEM menggabungkan analisis regresi, faktor, dan jalur untuk secara bersamaan menghitung hubungan antara variabel laten, mengukur nilai pemuatan indikator variabel laten, dan menghitung model jalur variabel laten tersebut. Pada dasarnya, SEM adalah salah satu teknik multivariat yang akan menunjukkan bagaimana mewakili serangkaian atau urutan hubungan kausal dalam diagram jalur (Putlely et al. 2021).

2. **Analisis *Data Partial Least Square (PLS)***

   Metode Analisis *Partial Least Square (PLS)* memiliki keunggulan yang sangat kuat karena tidak tergantung pada skala pengukuran yang digunakan (seperti pengukuran yang memerlukan skala interval atau rasio), ukuran sampel, maupun distribusi dari residual. Indikator pada PLS dapat dibentuk menggunakan tipe refleksif atau formatif. Model struktural digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel laten independen (eksogen) dan variabel laten dependen (endogen) (Sholiha and Salamah 2015, 169–70). PLS adalah salah satu teknik analisis yang terdapat dalam *Structural Equation Modeling (SEM)* yang sangat efektif karena dapat digunakan pada semua jenis skala data, tidak ada asumsi yang diperlukan, dan tidak memerlukan sampel dengan jumlah yang besar. Tujuannya adalah untuk memperkirakan pengaruh variabel independen X

pada variabel dependen Y dan mengidentifikasi hubungan antara keduanya (Suriana, Rahmawati, and Ekawati 2022, 11).

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode statistik. deskriptif yaitu analisa data untuk memperoleh distribusi respon jawaban responden dan statistik interfensial melalui analisis *structural equition model (SEM)* dengan *Partialo Least Square (SEMPLS)*. Software yang digunakan untuk menganalisa *SEM PLS* adalah program *SmartPLS* 4.0.9.6. *SEM-PLS* adalah metode statistik multivriat untuk pengujian sebuah rangkaian pengaruh antara variabel yang diestimasi secara simultan dengan tujuan studi prediksi, ekplorasi atau pengembangan model struktural. Sedangkan alasan menggunakan *software Smart PLS* diantaranya yaitu PLS telah biasa dipakai dalam penelitian pemasaran, PLS tidak menuntut data yang berdistribusi normal dan tidak mensyaratkan jenis data tertentu, dan PLS dapat dipakai untuk mengolah data baik dalam ukuran kecil (38 sampel) maupun besar 1.000 ataupun lebih (Masithoh 2023).

a. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Dalam PLS-SEM, sebuah kriteria evaluasi non-parametrik dibangun untuk mengevaluasi model pengukuran dengan menggunakan prosedur *bootstapping* dan *blindfolding*. Evaluasi model pengukuran berfokus pada mengevaluasi validitas dan keandalan pengukuran konstruk atau indikator. Dalam penelitian ini, evaluasi model pengukuran pada model pengukuran reflektif dilakukan dengan menggunakan konsistensi internal *(composite reliability),* keandalan indikator, kesesuaian konvergen *(average variance extracted*), dan kesesuaian diskriminan (Marliana 2019, 179).

b. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Mengevaluasi model struktural menggunakan metode PLS dapat ditentukan dari nilai *R-square* pada setiap variabel laten endogen

sebagai indikator kekuatan prediksi dari model struktural. Nilai *R-square* merupakan pengukuran *goodness of fit model*. Selain menilai nilai *R-square,* evaluasi model struktural PLS juga dapat dilakukan dengan memperhatikan *Q2 predictive relevance* atau biasa disebut *predictive sample reuse.*

I. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik *resampling bootstrap* dengan menggunakan *SEM (structural equation modeling)* dari perangkat lunak *partial least square (PLS) SmartPLS* 4.0.9.6 Tujuan dari tahap uji ini adalah untuk menguji hipotesis yang ada dalam penelitian. Formulasi hipotesis akan dianalisis dengan batasan statistik yang bernilai >1,985. Jika hasil yang diperoleh memenuhi syarat tersebut, maka hipotesis penelitian dapat diterima. Nilai probabilitas ditentukan oleh nilai *P-Value* dengan *alpha* sebesar 5% atau kurang dari 0,05% (Ahmatang dan Nurmila Sari 2022).

1. *Direct Effect* (Dampak Langsung)

Jika koefisien jalur adalah positif, maka kenaikan nilai suatu variabel akan menyebabkan peningkatan nilai variabel lainnya (yang berarti bahwa satu variabel masih memiliki pengaruh besar pada variabel lainnya, dan sebaliknya) (Ahmatang dan Nurmila Sari 2022).

2. *Inderect Effect* (Dampak Tidak Langsung)

Apabila nilai koefisien dampak tidak langsung tidak menunjukkan signifikansi dengan *P-Values*

J. Analisis Jalur *(Path Analisys)*

Analisis Jalur *(Path Analisys)* bertujuan untuk menjelaskan pengaruh langsung maupun tidak langsung dari kumpulan variabel, di mana variabel-variabel tersebut dapat berperan sebagai variabel bebas (eksogen) atau penyebab, terhadap variabel lainnya yang merupakan variabel akibat atau terikat endogen) (Arraniri et al. 2019).

Menurut Sarwono (2011) analisis jalur (path analysis) merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang inheren antar variabel yang disusun berdasarkan urutan temporer dengan menggunakan koefisien jalur sebagai besaran nilai dalam menentukan besarnya pengaruh variabel independen *exogenous* terhadap variabel dependen *endogenous*. Analisis jalur yang dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen. Pengaruh langsung maupun tidak langsung dilakukan dengan perhitungan dari nilai *unstandardized coefficients* regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *market orientation,entrepreneurial orientation,creativity strategy marketing (X1,X2,X3),variabel intervening* atau variabel mediasi pada penelitian ini adalah inovasi (X4), dan variabel terikat pada penelitian ini adalah kinerja bisnis (Y).

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini bermaksud untuk memaparkan data penelitian dan pembasan hasil penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum

Hijrahfest Bandung dengan bertajuk "bandung bedas" BEDAS yang berarti Bangkit, Edukatif, Dinamis, Agamis, dan Sejahtera ini sebuah acara tahunan yang mengusung konsep perjalanan transformasi individu dan komunitas menuju kehidupan yang lebih baik, telah menjadi salah satu perayaan keagamaan dan kebudayaan yang penting di kota Bandung. Dengan tujuan untuk memperkuat identitas keagamaan dan mempromosikan gaya hidup seimbang berdasarkan prinsip-prinsip Islam, acara ini telah menarik partisipasi yang semakin meningkat dari berbagai lapisan masyarakat sejak awal penyelenggaraannya.

Sejak dimulai, Hijrahfest terus mengalami perkembangan yang pesat dari tahun ke tahun, baik dalam skala acara maupun variasi program yang ditawarkan. Peserta yang ikut serta dalam acara ini mencakup beragam kalangan, mulai dari pemuda yang mencari inspirasi, profesional yang ingin meningkatkan diri, hingga keluarga yang ingin menambah pengetahuan tentang nilai-nilai keagamaan.

Program-program yang diselenggarakan dalam Hijrahfest Bandung mencakup kajian, talkshow inspiratif, bazaar, shalat berjamaah, umroh gratis yang bertujuan untuk mengedukasi dan menginspirasi peserta. Dampak sosialnya terlihat dalam peningkatan kesadaran akan pentingnya perubahan positif dan harmoni antara aspek spiritualitas dan kehidupan modern. Sementara itu, dari segi ekonomi, acara ini memberikan peluangbagi pelaku bisnis lokal untuk memasarkan

produk dan jasanya, serta meningkatkan kunjungan wisatawan ke kota Bandung.

Meskipun secara umum pandangan masyarakat terhadap Hijrahfest Bandung cenderung positif, ada juga pandangan kritis yang menyoroti perlunya menjaga keseimbangan antara pesan-pesan keagamaan dengan konteks sosial dan budaya yang beragam di masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa acara ini sebagai refleksi dari dinamika dan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat modern dalam menjaga nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.

Hijrahfest Bandung telah menjadi simbol keberhasilan dalam memfasilitasi pertemuan dan diskusi antara berbagai kelompok masyarakat yang memiliki minat dan kepentingan yang sama dalam memperkuat identitas keagamaan dan menghadapi tantangan zaman. Dalam sejarahnya, acara ini telah mencapai berbagai tonggak penting, mulai dari pertumbuhan jumlah peserta hingga peningkatan keragaman program yang ditawarkan.

Perkembangan Hijrahfest Bandung dari tahun ke tahun mencerminkan respons yang positif dari masyarakat terhadap kebutuhan akan platform yang mendukung pertumbuhan spiritual dan kultural di tengah arus globalisasi yang semakin mengglobal. Dengan menciptakan ruang untuk dialog dan pertukaran gagasan, acara ini tidak hanya memperkuat hubungan antar individu, tetapi juga memperluas pemahaman tentang Islam yang inklusif dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Dampak sosial dari Hijrahfest Bandung juga tercermin dalam peningkatan kesadaran akan pentingnya keseimbangan antara dunia materi dan spiritual dalam mencapai kebahagiaan dan keberhasilan dalam hidup. Partisipasi dalam berbagai program dan kegiatan yang diselenggarakan dalam acara ini memberikan peluang bagi peserta untuk merenungkan makna kehidupan dan merencanakan langkah-langkah untuk meningkatkan kualitas hidup mereka.

Pandangan masyarakat terhadap Hijrahfest Bandung juga mencerminkan keragaman opini dan perspektif. Mayoritas masyarakat menyambut positif keberadaan acara ini sebagai sumber inspirasi dan motivasi, ada juga yang menyoroti pentingnya menjaga kesesuaian antara pesan-pesan keagamaan dengan konteks sosial dan budaya yang beragam di masyarakat.

Secara keseluruhan, Hijrahfest Bandung telah menjadi bagian integral dari kalender acara kota Bandung dan terus menjadi pendorong perubahan positif dalam kehidupan masyarakat. Dengan terus mengadakan acara yang bermakna dan relevan dengan kebutuhan zaman, Hijrahfest Bandung diharapkan akan terus menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi individu dan komunitas dalam menjalani perjalanan hidup mereka menuju kesuksesan dan kebahagiaan yang berkelanjutan.

Keunggulan utama dari Hijrahfest Bandung terletak pada perannya sebagai wadah yang menginspirasi dan membimbing individu dalam meraih kesuksesan serta kebahagiaan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan menyediakan berbagai program yang mencakup bidang pendidikan, bisnis, kesehatan, dan argicultural, acara ini menawarkan kesempatan bagi peserta untuk meningkatkan kualitas hidup mereka secara holistik.

Temuan yang menunjukkan dampak positif dari Hijrahfest Bandung terhadap atribut yang ramah terhadap Muslim, seperti fasilitas dan layanan yang memperhatikan kebutuhan khusus, serta peningkatan kesadaran dan pemahaman tentang Islam di kalangan masyarakat non-Muslim, memperkuat narasi bahwa acara ini tidak hanya memperkuat identitas keagamaan, tetapi juga membawa manfaat sosial yang luas bagi masyarakat secara umum.

Peran Hijrahfest Bandung dalam mempromosikan kewirausahaan dan pengembangan ekonomi lokal juga tidak dapat diabaikan. Melalui bazaar dan pameran produk, acara ini memberikan platform bagi pelaku usaha lokal untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan

pendapatan. Dengan demikian, Hijrahfest Bandung tidak hanya menjadi acara yang merayakan nilai-nilai keagamaan, tetapi juga menjadi motor penggerak dalam pertumbuhan ekonomi kreatif di kota Bandung.

Dari perspektif kesejahteraan sosial, partisipasi dalam Hijrahfest Bandung juga memberikan kesempatan bagi individu dan komunitas untuk berkolaborasi, berbagi ide, dan membangun hubungan yang berkelanjutan. Melalui dialog dan pertukaran pengalaman, peserta dapat saling menginspirasi dan mendukung satu sama lain dalam mencapai tujuan hidup mereka.

Dalam hal promosi pariwisata, Hijrahfest Bandung juga memberikan kontribusi yang signifikan. Dengan menarik ribuan peserta dari berbagai daerah, acara ini tidak hanya meningkatkan kunjungan wisatawan ke kota Bandung, tetapi juga memperkuat citra kota sebagai tujuan wisata yang ramah dan inklusif bagi umat Islam.

Pentingnya Hijrahfest Bandung dalam mengembangkan atribut ramah Muslim juga tercermin dalam upaya pengembangan infrastruktur dan layanan publik yang memperhatikan kebutuhan khusus umat Islam, seperti fasilitas shalat, penyediaan makanan halal, dan pengaturan waktu acara yang mempertimbangkan ibadah shalat.

Ketika membahas pandangan masyarakat terhadap Hijrahfest Bandung, sebagian besar umumnya positif, dengan banyaknya testimoni dan kesaksian tentang manfaat yang diperoleh dari partisipasi dalam acara ini. Namun, tidak dapat diabaikan bahwa ada juga pandangan kritis yang menyoroti tantangan dan peluang yang perlu diatasi dalam mengoptimalkan manfaat dari acara tersebut.

Dalam konteks evaluasi dampak sosial, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami secara lebih mendalam tentang bagaimana partisipasi dalam Hijrahfest Bandung telah memengaruhi kehidupan individu dan komunitas secara nyata. Dengan demikian, temuan ini dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan program-program yang lebih efektif dan berkelanjutan di masa mendatang.

Dari segi pengembangan masyarakat, Hijrahfest Bandung telah menjadi sumber inspirasi bagi upaya-upaya lain dalam membangun komunitas yang inklusif dan berdaya. Melalui pendekatan kolaboratif dan partisipatif, acara ini telah membantu memperkuat hubungan antarindividu dan memperluas jejaring sosial di antara peserta.

Keragaman program dan kegiatan yang ditawarkan dalam Hijrahfest Bandung juga mencerminkan komitmen penyelenggara untuk mengakomodasi berbagai kebutuhan dan minat peserta. Hal ini memungkinkan acara ini untuk tetap relevan dan menarik bagi beragam kalangan masyarakat, tanpa kehilangan fokus pada tujuan utamanya.

Selain itu, penting untuk memperhatikan bahwa Hijrahfest Bandung juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempromosikan harmoni dan toleransi antar umat beragama. Melalui penyelenggaraan acara yang mengedepankan nilai-nilai keagamaan yang inklusif, acara ini telah membantu membangun pemahaman yang lebih baik antar umat beragama di kota Bandung.

Dalam konteks pembangunan ekonomi lokal, Hijrahfest Bandung juga memiliki potensi besar untuk menjadi motor penggerak dalam pertumbuhan sektor kreatif dan industri budaya. Dengan memberikan platform bagi para pelaku usaha lokal untuk memasarkan produk dan jasa mereka, acara ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan pendapatan dan menciptakan lapangan kerja baru.

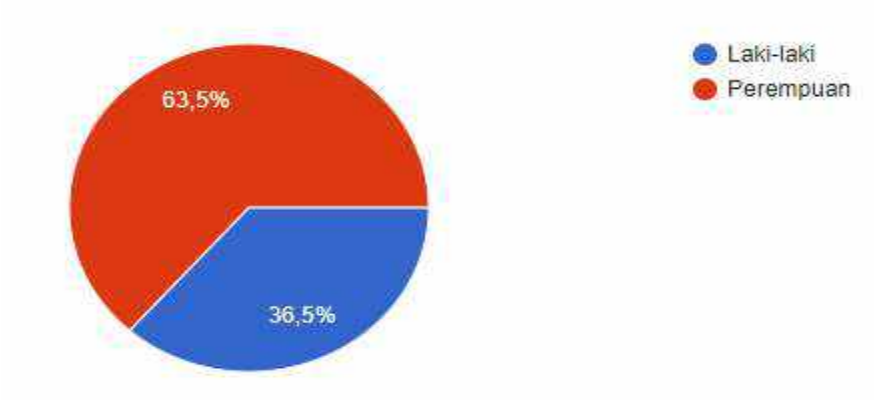
Dalam hal promosi pariwisata, Hijrahfest Bandung juga dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam menarik wisatawan domestik maupun mancanegara ke kota Bandung. Melalui promosi yang intensif dan berbagai program turut serta, acara ini dapat membantu memperkuat citra kota sebagai destinasi wisata yang ramah dan inklusif bagi umat Islam.

Dalam konteks pembangunan infrastruktur dan layanan publik, perlu dilakukan upaya yang lebih besar untuk memastikan bahwa kebutuhan khusus umat Islam terpenuhi dengan baik selama acara

berlangsung. Hal ini termasuk penyediaan fasilitas shalat, makanan halal, dan pengaturan waktu acara yang memperhitungkan kegiatan ibadah shalat.

2. Karakteristik Responden

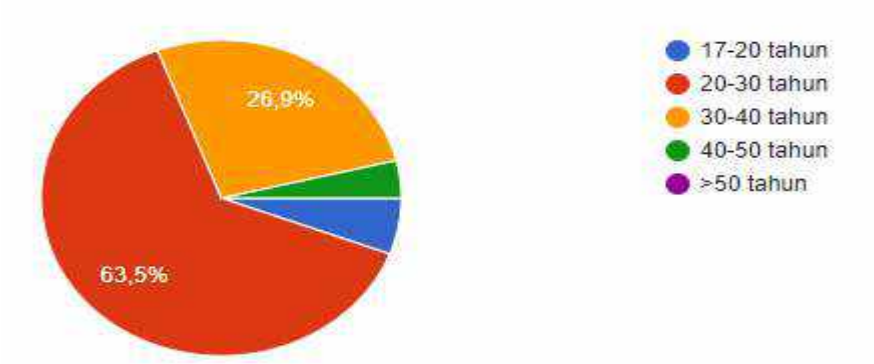
a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 4. 1
Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin
Sumber : Hasil Olahan Data Kuesioner,2024

Berdasarkan tabel 4.1 di atas diketahui bahwa 100 responden dari Pengunjung Hijrahfest Bandung Bedas 2023 terdiri dari 63,5% Perempuan dan 36,5% Laki-Laki.

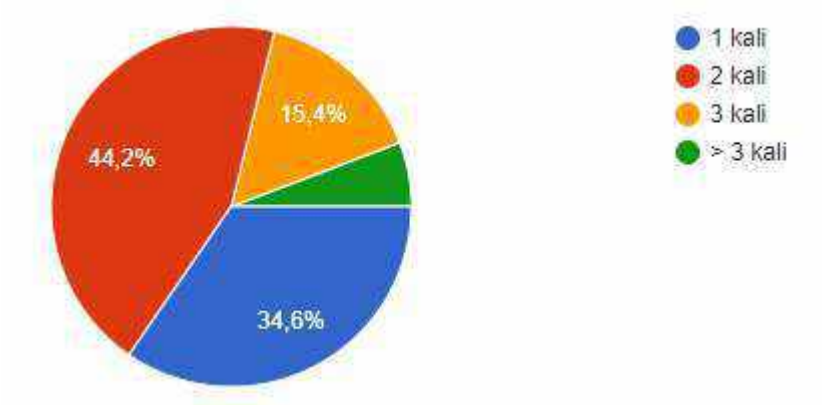
b. Responden Berdasarkan Umur



Gambar 4. 2
Jumlah responden berdasarkan umur
Sumber : Hasil Olahan Data Kuesioner,2024

Berdasarkan tabel 4.2 di atas diketahui bahwa 100 responden dari Pengunjung Hijrahfest Bandung Bedas 2024 terdiri dari 63,5% umur 20-30 tahun, 26,9% umur 30-40 tahun, 5,8% umur 17-20 tahun, 3,8% 40-50 tahun.

c. Responden Berdasarkan Kehadiran



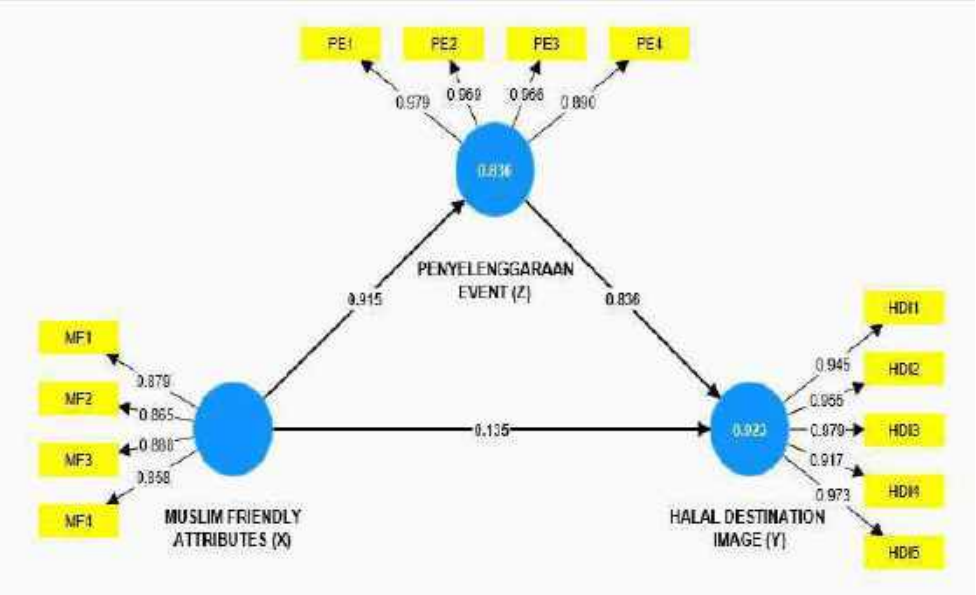
Gambar 4. 3
Jumlah responden berdasarkan kehadiran
Sumber : Hasil Olahan Data Kuesioner,2024

Berdasarkan tabel 4.3 di atas diketahui bahwa 100 responden dari Pengunjung Hijrahfest Bandung Bedas 2024 sudah berkunjung sebanyak 44,2% berkunjung 2 kali, 34,6% berkunjung 1 kali, 15,4% berkunjung 3 kali, dan 5,8% berkunjung >3 kali.

B. Analisis Hasil Penelitian

1. Evaluasi Model Pengukuran Outher Model

Evaluasi model pengukuran atau *measurement outer*model bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya atau *outer model* juga di definisikan untuk mengetahui bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya (Fordian, D., &Ramadiawati 2020). Model pengukuran atau Outer Model dengan indikator reflektif dievaluasi dengan *convergent validity*dan *discriminant validity*dari indikatornya dan *composite reliability* untuk blok indikator (Hermawan 2016). Gambar evaluasi *outher model* disajikan sebagai berikut ini:



Gambar 4. 4
Evaluasi *Outher Model*

Sumber : Hasil Uji PLS-SEM,2023

a. Validitas Kovergen (*Covergent Validity*)

Pengukuran nilai *convergent validity* dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor konstruknya (*loading factor*) dengan kriteria nilai *loading factor* dari setiap indikator lebih besar dari 0,70 dapat dikatakan valid dan untuk nilai *p-value* apabila < 0,05 dianggap signifikan (Widianto, A. 2018). Menurut Hair (2021) nilai *outher loading* atau *loading factor* yang direkomendasikan adalah minimum 0,70. Sedangkan menurut Denziana, A., &Yunggo (2017) korelasi antara skor indikator formatif dengan skor konstruk formatif, untuk hal ini loading 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup. Pada penelitian ini menggunakan tingkat validasi sebesar 0,70 untuk menghasilkan *AVE* yang lebih baik.

1) *Outer Loadings*

Dalam *covergent validity* terdapat pengukuran *outer loadings* yang memiliki arti berupa tabel yang berisis *loading factor* untuk menunjukkan besar korelasi antara indikator dengan variabel laten (Trenggonowati, D. L., & Kulsum 2018). Kriteria yang digunakan

untuk menilai validitas konvergen (*covergent validity*) adalah nilai *loading factor* lebih dari 0,7(Hair 2017).

Evaluasi outher model uji validitas mengeluarkan 13 indikator yang mempunyai *outher loading*diatas 0,7 dan dapat dinyatakan valid.Berikut ini disajikan hasil dari outher loading untuk setiap indikator-indikator yang dimiliki oleh variabel eksogen dan endogen yang didapat dari hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS:

Tabel 4. 1
Nilai *Covergent Validity (Outher Loadings)*

	HALAL DESTINATION _IMAGE (Y)	MUSLIM FRIENDLY_ATTRIBUTES (X)	PENYELENGGARAAN_EVENT (Z)
HDI1	0.945		
HDI2	0.955		
HDI3	0.979		
HDI4	0.917		
HDI5	0.973		
MF1		0.879	
MF2		0.865	
MF3		0.888	
MF4		0.858	
PE1			0.979
PE2			0.969
PE3			0.966
PE4			0.890

Sumber : Analisis Data dengan PLS *Outher Loading* (2024)

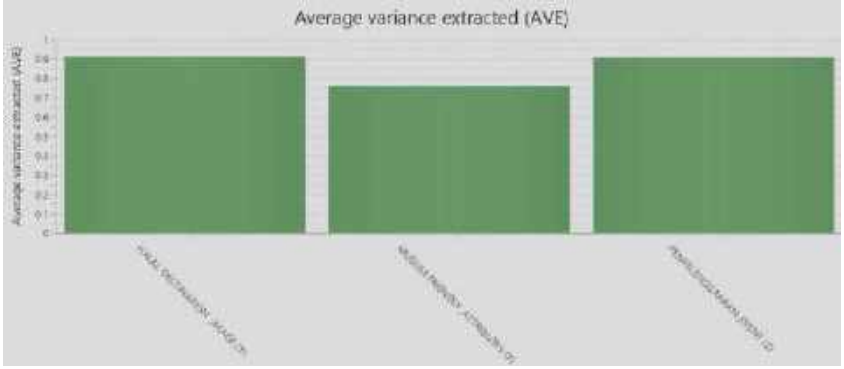
2) *Average Variance Extracted (AVE)*

*Average Variance Extracted (AVE)*merupakan tahap pengujian selanjutnya yang dilakukan pada penelitian ini dengan menunjukkan bahwa variable laten dapat dimiliki varian indikator yang besar. Semakin besar varian indikator yang yang terdapat dalam variable laten,maka semakin besar pula representasi varian indikator dari variabel laten. Menurut Hair (2019) nilai AVE minimal 0,50 menunjukkan ukuran *convergent validity*yang baik,artinya variable laten dapat menjelaskan rata-rata lebih dari setengah keragaman indikator-indikatornya. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini untuk menilai validitas konvergen *(covergent validity)* adalah nilai *AVE* diatas 0,5. Nilai *AVE (Average Variance Extracted)* disajikan pada table 4.2.

Tabel 4. 2
Nilai *AVE (Average Variance Extracted)*

	Average variance extracted (AVE)
HALAL DESTINATION _IMAGE(Y)	0.910
MUSLIM FRIENDLY_ATTRIBUTES(X)	0.761
PENYELENGGARAAN_EVENT (Z)	0.905

Sumber : Analisis Data dengan *AVE PLS* (2024)



Gambar 4. 5
Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

Berdasarkan tabel 4.2 dan gambar 4.5 menunjukkan nilai AVE diatas 0,50 untuk semua konstruk yang terdapat pada model penelitian,oleh karenanya tidak ada permasalahan *convergen validity* pada model yang diuji. Nilai terendah AVE sebesar 0,761 pada konstruk *Muslim Friendly Attributes* (X),namun masih lebih besar dari 0,50. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai AVE > 0,50 maka dapat dinyatakan bahwa seluruh konstruk adalah valid dan meyakinkan peneliti untuk meneruskan ke proses analisis inner model.

b. Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Pengujian validitas diskriminan bertujuan untuk mengetahui prinsip pengukuran konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Uji pengukuran validitas diskriminan dinilai dengan melihat fornell-locker criterion dan cross loading pengukuran dengan konstruknya (Junianto and Sabtohadi 2020).

1) Fornell-Locker Criterion

Mengukur nilai validitas diskriminan (discriminant validity) pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis Fornell-Locker Criterion. Pada Fornell-Locker Criterion suatu konstruk dinyatakan valid yakni dengan cara membandingkan nilai akar AVE dengan nilai korelasi antar variable laten. Nilai akar AVE harus lebih besar dari korelasi antar variable laten. Menilai validitas diskriminan adalah Fornell-Locker Criterion,yaitu sebuah metode tradisional yang telah digunakan lebih dari 30 tahun dengan cara membandingkan nilai akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainya dalam model (Hair 2011). Nilai FornellLocker Criterion disajikan pada table 4.13.

Tabel 4. 3
Hasil Discriminant Validity (Fornell-Locker Criterion)

	HALAL DESTINATION _IMAGE(Y)	MUSLIM FRIENDLY_ATTRIBUTES(X)	PENYELENGGARAAN_EVENT(Z)
HALAL DESTINATION _IMAGE(Y)	0.954		
MUSLIM FRIENDLY_ATTRIBUTES(X)	0.899	0.873	
PENYELENGGARAAN_EVENT(Z)	0.959	0.915	0.951

Sumber : Analisis Data dengan PLS Fornell-Larcker Criterion (2024)
Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan keseluruhan akar dari

AVE (Fornell-Larcker Criterion) pada tiap konstruk memiliki nilai yang lebih besar daripada korelasinya dengan variable yang lainnya. Hal ini dikarenakan nilai akar kuadrat dari AVE pada tiap konstruk menghasilkan nilai yang lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk yang lain dalam model,sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian discriminant validity telah terpenuhi.

2) Cross Loading

Setelah mengetahui hasil pengukuran kriteria Fornell-Larcker Criterion,langkah selanjutnya dalam menentukan validitas adalah mengukur nilai cross loading. Nilai cross loading setiap konstruk dievaluasi untuk memastikan bahwa konstruk tersebut lebih berkorelasi dengan item pengukuran daripada konstruk lainnya.

Kriteria nilai cross loading yaitu diharapkan >0,70 (Hair 2011). Nilai cross loading disajikan pada table 4.4.

Tabel 4. 4
Hasil Discriminant Validity (Cross Loading)

	HALAL DESTINATION_IMAGE (Y)	MUSLIM FRIENDLY_ATTRIBUTES (X)	PENYELENGGARAAN_EVENT (Z)
HDI1	0.945	0.823	0.850
HDI2	0.955	0.881	0.979
HDI3	0.979	0.896	0.940
HDI4	0.917	0.781	0.823
HDI5	0.973	0.897	0.966
MF1	0.834	0.879	0.910
MF2	0.660	0.865	0.618
MF3	0.921	0.888	0.943
MF4	0.649	0.858	0.621
PE1	0.955	0.881	0.979
PE2	0.946	0.892	0.969
PE3	0.939	0.865	0.966
PE4	0.801	0.843	0.890

Sumber : Analisis Data dengan Cross Loading PLS (2024)

Berdasarkan table 4.4 terlihat bahwa nilai korelasi variabel laten dengan indikator lebih besar daripada ukuran variable latennya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian discriminant validity yang baik dan telah terpenuhi.

c. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan mengukur konsistensi internal alat ukur. Dalam SEM-PLS uji reliabilitas dapat digunakan dua metode yaitu composite reliability dan cronbach's alpha (Junianto and Sabtohadi 2020).

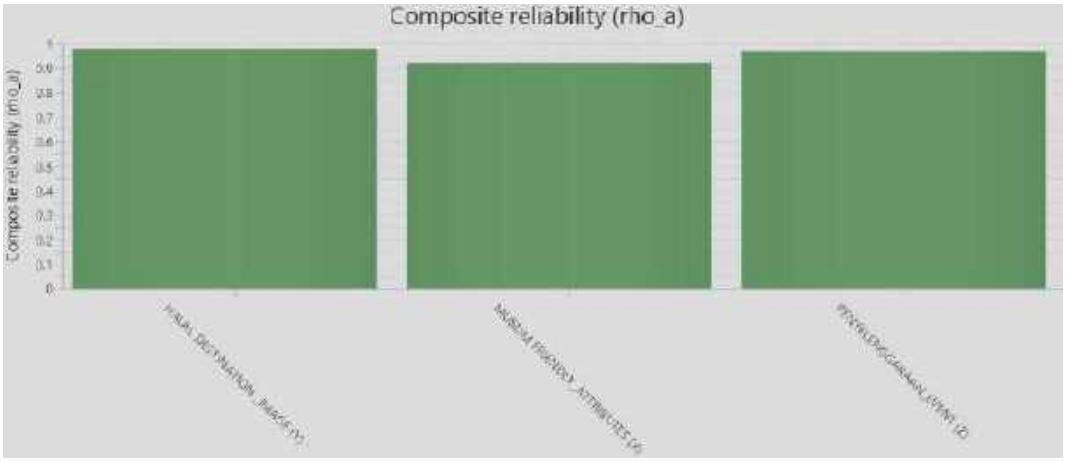
1) Composite Reability

Tujuan dari tahap pengujian composite reability pada penelitian ini adalah untuk mendapatkan hasil pengukuran nilai reabilitas dari suatu variabel. Menurut Hair et al (2011) uji composite reability dapat diterima dan dinyatakan valid apabila nilai >0,70. Pada penelitian ini nilai yang harus dihasilkan dari composite reability yaitu >0,70. Nilai composite reability disajikan pada table 4.5.

Tabel 4. 5
Uji Reabilitas (Composite Reability)

	Composite reliability (rho_a)
HALAL DESTINATION _IMAGE(Y)	0.979
MUSLIM FRIENDLY_ATTRIBUTES(X)	0.920
PENYELENGGARAAN_EVENT (Z)	0.968

Sumber : Analisis Data dengan Composite Reability PLS (2024)



Gambar 4. 6
Composite Reability

Berdasarkan table 4.5 dan gambar 4.6 dapat disimpulkan bahwa nilai composite reability secara keseluruhan memiliki nilai > 0,70. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variable Halal Destination Image (Y) memiliki nilai (0,979), Muslim Friendly Attributes (X) memiliki nilai (0,920), Penyelenggaraan Event (Z) memiliki nilai (0,968). Dengan demikian telah memenuhi composite reability,sehingga dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan variable memiliki tingkat reabilitas yang baik.

2) Cronbach's Alpha

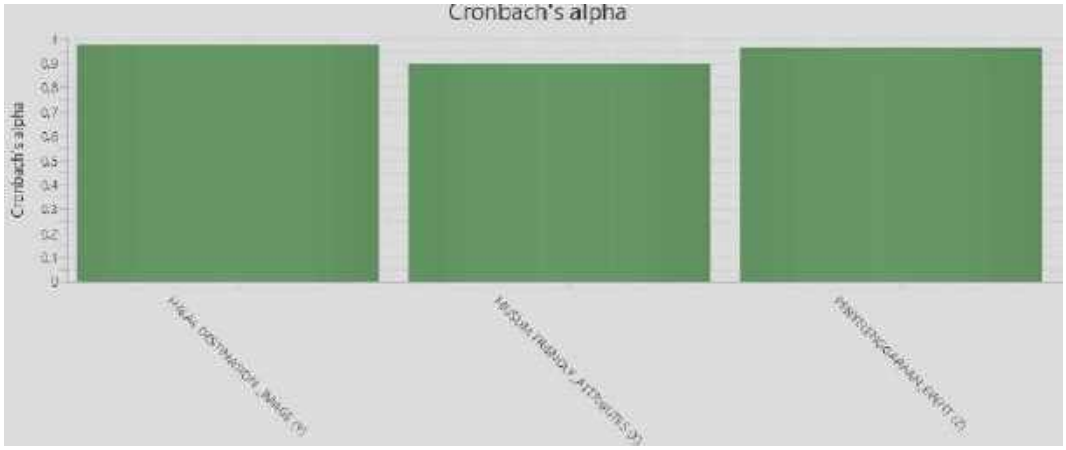
Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan uji cronbach's alpha dengan melihat seluruh nilai variable laten >0,70 (Nashar and Taru 2020). Cronbach's alpha merupakan pengukuran batas bawah dari nilai reliabilitas. Role of thumbs dari cronbach's alpha adalah lebih besar dari 0,60 dan composite reliability lebih besar dari 0,70 (Junianto and Sabtohadi 2020). Pada penelitian ini cronbach's alpha

suatu konstruk dinyatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha 0,7. Nilai cronbach's alpha disajikan pada table 4.6.

Tabel 4. 6
Uji Realibilitas (Cronbach's Alpha)

	Cronbach's alpha
HALAL DESTINATION _IMAGE(Y)	0.975
MUSLIM FRIENDLY_ATTRIBUTES(X)	0.898
PENYELENGGARAAN_EVENT (Z)	0.965

Sumber : Analisis Data dengan Cronbach's Alpha PLS (2023)



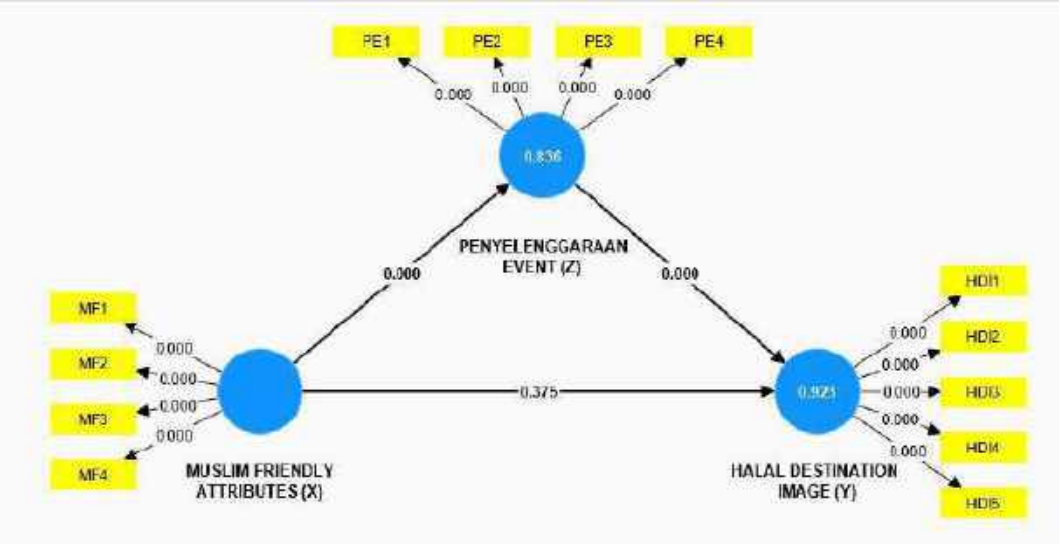
Gambar 4. 7
Uji Realibilitas (Cronbach's Alpha)

Berdasarkan table 4.6 dan gambar 4.7 dapat diketahui bahwa nilai cronbach's alpha secara keseluruhan memiliki nilai >0,70. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variable Halal Destination Image (Y) memiliki nilai (0,975), Muslim Friendly Attributes (X) memiliki nilai (0,898), Penyelenggaraan Event (Z) memiliki nilai (0,965). Dengan demilkian dapat telah memenuhi composite reability,sehingga dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan variabel memiliki tingkat reabilitas yang baik.

2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Setelah model yang diestimasi memenuhi kriteria Outher Model,berikutnya dilakukan pengujian model structural (inner model).

Menurut Ghozali (2011) evaluasi model structural (inner model) bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variable laten. Evaluasi model struktural digunakan untuk menilai hubungan antara variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Evaluasi ini terdiri dari TStatistic (two tailed), P Values, dan Coefficient of Determination (R-Square). Untuk melihat nilai tstatistic dan p values, maka harus melakukan bootstrapping juga. Ada pun syarat yang harus dipenuhi adalah ketika t-statistic memiliki nilai >1,96, maka tingkat signifikansi yang digunakan harus 0,05 sehingga path coefficient dinyatakan signifikan. Jika tingkat signifikansi 0,05, maka nilai p-values dikatakan signifikan apabila nilai tersebut berada di bawah 0,05. Adanya aturan pada nilai R-square memperlihatkan besar pengaruh variabel eksogen terhadap endogen seperti >0,25 (lemah), >0,50 (sedang), dan >0,75 (kuat) (Hair et al 2011). Gambar evaluasi inner model disajikan sebagai berikut ini:



Gambar 4. 8
Hasil Bootstrapping Inner Model
Sumber : Hasil Uji PLS-SEM,2023

a. Koefisien Determinasi (R-square)

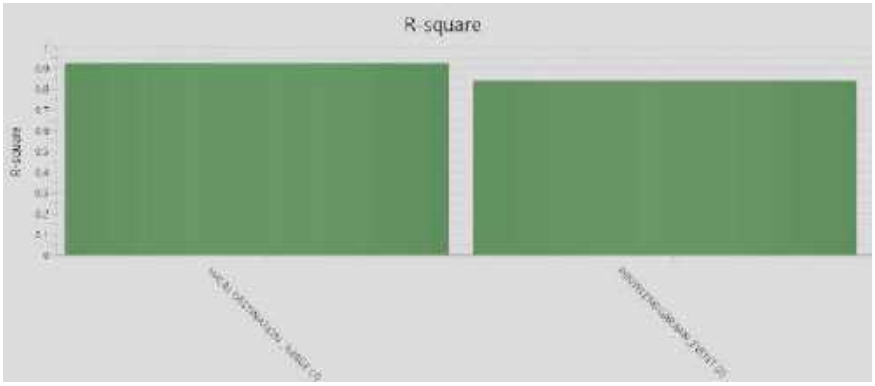
Koefisien determinasi (r-square) dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variable eksogen terhadap variabel endogen

Semakin tinggi nilai r-square maka model prediksi dari model penelitian semakin baik. Nilai r-square memiliki tiga kriteria yaitu nilai >0,66 (pengaruh tinggi), >0,33 (pengaruh moderat) dan >0,19 (pengaruh rendah). Hasil pengujian R-Square dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4. 7
Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

	R-square	R-square adjusted
HALAL DESTINATION _IMAGE(Y)	0.923	0.921
PENYELENGGARAAN_EVENT (Z)	0.836	0.835

Sumber : Analisis Data dengan R-Square PLS (2023)



Gambar 4. 9
Koefisien Determinasi (R-Square)

Berdasarkan table 4.7dan gambar 4.9 menunjukkan bahwa nilai R-Square untuk variabel Halal Destination Image adalah 0,923 (pengaruh tinggi). Perolehan menjelaskan bahwa persentase besarnya Halal Destination Image adalah 92,3%. Hal ini berarti variabel muslim friendly attributes, penyelenggaraan event berpengaruh terhadap halal destination image sebesar 92,3%, Dan sisanya 7,7 dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan bahwa R-Square untuk variabel Penyelenggaraan Event adalah 0,836 (pengaruh moderat). Perolehan tersebut menjelaskan bahwa persentase besarnya kinerja penyelenggaraan adalah 83,6%. Hal ini berarti variabel muslim friendly attributes, halal destination image berpengaruh terhadap penyelenggaraan event sebesar 83,6% dan sisanya 16,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

b. F-Square

Nilai F-Square digunakan untuk mengukur perubahan nilai RSquare ketika konstruk tertentu dihilangkan dari model untuk mengevaluasi apakah konstruk yang dihilangkan memiliki dampak substantif pada konstruk endogen (Suntara, Widagdo, and Kamila 2023). Menurut Hair et al. (2017) nilai F-Square sebesar 0.02 untuk pengaruh efek kecil, 0.15 untuk pengaruh efek sedang, dan 0.35 untuk efek pengaruh besar. Hasil pengujian F-Square dapat dilihat pada Tabel 4.20.

Tabel 4. 8
F Square

	HALAL DESTINATION_IMAGE(Y)	MUSLIM FRIENDLY_ATTRIBUTES(X)	PENYELENGGARAAN_EVENT(Z)
HALAL DESTINATION_IMAGE(Y)			
MUSLIM FRIENDLY_ATTRIBUTES(X)	0.038		5.110
PENYELENGGARAAN_EVENT(Z)	1.475		

Sumber : Analisis Data F Square PLS (2023)

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa muslim friendly attributes mempunyai pengaruh rendah terhadap halal destination image (0,038). Penyelenggaraan event mempunyai pengaruh tinggi terhadap halal destination image (1,475). Muslim Friendly Attributes mempunyai pengaruh tinggi terhadap Penyelenggraan Event (5,110).

c. Penilaian Goodness of Fit (GoF)

Model fit adalah sebuah model statistik yang digunakan untuk menunjukkan kecocokan rangkaian model yang diteliti (Andik and Nuryana 2023)

1) SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)

SRMR menilai rata-rata perbedaan antara korelasi yang diamati dan diharapkan. Model PLS dinyatakan telah memenuhi kriteria uji model fit jika nilai SMRM < 0.10 dan model dinyatakan perfect fit jika nilai SRMR < 0.08(M. R. Fahlefi 2023).

2) NFI (Normed Fit Index)

Normed Fit Index (NFI) didefinisikan sebagai 1 dikurangi nilai Chi² dari model yang diusulkan dibagi dengan nilai Chi² dari model nol. Akibatnya, NFI menghasilkan nilai antara 0 dan 1.

Semakin dekat NFI ke 1, semakin baik kecocokannya. Nilai NFI di atas 0,9 biasanya mewakili kecocokan yang dapat diterima (M. R. Fahlefi 2023)

3) Chi square

Chi square adalah uji non parametrik yang sering digunakan dalam penelitian. Prinsip kerjanya adalah dengan membandingkan dua variabel yang skala datanya adalah nominal. Uji Chi Square biasanya digunakan untuk mengetahui hubungan dua variabel nominal kemudian mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel yang dimaksud. Skala data kedua variabel adalah nominal. Apabila dari 2 variabel, ada 1 variabel dengan skala nominal maka dilakukan uji Chi Square dengan merujuk bahwa harus digunakan uji pada derajat yang terendah (M. R. Fahlefi 2023). Hasil pengujian Model Fit dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4. 9
Model Fit

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.098	0.098
d_ULS	0.879	0.879
d_G	n/a	n/a
Chi-square	∞	∞
NFI	n/a	n/a

Sumber : Analisis Data Model Fit PLS (2023)

Berdasarkan tabel 4.9, untukmenguji pengukuran model fit atau goodness of fit (GoF) dapat digunakan indikator Standardized Root Mean Square Residual (SRMR), the Squared Euclidean distance (d_ULS), the Geodesic Distance (d_G), Chi Square dan Normed Fit Index (NFI). Standardized Root Mean Residual (SRMR) atau nilai rata-rata semua residual yang distandarisasi sebesar 0,098 dapat dikatakan dapat diterima apabila SRMR berkisar antara 0 -1. d_ULS sebesar 0,879, d_G sebesar n/a dan Chi Square sebesar ∞ serta Normed Fit Index (NFI) sebesar n/a dapat diartikan seluruh indikator mempunyai nilai kecocokan yang baik.

d. Estimasi Path Coefficient

Tahap pengujian Path Coefficient dilakukan dengan menguji sebuah variabel memiliki arah hubungan positif atau negative terhadap variabel lainnya. Hasil pengujian estimasi path coefficient dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4. 10
Nilai Path Coefficient

	Path coefficients
MUSLIM FRIENDLY_ATTRIBUTES(X) -> HALAL DESTINATION _IMAGE(Y)	0.135
MUSLIM FRIENDLY_ATTRIBUTES(X) -> PENYELENGGARAAN_EVENT(Z)	0.915
PENYELENGGARAAN_EVENT(Z) -> HALAL DESTINATION _IMAGE(Y)	0.836

Sumber : Analisis Data Path Coefficient PLS (2023)

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel yang paling berpengaruh adalah variabel X (muslim friendly attributes) dengan nilai positif 0,915, artinya variabel X memiliki arah sesuai dengan hipotesis yang diajukan dan mempengaruhi variabel Z (penyelenggaraan event) sebesar 91,5%. Variabel Z (penyelenggaraan event) dengan nilai positif 0,836 mempengaruhi variabel Y (halal destination image) sebesar 83,6%. Variabel X (Muslim friendly attributes) dengan nilai positif 0,135 mempengaruhi variabel Y (halal destination image) sebesar 13,5%.

3. Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas, pengujian selanjutnya yaitu pengujian terhadap hipotesis. Nilai koefisien path atau inner model menunjukan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis, uji signifikansi dilakukan dengan metode Bootstrapping (Hudin, J. M., & Riana 2016).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat besarnya nilai Tstatistics yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar 95% ($\alpha = 0,05$). Nilai T-table dengan tingkat signifikansi 95% adalah 1,96. Batas untuk menolak dan menerima hipotesis yang diajukan mengacu pada nilai 1,96. Dimana suatu hipotesis akan diterima bila memiliki t-statistics lebih besar

dari 1,96 dan bila memiliki t-statistics lebih kecil dari 1,96 maka suatu hipotesis tersebut akan ditolak (Perdana et al 2018).

a. Direct Effect (Pengaruh Langsung)

Tabel 4. 11 Direct Effect

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
MUSLIM FRIENDLY_ATTRIBUTES (X) -> HALAL DESTINATION _IMAGE (Y)	0.899	0.905	0.032	28.012	0.000
MUSLIM FRIENDLY_ATTRIBUTES (X) -> PENYELENGGARAAN_EVENT (Z)	0.915	0.917	0.020	45.754	0.000
PENYELENGGARAAN_EVENT (Z) -> HALAL DESTINATION _IMAGE (Y)	0.836	0.820	0.148	5.635	0.000

Sumber : Analisis Data Direct Effect PLS (2023)

1) Pengaruh muslim friendly attributes Terhadap halal destination image di hijrahfest bandung

   Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.11 menunjukan nilai koefisien jalur pengaruh muslim friendly attributes terhadap halal destination image di hijrahfest bandung dengan nilai original sampel adalah positif sebesar 0,899 dengan nilai t hitung / t statistik sebesar 28,012. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel. Dan seterusnya p value (0,000) >dari (0,05). maka dapat disimpulkan bahwa muslim friendly attributes Terhadap halal destination image (H1).

2) Pengaruh muslim friendly attributes Terhadap penyelenggaraan event di hijrahfest bandung

   Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.11 menunjukan nilai koefisien jalur pengaruh muslim friendly attributes terhadap Terhadap penyelenggaraan event di hijrahfest bandungdengan nilai original sampel adalah positif sebesar 0,915 dengan nilai t hitung / t statistik sebesar 45,754. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel. Dan seterusnya p value (0,000) > dari (0,05). maka dapat disimpulkan bahwa muslim friendly attributes Terhadap penyelenggaraan event (H1).

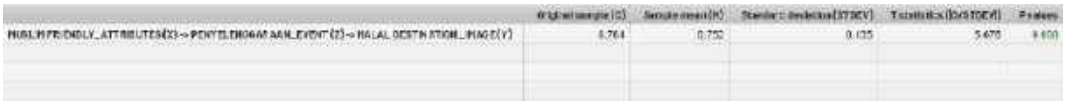
3) Pengaruh penyelenggaraan event Terhadap halal destination image di hijrahfest bandung

   Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.11 menunjukan nilai koefisien jalur pengaruh penyelenggaraan event Terhadap halal destination image di hijrahfest bandungdengan nilai original sampel

adalah positif sebesar 0,836 dengan nilai t hitung / t statistik sebesar 5,635. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel. Dan seterusnya p value (0,000) > dari (0,05). maka dapat disimpulkan bahwa penyelenggaraan event Terhadap halal destination image (H1).

b. Pengaruh Tidak Langsung (Inderect Effect)

Tabel 4. 11
Inderect Effect



Sumber : Analisis Data Indirect Effect PLS (2023)

1) Pengaruh muslim friendly attributes yang Diintervening penyelenggaraan event Terhadap halal destination image di hijrahpreneur bandung bedas

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.12 diatas menunjukan nilai koefisien jalur pengaruh muslim friendly attributes yang Di intervening penyelenggaraan event Terhadap halal destination image di hijrahpreneur bandung bedas dengan nilai original sampel adalah positif sebesar (0,764) dengan nilai t hitung / t statistik sebesar 5.676. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel yaitu 1,96. Dan seterusnya p-value (0.000). maka dapat disimpulkan bahwa **muslim friendly attributes yang Di intervening penyelenggaraan event berpengaruh positif Terhadap halal destination image di hijrahpreneur bandung bedas (H4).**

C. Pembahasan

1. *Direct Effect* (Pengaruh Langsung)

a. Pengaruh muslim friendly attributes Terhadap halal destination image di hijrahfest bandung

Hasil uji hipotesis H1 diperoleh hasil bahwa muslim friendly attributes berpengaruh signifikan terhadap halal destination image berdasarkan nilai koefisien jalur 0,899 dengan nilai t statistik 28,012 > t tabel 1,96 dan nilai p value 0,000. Artinya jika muslim friendly attributes meningkat atau menurun akan mempengaruhi halal destination image. Pada variabel muslim friendly attributes dengan rata rata tertinggi pada indikator akomodasi yang ramah keluarga sebesar 0,888,dan rata-rata terendah pada indikator tidak tersedianya minuman beralkoholsebesar 0,858. Artinyabahwa dalam hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang memperhatikan kebutuhan keluarga lebih diutamakan oleh wisatawan Muslim. Faktor-faktor seperti pengaturan ruang yang sesuai untuk keluarga, fasilitas yang ramah anak, dan pelayanan yang mengakomodasi kebutuhan keluarga secara menyeluruh menjadi fokus utama dalam menciptakan pengalaman yang positif bagi mereka.

Di sisi lain, nilai rata-rata terendah sebesar 0,858 pada indikator tidak tersedianya minuman beralkohol menunjukkan bahwa ketiadaan minuman beralkohol, meskipun penting, mungkin dianggap sebagai aspek yang kurang utama dalam konteks kesesuaian dengan kebutuhan Muslim. Hal ini mungkin disebabkan oleh fokus lebih besar pada pengalaman akomodasi yang menyenangkan dan bersahabat bagi keluarga, dibandingkan dengan ketentuan spesifik terkait dengan minuman beralkohol.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rafika Isya Rasyid & Citra Kusuma Dewi (2019) yang menyatakan bahwa faktor Muslim Friendly Amenities & Lifestyle dan

Service Quality keduanya berpengaruh kuat terhadap variabel terikat Halal Travel Intention.

Dalam konteks ini, untuk meningkatkan citra dan daya tarik destinasi bagi wisatawan Muslim, penting bagi penyelenggara pariwisata dan akomodasi untuk terus memperbaiki dan meningkatkan fasilitas yang ramah keluarga. Selain itu, meskipun tidak tersedianya minuman beralkohol tetap penting, pengembangan layanan dan fasilitas yang memprioritaskan kebutuhan keluarga dapat menjadi strategi yang lebih efektif dalam menarik dan memuaskan segmen pasar Muslim yang semakin berkembang..Sehingga dapat disimpulkan bahwa muslim friendly attributes Terhadap halal destination image di hijrahfest bandung ditolak.

b. Pengaruh muslim friendly attributes Terhadap penyelenggaraan event di hijrahfest bandung

Hasil uji hipotesis H2 diperoleh hasil bahwa muslim friendly attributes berpengaruh signifikan terhadap penyelenggaraan event berdasarkan nilai koefisien jalur 0,915 dengan nilai t statistik 45,754 > t tabel 1,96 dan nilai p value 0,000. Artinya jika muslim friendly attributes meningkat akan mempengaruhi penyelenggaraan event. Pada variabel penyelenggaraan event dengan rata rata tertinggi pada indikator uniquenesses sebesar 0,979, dan rata-rata terendah pada indikator personal interactionsebesar 0,858. Artinya hal ini menunjukkan bahwa peserta acara memberikan nilai yang sangat tinggi terhadap keunikan acara yang mereka hadiri. Uniknya sebuah acara dapat menjadi faktor penentu dalam menarik minat peserta dan membuat mereka merasa bahwa pengalaman mereka berbeda dan berharga.

Di sisi lain, nilai rata-rata terendah sebesar 0,858 pada indikator personal interaction menunjukkan bahwa interaksi personal dalam acara mungkin perlu ditingkatkan. Meskipun keunikan acara penting, interaksi personal antara peserta dan penyelenggara memiliki dampak yang signifikan pada pengalaman keseluruhan. Interaksi yang ramah,

informatif, dan inklusif dapat meningkatkan keterlibatan peserta, membangun hubungan yang lebih kuat, dan menciptakan lingkungan yang lebih positif dan berdaya tarik.

Oleh karena itu, dalam merencanakan dan menyelenggarakan acara, penting bagi penyelenggara untuk memperhatikan dan mengembangkan kedua aspek ini secara seimbang. Selain menawarkan pengalaman yang unik dan berbeda, penyelenggara juga perlu memperhatikan cara-cara untuk meningkatkan interaksi personal antara peserta dan penyelenggara. Strategi seperti sesi tanya jawab, diskusi panel, atau aktivitas kelompok dapat menjadi cara yang efektif untuk mendorong interaksi dan keterlibatan peserta dalam acara.. Sehingga dapat disimpulkan bahwa muslim friendly attributes Terhadap penyelenggaran event di hijrahfest bandung diterima.

c. Pengaruh penyelenggaraan event Terhadap halal destination image di hijrahfest bandung

Hasil uji hipotesis H3 diperoleh hasil bahwa penyelenggaraan event berpengaruh signifikan terhadap halal destination image berdasarkan nilai koefisien jalur 0,836 dengan nilai t statistik 5,635> t tabel 1,96 dan nilai p value 0,000. Artinya penyelenggaraan event meningkat atau menurun akan mempengaruhi halal destination image. Pada variabel halal destination image dengan rata rata tertinggi pada indikator atribut karakteristik psikologis sebesar 0,979, dan rata-rata terendah pada indikator karakter psikologis-holistik sebesar 0,917. Artinya menunjukkan bahwa dalam Dalam mengembangkan citra destinasi halal yang kuat, perlu dipahami bahwa wisatawan Muslim sering kali mencari lebih dari sekadar ketentuan makanan yang halal. Mereka juga menginginkan pengalaman yang memenuhi kebutuhan spiritual, sosial, dan psikologis mereka. Oleh karena itu, atribut-atribut yang berkaitan dengan karakteristik psikologis, seperti rasa aman, kenyamanan, dan pengalaman yang memuaskan, menjadi sangat penting. Destinasi yang mampu menawarkan pengalaman yang

menggugah emosi dan memperkuat identitas agama serta nilai-nilai mereka akan lebih dihargai oleh wisatawan Muslim.

Sementara itu, karakter psikologis-holistik juga tidak boleh diabaikan, meskipun nilainya mungkin lebih rendah dalam penelitian ini. Aspek-aspek seperti rasa harmoni dengan alam, keberagaman budaya, dan keselarasan antara tubuh, pikiran, dan jiwa tetap penting bagi beberapa wisatawan Muslim. Oleh karena itu, dalam mempromosikan citra destinasi halal, penting untuk menyajikan informasi yang mencakup berbagai aspek tersebut, sehingga memungkinkan wisatawan untuk memilih destinasi yang sesuai dengan preferensi dan nilai-nilai mereka.

Selain itu, upaya kolaborasi antara pemerintah, industri pariwisata, dan komunitas Muslim lokal dapat sangat bermanfaat dalam mengembangkan destinasi halal yang komprehensif. Dengan melibatkan semua pemangku kepentingan, termasuk masyarakat setempat yang memahami kebutuhan dan harapan wisatawan Muslim, akan memungkinkan pengembangan layanan dan fasilitas yang lebih sesuai dan berkelanjutan.

Dalam kesimpulan, pemahaman mendalam tentang preferensi dan harapan wisatawan Muslim terhadap destinasi halal merupakan kunci dalam mengembangkan citra destinasi yang sukses. Dengan memperhatikan atribut-atribut psikologis yang dihargai oleh wisatawan Muslim, serta mengintegrasikan berbagai aspek holistik dari pengalaman wisata, destinasi dapat menjadi lebih menarik dan berdaya saing di pasar pariwisata global yang semakin berkembang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penyelenggaraan event Terhadap halal destination image di hijrahfest bandung ditolak.

2. Pengaruh Tidak Langsung (Inderect Effect)

a. Pengaruh Muslim Friendly Attributes yang Diintervening Penyelenggaraan Event Terhadap Halal Destination Image Bandung Hasil uji hipotesis H4 diperoleh hasil bahwaberpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis berdasarkan nilaikoefisien jalur -0.764 dengan nilai t statistik 5,676< t tabel 1,96dan nilai p value 0,000. Artinya walaupun *Muslim Friendly Attributes* meningkat atau menurun bisa mempengaruhi Halal Destination Image dalam memediasi *Penyelenggaraan Event*. Pada variabel *Muslim Friendly Attributes* dengan rata rata tertinggi pada indikator akomodasi yang ramah keluarga sebesar 0,888, dan rata-rata terendah pada indikator tidak tersedianya minuman beralkoholsebesar 0,858. Artinya variabel Muslim Friendly Attributes memiliki pengaruh yang kuat terhadap kinerja bisnis.

Perubahan dalam Muslim Friendly Attributes, baik peningkatan maupun penurunan, dapat mempengaruhi Halal Destination Image dalam fungsi mediasi terhadap Penyelenggaraan Event. Ini menunjukkan bahwa persepsi tentang kesesuaian dengan prinsip-prinsip Islam tidak hanya berdampak pada citra destinasi halal, tetapi juga memainkan peran penting dalam bagaimana acara-acara diatur dan dijalankan.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa dari semua indikator yang termasuk dalam variabel Muslim Friendly Attributes, rata-rata tertinggi terdapat pada indikator akomodasi yang ramah keluarga, dengan skor sebesar 0,888. Ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih menilai tinggi aspek akomodasi yang mendukung kebersamaan keluarga dalam konteks Muslim-friendly. Di sisi lain, rata-rata terendah terdapat pada indikator tidak tersedianya minuman beralkohol, dengan skor sebesar 0,858. Ini menunjukkan bahwa aspek ini mungkin tidak dianggap sebagai prioritas utama dalam menilai sebuah tempat atau acara sebagai Muslim-friendly.

Secara keseluruhan, temuan ini memberikan wawasan yang berharga bagi pelaku bisnis dan penyelenggara acara dalam mengembangkan strategi pemasaran dan pengelolaan yang lebih berorientasi pada kebutuhan dan preferensi masyarakat Muslim. Dengan memahami pentingnya aspek-aspek tertentu dalam menciptakan citra Muslim-friendly, mereka dapat meningkatkan kinerja bisnis mereka serta meningkatkan daya tarik destinasi dan acara mereka bagi pasar yang sensitif terhadap nilai-nilai agama.Sehingga dapat disimpulkan bahwahipotesis *Muslim Friendly Attributes*yang diintervening *Penyelenggaraan Event*terhadap Halal Destination Image ditolak.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian serta tinjauan teori pendukung, maka dapat dimabil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari 8 hipotesis yang di ajukan, 4 terbukti secara empiris dan diterima
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa:
   a. Ha 1 didukung atau diterima, muslim friendly attributes (X) berpengaruh signifikan terhadap Halal destination image (Y)
   b. Ha 2 didukung atau diterima, muslim friendly attributes (X) berpengaruh signifikan terhadap penyelenggaraan event (Z)
   c. Ha 3 didukung atau diterima, penyelenggaraan event (Z) berpengaruh signifikan terhadap Halal destination image (Y)
   d. Ha 4 didukung dan diterima, muslim friendly attributes (X) berpengaruh signifikan terhadap halal destination image (Z) melalui penyelenggaraan event hijrahfest (Y) atau Muslim friendly attributes memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap nilai halal destination image dengan penyelenggaraan event sebagai variabel intervening. Dengan kemampuan penyelenggaraan event sebagai variabel intervening maka Muslim friendly attributes yang dikelola dengan baik menghasilkan kinerja halal destination image yang baik dan dapat mengantarkan halal destination image pada performa yang baik.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang sangat signifikan adalah muslim friendly attributes terhadap penyelenggaraan event dengan nilai t-statistics sebesar 45,754. Data data responden dapat dilihat bahwa responden sudah merasa puas terhadap muslim friendly attributes karena dapat meningkatkan penyelenggaraan event. Temuan ini menegaskan bahwa aspek-aspek yang mencerminkan kesesuaian dengan prinsip-prinsip

Islam memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap bagaimana sebuah acara diselenggarakan, dipahami, dan diterima oleh masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan Muslim Friendly Attributes dalam sebuah acara memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja dan kesuksesan acara tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor yang menciptakan lingkungan yang ramah terhadap nilai-nilai agama Islam memegang peranan kunci dalam menentukan pengalaman peserta serta citra acara di mata masyarakat.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya memperhatikan kebutuhan dan preferensi masyarakat Muslim dalam perencanaan dan pelaksanaan acara. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang menjadi pertimbangan utama bagi masyarakat Muslim, penyelenggara acara dapat meningkatkan partisipasi, kepuasan peserta, serta citra positif acara mereka di mata publik.

Kesimpulan dari penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang hubungan antara Muslim Friendly Attributes dan penyelenggaraan acara. Implikasi praktisnya adalah bahwa penyelenggara acara harus memperhatikan dengan seksama aspek-aspek yang menciptakan lingkungan yang mendukung nilai-nilai Islam agar dapat meningkatkan efektivitas dan keberhasilan acara tersebut.

Selain itu, temuan ini memberikan landasan empiris bagi pengembangan strategi pemasaran dan promosi yang lebih tepat sasaran untuk menarik minat dan partisipasi masyarakat Muslim dalam acara-acara yang diselenggarakan. Dengan mempertimbangkan preferensi dan kebutuhan mereka, penyelenggara acara dapat meningkatkan daya tarik dan relevansi acara mereka di mata target audiens.

Selanjutnya, hasil penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman tentang pentingnya aspek-aspek Muslim Friendly dalam konteks globalisasi dan diversifikasi budaya. Pengakuan terhadap nilai-nilai dan praktik-praktik Islam dalam penyelenggaraan acara tidak hanya merupakan tindakan yang inklusif, tetapi juga merupakan strategi yang cerdas

dalam menjangkau dan memenuhi kebutuhan pasar yang semakin berkembang.

Dalam konteks bisnis, pemahaman tentang pengaruh signifikan dari Muslim Friendly Attributes terhadap penyelenggaraan acara juga dapat menjadi landasan untuk pengembangan strategi manajemen yang lebih efektif. Dengan memprioritaskan aspek-aspek yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, perusahaan dapat memperkuat posisi mereka dalam pasar yang semakin kompetitif.

Oleh karena itu, kesimpulan dari penelitian ini tidak hanya relevan bagi praktisi dan akademisi dalam bidang event management, tetapi juga bagi pelaku bisnis dan pembuat kebijakan yang ingin memahami dan merespons dinamika pasar yang semakin kompleks. Dengan memperhatikan peran penting dari Muslim Friendly Attributes, mereka dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan kinerja bisnis dan menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi konsumen.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat ditemukan implikasi, sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukan bahwa Muslim Friendly Attributes memiliki pengaruh dalam Penyelengaraan Event keberadaan Muslim Friendly Attributes dalam sebuah acara memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja dan kesuksesan acara tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor yang menciptakan lingkungan yang ramah terhadap nilai-nilai agama Islam memegang peranan kunci dalam menentukan pengalaman peserta serta citra acara di mata masyarakat. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya memperhatikan kebutuhan dan preferensi masyarakat Muslim dalam perencanaan dan pelaksanaan acara. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang menjadi pertimbangan utama bagi masyarakat Muslim, penyelenggara acara dapat meningkatkan partisipasi, kepuasan peserta, serta citra positif acara mereka di mata publik.

Kesimpulan dari penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang hubungan antara Muslim Friendly Attributes dan penyelenggaraan acara. Implikasi praktisnya adalah bahwa penyelenggara acara harus memperhatikan dengan seksama aspek-aspek yang menciptakan lingkungan yang mendukung nilai-nilai Islam agar dapat meningkatkan efektivitas dan keberhasilan acara tersebut.

2. Untuk akademisi penelitian ini bisa dijadikan rujukan sebagai data awal dalam mengembangkan penelitian selanjutnya.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, masih diperlukan pengujian dan penguatan lebih lanjut dengan diperlukan beberapa saran baik bagi pihak terkait maupun bagi peneliti dengan tujuan untuk memperbaiki sistem informasi website Pemerintah Kota Sukabumi pada saat ini dan untuk meningkatkan kualitas penelitian dimasa yang akan datang. Saran bagi penelitian ini adalah:

1. Bagi Pemerintahan Bandung Kabupaten Soreang

   Lebih meningkatkan fasilitas fasilitas umum yang muslim friendly agar nantinya bisa lebih menunjang pengunjung membranding bahwa bandung ini sudah termasuk ke kategori halal destination image.

2. Bagi perusahaan

   Berdasarkan hasil dari penelitian terdapat variabel muslim friendly attributes dan penyelenggaraan event yang sudah baik, semoga nantinya perusahaan bisa mempertahankan indikator tersebut pada acara selanjutnya.

3. Bagi peneliti
   a. Hasil penelitian ini dapat dikembangkan dengan penambahan jumlah sampel dan memodifikasi indikator agar menjadi lebih baik
   b. Untuk mendapatkan hasil yang terpercaya dalam pengambilan data dari responden, sebaiknya diberikan pendampingan pada waktu memberikan jawaban atas kuesioner penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Adwijah, A. A. (2021). *Analysis of Muslim Friendly Tourism Indicators Toward the Number of Foreign Tourist Visitations.*

Ghea Putri Aliffia, R. K. (2021). *Halal Friendly Attributes of Muslim Travelers Towards A Non-Muslim.*

Makbul, M. (2021). *Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian*.

Nuraeni, S. W. (2023). Perencanaan Program Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Wisata Muslim Friendly di Kawasan Jakarta Pusat.

Ramli, F. H. (2022). Influence of Muslim Friendly Tourism Organisation Facebook Post on Online Engagement.

Renggo, Y. R., & Kom, S. (n.d.). Populasi Dan Sampel Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, 43.

Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Indigo Media.

Sintesa Aulia Ramadhani, M. K. (2020). Effect of Destination Image and Subjective Norm Toward Intention to Visit the World Best Halal Destinantion of Lombok Island in Indonesia.

Sugiyono, (2008). *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Abdullah. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.

Abdillah dan Jogiyanto. (2009). Konsep Dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.

Ghozali. dan Latan. (2015). Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Afshardoost, Mona, and Mohammad Sadegh Eshaghi. “Destination Image and Tourist Behavioural Intentions: A Meta-Analysis.” *Tourism Management* 81 (December 1, 2020).

Aliffia, Ghea Putri, and Rita Komaladewi. "Halal Friendly Attribute of Muslim Travellers Toward A Non-Muslim Destination." *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen* 5, no. 1 (February 23, 2021): 1.

Aryansyah, K, and R Sidik. "Perancangan Sistem Informasi Penyelenggaraan Event Lokakarya Dan Seminar (Studi Kasus: UNIKOM Bandung)." *Jurnal Teknologi Dan Informasi*.

Asthu, Agita Arrasy, and Rabiatul Adwiyah. "Analysis Of Muslim Friendly Tourism Indicators Toward The Number Of Foreign Tourist Visitations." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 5, no. 1 (December 28, 2020): 13–28.

Athallah, Muhammad, Karim Sukarno, and Rendy Sarudin. "Analisis Pengaruh Penerapan Muslim-Friendly Tourism Terhadap Citra Destinasi Petak Enam, Jakarta Barat," 2023.

Baptista, Yohanes, Nong Selong Hoere, Yolanda Masnita, Fakultas Ekonomi, Dan Bisnis, and Universitas Trisakti. "Anteseden Halal Destination Brand Equity Menggunakan Halal Brand Equity Theory Untuk Promosi Halal Tourism,"

Budi Riyanto, Kuncoro, and Satria Bangsawan. "The Mediating Role Of Halal Tourism Destination Image And The Moderating Effect Of Religiosity In Islamic Attributes And Halal Service Quality Effect To Strengthen Tourist Loyalty Behavior." *Journal of Positive School Psychology*. Vol. 2022.

Catur Widayati, Christina, Hapzi Ali, Dudi Permana, and Arissetyanto Nugroho. "The Role of Destination Image on Visiting Decisions through Word of Mouth in Urban Tourism in Yogyakarta." *International Journal of Innovation, Creativity and Change. Www.Ijicc.Net*. Vol. 12.

Desma Yunita, Linda, dan Tri Handayani, Jurusan Administrasi Niaga, and Politeknik Negeri Bengkalis. "Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan Dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah)." *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 4, no. 1 (2018): 14.

Destari, Fajar, and Sejarah Artikel. "Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia Meningkatkan Intention To Revisit Melalui Keunikan Jasa Pariwisata & Destination Image: Studi Kasus Pada Big Event JFC Info Artikel." *J-MKLI* 1, no. 1 (2017): 44– 58.

Dudi Permana, and Dinda Humairah. "Recognizing The Halal Tourism Destination in Indonesia from the Lens of Destination Image, E-Wom and Muslim-Friendly Amenities." *International Journal of Scientific Research in Science and Technology*, June 11, 2022, 615–24.

Guntoro, Tri Setyo, Miftah Fariz, Prima Putra, Mashud Mashud, Evi Sinaga,

Friska Sari, Gracia Sinaga, et al. "Journal of Sport Coaching and Physical Education Bagaimana Kepuasaan Masyarakat Terhadap Penyelenggaraan Event Olahraga? Studi Pada PON Ke-XX Papua." Vol. 7, 2022.

Hanafiah, M H. "Visiting and Non-Visiting Turkish Tourists' Motivation and Perception towards Muslim-Friendly Tourism (MFT) Destination." *Researchgate.Net*, 2022, 80–92.

Hasanah, Syarifah. "Muslim Friendly Tourism And Western Creative Tourism: The Conceptual Intersection Analysis." *International Journal of Islamic Business Ethics* 5, no. 1 (March 31, 2020): 21.

Imanda, Mochammad Reyzan, and Dudi Anandya. "Pengaruh Event Image, Destination Image, Past Experience Dan Participant Satisfaction Terhadap Revisit Intention Pada Marathon Event Di Indonesia." *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 2 (July 10, 2020): 301.

Isya Rasyid, Rafika, and Citra Kusuma Dewi. "Factors Of Muslim-Friendly Amenities & Lifestyle And Service Quality Affecting Halal Travel Intention To Indonesia,"

Janis, Mohd, Fadzilla Hernani Mohd Janis, and Noriah Ramli. "Influence Of Muslim Friendly Tourism Organisation Facebook Post On Online Engagement." Vol. 2, n.d.

Janis, Mohd, Pengaruh Organisasi, Pariwisata Ramah, Fadzilla Hernani, Mohd

Janis, and Noriah Ramli. "1. Perkenalan" 2, no. 1 (2022): 1–19.

Kamal, Mustafa, and Teguh Widodo. "Perencanaan Dan Penyelengaraan Event Seminar Nasional Startup Di Industri Kreatif Zaman Now Berbasis Digital Business (Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia Dan Operasional)." *Journal of Applied Business Administration*. Vol. 2, 2018.

Khotimah Harahap, Lenni. "Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square) Oleh,".

Lee, Say Wah, and Ke Xue. "A Model of Destination Loyalty: Integrating Destination Image and Sustainable Tourism." *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 25, no. 4 (April 2, 2020): 393–408.

Nasrullah, Nasrullah, Sri Susanty, Meizar Rusli, Andriasan Sudarso, Pratiwi Bernadetta Purba, Nina Noviastuti, Devi Roza K Kausar, Hengki Mangiring Parulian Simarmata, Pandu Satriya Hutama, and I Nyoman Sudiarta.

Pemasaran Pariwisata: Konsep, Perencanaan & Implementasi. Yayasan Kita Menulis, 2020.

Noviyani, Nur Aulia, and Ririn Tri Ratnasari. "Pengaruh Halal Destination Attributes Di Sumatera Barat Terhadap Wisatawan Muslim." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 8, no. 4 (2021): 401.

Prasetyo, Anton, Rini Nafsiati, Susi Nurul Kholifah, Agie Botianovi, Kelompok Riset Kimia, Fisika Material, Jurusan Kimia, Maulana Malik, Ibrahim Malang, and Fakultas Tarbiyah. "Analisis Permukaan Zeolit Alam Malang Yang Mengalami Modifikasi Pori Dengan Uji SEM-EDS,"

Sodawan, Ammarn, and Robert Li-wei Hsu. "Atribut Ramah-Halal Dan Niat Kunjungan Wisatawan Muslim : Menjelajahi Peran Nilai Yang Dipersepsikan Dan Kepercayaan Destinasi," 2022.

Sodawan, Ammarn, and Robert Li Wei Hsu. "Halal-Friendly Attributes and Muslims' Visit Intention: Exploring the Roles of Perceived Value and Destination Trust." *Sustainability (Switzerland)* 14, no. 19 (October 1, 2022).

Susun, Di, Hadi Zamzuri, and Atu Bagus Wiguna. "Pengaruh Destination Image, Travel Motivation, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Muslim Di Desa Wisata Halal Setanggor Lombok Tengah),"

Tyas, Diah Aprilianing, and Agus Supriyanto. "Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau Dari Halal Lifestyle, Muslim Friendly Facilities, Dan Knowledge." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11, no. 2 (December 12, 2022): 141–52.

Wahyuni, Siska, Yeni Nuraeni, Fakultas Komunikasi, Gunadarma / Jurusan, Ilmu Komunikasi, B Fakultas, Komunikasi Gunadarma, and / Jurusan. "Perencanaan Program Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Wisata Muslim Friendly Di Kawasan Jakarta PusAT." *JUSPHEN* 2, no. 2 (2023): 10–19.

Wirawan, Putu Eka, and Vany Octaviany. *Pengantar Pariwisata*. Nilacakra, 2022."Wisata Halal Dan Atribut Islam,"

Yolanda dan Rialdo Rezeky Manogari LToruan, Aditya. "Penyelenggaraan Event BRI Run Dalam Membangun Citra PT. Bank Rakyat Indonesia." *Jurnal Cyber PR*. Vol. 1, 2021.

LAMPIRAN

DOKUMENTASI

































BANDUNG
BEDAS

Surat Tugas Pembimbing Skripsi

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150
Website : www.uinmybatusangkar.ac.id e-mail : info@uinmybatusangkar.ac.id

SURAT TUGAS
B- 0039.g/Un.25/F.IV/PP.00.24/01/2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan ini menugaskan Saudara:

Nama Dosen / NIP	Pangkat / Gol	Jabatan	Keterangan
Pepy Afrilian, M.Par 19910425 201903 2 010	Penata Tk.I, III/d	Lektor	Pembimbing

sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Semester GANJIL Tahun Akademik 2023/2024 atas nama:

Nama	:	Muthia Salsa
NIM	:	203040602!
Program Studi	:	Pariwisata Syariah
Judul Proposal	:	*Pengaruh muslim friendly attributes terhadap halal destination image bandung di intervening penyelenggaraan event hijrahfest (studi kasus hijrahfest bandung raya)*

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 15 Januari 2024
Dekan,

Dr. Lira Sari Muchlis., M.Kom
Surat Kuasa Dekan
Nomor : 009.a/Un.25/F.IV/KP.07.06/01/2024
Tanggal : 04 Januari 2024

Unggul, Terbaikan dan Berkarakter Lokal

Surat Tugas Penguji Seminar Proposal

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150, 574221,
Website : www.uinmybatusangkar.ac.id e-mail : info@uinmybatusangkar.ac.id

SURAT TUGAS

B- 1187.h/Un.25/F.IV/PP.00.9/12/2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan ini menugaskan Saudara :

Nama / NIP	Pangkat / Gol	Jabatan	Keterangan
Pepy Afrilian, M.Par 19910425 201903 2 010	Penata, III/c	Lektor	Ketua
Revi Candra, S.Pd., M.Ak 19870224 201801 1 001	Penata Tk.I, III/d	Lektor	Anggota

sebagai Tim Penguji Seminar Proposal Skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024 atas nama :

Nama Mahasiswa	:	Muthia Salsa
NIM	:	2030406021
Program Studi	:	Pariwisata Syariah
Judul Proposal	:	*"Pengaruh Muslim Friendly Attributes Terhadap Halal Destination Image Bandung di Intervening Penyelenggaraan Event Hijrahfest (Studi Kasus Hijrahfest Bandung Raya)"*
Hari/Tanggal	:	Kamis/ 21 Desember 2023
Pukul	:	08.00 WIB
Tempat	:	Ruang Seminar

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 19 Desember 2023
Dekan

Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP

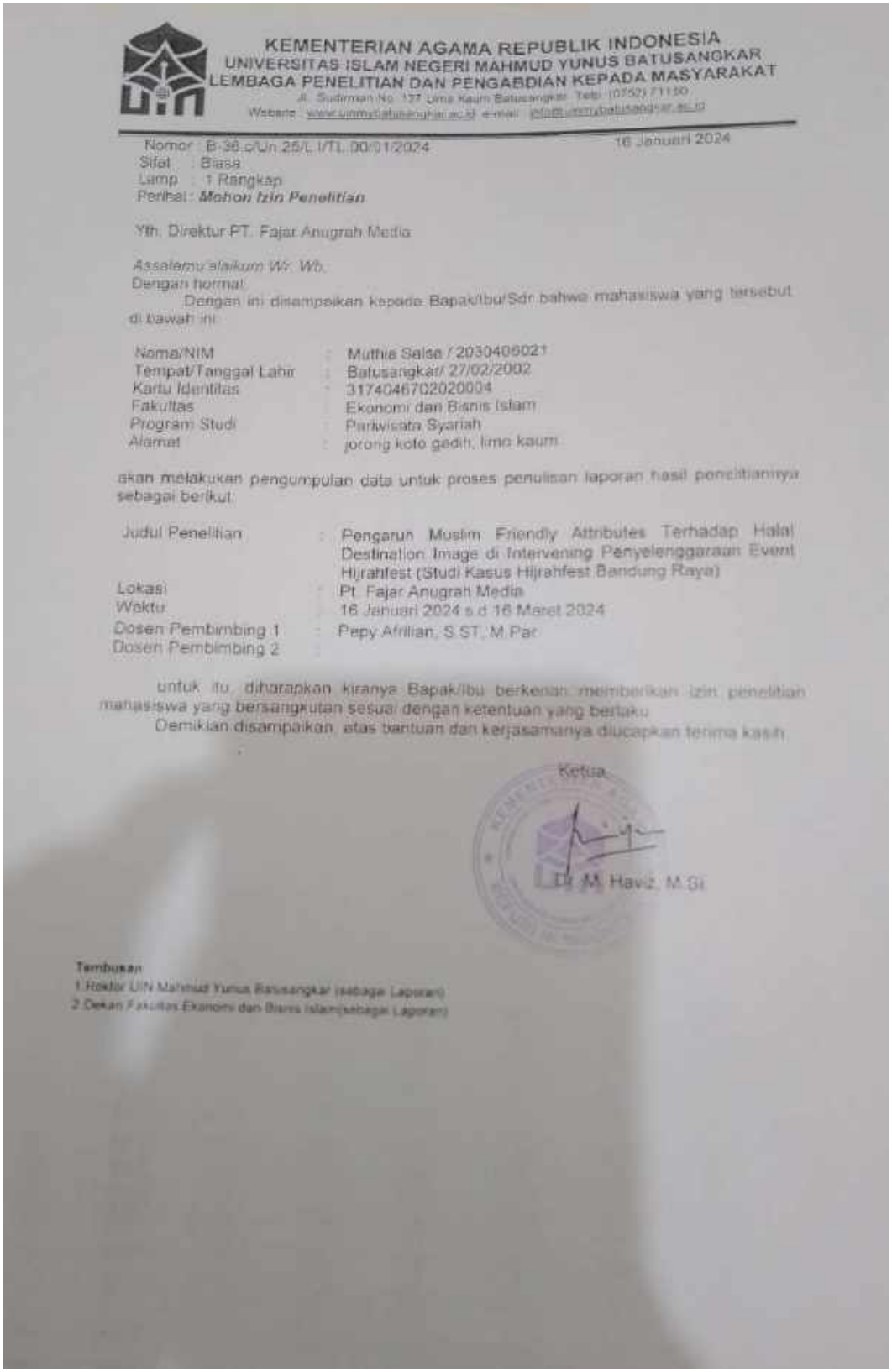
Catatan :

1. Apabila Bapak/Ibu tidak bersedia harap diberitahukan kepada Ketua Jurusan dengan mengembalikan surat tugas, setelah mengisi blanko di bawah ini

NAMA	ALASAN	TANDA TANGAN

2. Apabila terjadi perubahan jadwal pelaksanaan seminar proposal, mohon konfirmasi paling lambat 1 (satu) hari sebelum pelaksanaan jadwal tertulis dalam surat tugas ini

Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sudirman No. 137 Limo Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150
Website : www.uinmybatusangkar.ac.id e-mail : lp2m@uinmybatusangkar.ac.id

Nomor : B-36.c/Un.25/L.I/TL.00/01/2024 16 Januari 2024
Sifat : Biasa
Lamp : 1 Rangkap
Perihal : ***Mohon Izin Penelitian***

Yth. Direktur PT. Fajar Anugrah Media

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Dengan hormat
Dengan ini disampaikan kepada Bapak/Ibu/Sdr bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini

Nama/NIM	:	Muthia Salsa / 2030406021
Tempat/Tanggal Lahir	:	Batusangkar/ 27/02/2002
Kartu Identitas	:	3174046702020004
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	:	Pariwisata Syariah
Alamat	:	jorong koto gadih, limo kaum

akan melakukan pengumpulan data untuk proses penulisan laporan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Judul Penelitian	:	Pengaruh Muslim Friendly Attributes Terhadap Halal Destination Image di Intervening Penyelenggaraan Event Hijrahfest (Studi Kasus Hijrahfest Bandung Raya)
Lokasi	:	Pt. Fajar Anugrah Media
Waktu	:	16 Januari 2024 s.d 16 Maret 2024
Dosen Pembimbing 1	:	Pepy Afrilian, S.ST, M.Par
Dosen Pembimbing 2	:	

untuk itu, diharapkan kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian mahasiswa yang bersangkutan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Ketua

Dr. M. Havis, M.Si

Tembusan
1 Rektor UIN Mahmud Yunus Batusangkar (sebagai Laporan)
2 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam(sebagai Laporan)

Tabulasi Data Mentah

MF1	MF2	MF3	MF4	PE1	PE2	PE3	PE4	HDI
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3	4	3	5
4	4	4	3	4	4	4	3	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	3	2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	4	5	5	5	3	5
4	5	4	5	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4

HDI	HDI	HDI	HDI
4	4	4	4
4	3	3	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
3	3	3	3
4	3	3	3
4	4	3	4
4	4	4	4
3	3	5	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	3	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4

4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4

4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4

Data Responden

NAMA	JENIS	UMUR	DOMISIL
Aini	Perempuan	20-30 tahun	Soreang
Audia	Perempuan	20-30 tahun	Bandung
Ricki	Laki-	30-40 tahun	Jakarta
SYAHIDA	Perempuan	20-30 tahun	KAB
Fat'hahNoor	Laki-	30-40 tahun	Kota
Haidar	Laki-	20-30 tahun	Bandung
Berli	Perempuan	30-40 tahun	bandung
Qorin	Perempuan	20-30 tahun	Jawa Barat
Rika	Perempuan	40-50 tahun	Kota bekas
Nova	Perempuan	20-30 tahun	Bandung
Lugina Ahdiani	Perempuan	20-30 tahun	Bandung
Syalsa A	Perempuan	20-30 tahun	Kab.
Nirwand	Laki-	20-30 tahun	Bandung
Risha	Perempuan	20-30 tahun	Bandung
Nadiah	Perempuan	20-30 tahun	Bogor
lisa	Perempuan	20-30 tahun	bandung
Ilyas	Laki-	20-30 tahun	kab. soreans
reyhan algadri	Laki-	20-30 tahun	bandung
Revina	Perempuan	30-40 tahun	jakarta
Dewi	Perempuan	40-50 tahun	Bandung
Cindy Widi	Perempuan	20-30 tahun	Bandung
Zacky Ghaidak	Laki-	20-30 tahun	Bandung
Yant	Perempuan	30-40 tahun	bandung
elsa maharani	Perempuan	20-30 tahun	jakarta
fathma	Perempuan	17-20 tahun	bandung
nur soleh	Laki-	20-30 tahun	bekasi
fajar octobery	Laki-	20-30 tahun	kab. soreang
salsabila	Perempuan	20-30 tahun	jakarta
putri	Perempuan	20-30 tahun	jakarta
cut syafira	Perempuan	30-40 tahun	aceh
santika mutiara	Perempuan	20-30 tahun	bandung
rizki	Laki-	20-30 tahun	Padang
Muhammad	Laki-	20-30 tahun	Bandung
tiara dwi	Perempuan	20-30 tahun	jakarta
intan	Perempuan	30-40 tahun	jakarta
Habibullah	Laki-	30-40 tahun	kab soreang
tri ahadiat	Laki-	30-40 tahun	bandung
kania eka putri	Perempuan	30-40 tahun	bandung
Imasrahma	Perempuan	30-40 tahun	bandung
Salman	Laki-	20-30 tahun	bandung
hasbi ridla	Laki-	30-40 tahun	bandung
ilham	Laki-	20-30 tahun	jakarta
fauzi lukman	Laki-	30-40 tahun	soreang
ari agmal	Laki-	20-30 tahun	jakarta
Amali	Perempuan	20-30 tahun	bandung
dara sagita	Perempuan	20-30 tahun	jakarta
Qomaria	Perempuan	30-40 tahun	bandung
shofura n	Perempuan	20-30 tahun	Soreang
rizka aulia	Perempuan	20-30 tahun	bandung

ani	Perempuan	20-30 tahun	bandung
Syair	Perempuan	17-20 tahun	kab. bandun
ivan alamsya	Laki-	20-30 tahun	jakarta
rini anita	Perempuan	20-30 tahun	jakarta
cut syarifa	Perempuan	30-40 tahun	aceh
ifaturahma	Laki-	20-30 tahun	bandung
berliana asegaf	Perempuan	30-40 tahun	Padang
andi supriatna	Laki-	20-30 tahun	Bandung
syafwil	Laki-	30-40 tahun	jakarta
nietha yuan	Perempuan	20-30 tahun	jakarta
sri	Perempuan	40-50 tahun	kab soreang
dea ananda	Perempuan	20-30 tahun	bandung
puti	Perempuan	20-30 tahun	bandung
diva vetsya	Perempuan	20-30 tahun	bandung
laila ananta	Perempuan	20-30 tahun	bandung
khairul	Laki-	20-30 tahun	bandung
winny	Perempuan	20-30 tahun	jakarta
shanina putri	Perempuan	20-30 tahun	soreang
rosdiana naila	Perempuan	20-30 tahun	jakarta
Aldi	Laki-	20-30 tahun	bandung
Andreas	Laki-	20-30 tahun	jakarta
Felda	Perempuan	20-30 tahun	bandung
Putri	Perempuan	30-40 tahun	Soreang
Farah Annisa	Perempuan	40-50 tahun	bandung
Farhan	Laki-	20-30 tahun	bandung
indira ratna	Perempuan	20-30 tahun	kab. bandun
indah	Perempuan	30-40 tahun	Jawa Barat
Bella Anastasya	Perempuan	20-30 tahun	Kota bekas
Gibran	Laki-	17-20 tahun	Bandung
Daffa Ramadhan	Laki-	20-30 tahun	Bandung
Tera	Perempuan	20-30 tahun	Kab.
Sintia	Perempuan	30-40 tahun	Bandung
Amanda Putri	Perempuan	30-40 tahun	Bandung
Rita	Perempuan	30-40 tahun	Bogor
Bayu Gatra	Laki-	30-40 tahun	bandung
Danu	Laki-	30-40 tahun	kab. soreang
Iranda	Perempuan	20-30 tahun	bandung
arumi nasha	Perempuan	30-40 tahun	jakarta
Andria	Laki-	20-30 tahun	Bandung
Akmal	Laki-	30-40 tahun	Bandung
Atika Fithriya	Perempuan	30-40 tahun	Bandung
vanya vania	Perempuan	30-40 tahun	bandung

Haekal	Laki-	30-40 tahun	jakarta
Irsyad Maulana	Laki-	30-40 tahun	bandung
Hilmi	Laki-	20-30 tahun	bekasi
Wanda	Perempuan	30-40 tahun	kab. soreang
wilda	Perempuan	20-30 tahun	Bandung
Pipit	Perempuan	30-40 tahun	Bandung
taufik putra	Laki-	20-30 tahun	Bandung
bintang	Laki-	20-30 tahun	Jakarta

Pernahkah hadir langsung pada acara Hijrahfest	Jika pernah sudah berapa kali hadir?
Pernah	2 kali
Pernah	1 kali
Pernah	1 kali
Pernah	2 kali
Pernah	1 kali
Pernah	1 kali
Pernah	3 kali
Pernah	1 kali
Pernah	1 kali
Pernah	1 kali
Pernah	1 kali
Pernah	1 kali
Pernah	1 kali
Pernah	1 kali
Pernah	3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	1 kali
Pernah	2 kali
Pernah	> 3 kali
Pernah	1 kali
Pernah	3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	3 kali
Pernah	1 kali
Pernah	2 kali
Pernah	3 kali
Pernah	1 kali
Pernah	3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	> 3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	> 3 kali
Pernah	2 kali

Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	1 kali
Pernah	1 kali
Pernah	2 kali
Pernah	3 kali
Pernah	1 kali
Pernah	3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	> 3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	> 3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	1 kali
Pernah	1 kali
Pernah	2 kali
Pernah	3 kali
Pernah	1 kali
Pernah	3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali

Pernah	> 3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	3 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali
Pernah	2 kali

BIODATA PENULIS



Nama	: Muthia Salsa
TempatTanggalLahir	:Batusangkar,27Februari2002
Fakultas	:EkonomiDanBisnisIslam
ProgramStudi	:PariwisataSyariah
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status	: Mahasiswa
Agama	: Islam
Alamat	: Koto Gadih
Email	: muthiasalsa02gmail.com
Riwayat Pendidikan	
2008-2014	:SDN01PondokBetung
2014-2017	:SMPN177JakartaSelatan
2017-2020	:SMKN1PadangPanjang
2020-2024	:UINMahmudYunusBatusangkar
Nama Orang Tua	
Ayah	: Fauzi Azrah
Ibu	: Elfi Susanti
Anak Ke/Dari	: 1 Dari 4 Bersaudara